

Cnews, 17 апреля 2007 года

PricewaterhouseCoopers: конвергенция как эволюция бизнеса

Конвергенция в настоящее время является доминирующей тенденцией в развитии многих компаний, как телекоммуникационных, так и медийных. Активное внедрение конвергентных услуг позволяет компаниям максимально соответствовать требованиям клиентов, завоевывать новые рынки и быть готовым к постоянным изменениям, связанным с технологическим прогрессом. Свое видение конвергенции представила и хорошо известная в России компания **PricewaterhouseCoopers**, предоставляющая аудиторские и консультационные услуги, а также услуги в области налогообложения.

Как подчеркнул партнер **PricewaterhouseCoopers** Натан Бирчалл, для операторов конвергенция означает прежде всего увеличение доходов, для контент-провайдеров – новые каналы сбыта, для пользователей – возможность получить все виды услуг из одной точки, через «одно окно». Поэтому конвергенция становится важнейшей тенденцией в мире телекоммуникаций и СМИ.

По словам г-на Бирчалла, слияния и поглощения, а также создание альянсов между компаниями технологического сектора, электроники, СМИ и телекоммуникаций создают возможности для экспериментов в области новых бизнес-моделей. Экономический рост в ближайшее время будет поддерживать и стимулировать потребление различного рода контента и услуг как в интернете, так и в беспроводных сетях. Развитие новых технологий доступа к информации (3G; 4G, устройства dual-band и др.) также создает возможности к внедрению новых бизнес-моделей.

Ключевым тезисом выступления директора отдела бизнес-консультирования **PricewaterhouseCoopers** Михаила Сивана стало представление потребителя как основного двигателя конвергенции. Потребитель становится основной силой вследствие: увеличения свободного времени, изобилия технических ресурсов, емкости и скорости доступа; готовности рекламодателя платить за внимание потребителя; ожидания обслуживания на их условиях; требования содержательного и индивидуально-избранного контента; готовности и желания общаться в «социальных сетях»; изобретательности людей в получении бесплатных услуг.