

СТАНДАРТ

№11 (94) НОЯБРЬ 2010

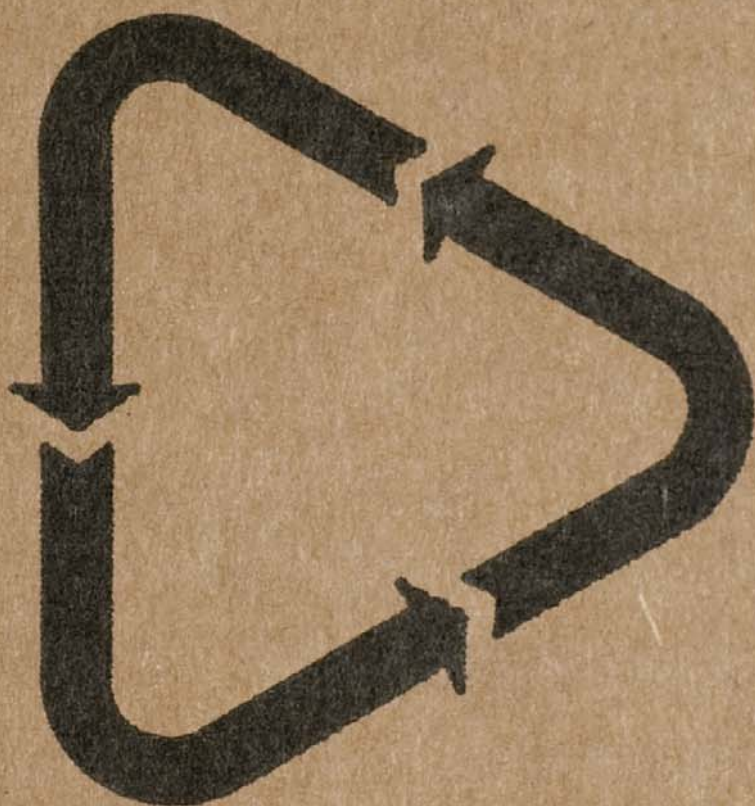
**Закон о персональных
данных забуксовал**
стр. 18

**Сети доставки контента
пришли в Россию**
стр. 32

**HDTV совершило
революцию**
стр. 56

Частоты 6/у

**Как операторы планируют
переиспользовать GSM-диапазон**
стр. 12



Стандарт-Трибуна

Managed Services 2010

стр. 27-31

Стандарт-Техно

Радиорелейная мобилизация

стр. 41-45

ISSN 1819-5393

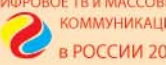


9 771819 539777

СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ

Беспроводной широкополосный доступ в РФ

Первое полугодие 2011 г. ➤

№ пп	Логотип мероприятия	Название конференции	Дата проведения	Место проведения
1		II Международная конференция «Развитие телекоммуникационных магистральных транспортных сетей в России» (Transport Networks Russia 2011)	2–3 марта 2011 г.	Гостиница Holiday Inn Moscow Lesnaya Москва, Лесная ул., д. 15
2		II Международная конференция «Сети FemtoCell – услуги передачи голоса и данных в пределах офиса и дома» (FemtoCell 2011)	17 марта 2011 г.	Гостиница Holiday Inn Moscow Suschevsky Москва, Сущевский Вал, д. 74
3		II Международная конференция «Цифровое ТВ и массовые коммуникации в России 2011» (DTV Russia 2011)	30–31 марта 2011 г.	Гостиница «Ренессанс Москва» Москва, Олимпийский пр-т, д. 18/1
4		Международная конференция операторов и пользователей спутниковых сетей связи на базе технологии VSAT в Российской Федерации (VSAT Russia 2011)	27–28 апреля 2011 г.	Дом международных совещаний ОИЯИ Московская область, г. Дубна, Строителей ул., д. 2
5		III Международная конференция «Мобильные широкополосные сети WiMAX в России. Опыт развертывания и предоставления услуг» (WiMAX Russia 2011)	20 апреля 2011 г.	Гостиница Holiday Inn Moscow Suschevsky Москва, Сущевский Вал, д. 74
6		III Ежегодная церемония награждения победителей Конкурса «Лучшие 10 IT-проектов для госсектора» При участии Министерства связи и массовых коммуникаций РФ	Дата проведения согласовывается в рамках выставки «Связь-Экспокомм 2011»	Экспоцентр Москва, Краснопресненская наб., д. 14
7		III Международная конференция «Эволюция сетей мобильной связи» (LTE Russia & CIS 2011)	24 мая 2011 г. 25–26 мая 2011 г.	Гостиница Marriot Royal Aurora Москва, Петровка ул., д. 11/20
8		II Международная конференция «Государственные электронные услуги: приоритеты и условия реализации в России» (Совместно с газетой «Ведомости»)	29 июня 2011 г.	Гостиница Ritz-Carlton Moscow Москва, Тверская ул., д. 3/5

Второе полугодие 2011 г. ➤

9		XVI Ежегодная конференция операторов и пользователей сети спутниковой связи и вещания Российской Федерации SATRUS 2011	21–22 сентября 2011 г.	Гостиница Radisson SAS Slavyanskaya Москва, пл. Европы, д. 2
10		II Международная конференция «Сети связи: обслуживание, управление, аутсорсинг» (Managed Services 2011)	19 октября 2011 г.	Гостиница Holiday Inn Moscow Lesnaya Москва, Лесная ул., д. 15
11		III Международная конференция «Оказание конвергентных услуг в современных сетях связи» (Convergent Services 2011)	9–10 ноября 2011 г.	Гостиница Holiday Inn Moscow Suschevsky Москва, Сущевский Вал, д. 74
12		Всероссийский форум «Широкополосные сети передачи данных в России и СНГ» (Broadband Russia & CIS Forum 2011)	23–24 ноября 2011 г.	Гостиница Radisson SAS Slavyanskaya Москва, пл. Европы, д. 2
13		II Всероссийская конференция «Слияния и поглощения в Телекоме» (Telecoms MSA Russia 2011)	2 декабря 2011 г.	Гостиница Marriot Royal Aurora Москва, Петровка ул., д. 11/20

Постоянные рубрики журнала «Стандарт» в 2011 году

№1 (96) Январь К выставке CSTB, 1-3 февраля, Москва Круглый стол Стандарт-Трибуна Слияния и поглощения в телекоме – Telecoms M&A Russia Стандарт-Техно Технологии для организации «последней мили» Карта VSAT-сети в России	№2 (97) Февраль К конференции ComNews «Развитие телекоммуникационных магистральных транспортных сетей в России – TransNet», 1-3 марта, Москва; конференции SatExpo, 15 марта, Рим Круглый стол Развитие VSAT в России и СНГ Стандарт-Трибуна Оказание конвергентных услуг в современных сетях связи – Convergent Services Стандарт-Техно Структурированные кабельные системы Карта Охват территории России и стран СНГ зарубежными и российскими спутниками связи и вещания	№3 (98) Март К конференции ComNews «Цифровое телерадиовещание в России», 31 марта – 1 апреля, Москва Круглый стол Видеоконференцсвязь Стандарт-Трибуна Развитие телекоммуникационных магистральных транспортных сетей в России – TransNet Стандарт-Техно Абонентское оборудование для цифрового ТВ: антенны и приставки Карта Ключевые эфирные и кабельные каналы России
№4 (99) Апрель К выставке «Связь-Экспокомм», 10-13 мая, Москва; церемонии награждения лауреатов Конкурса ComNews «Лучшие 10 ИТ-проектов для госсектора» Круглый стол LTE и WiMAX конкуренция технологий и бизнес-подходов Стандарт-Трибуна Цифровое телерадиовещание в России Стандарт-Техно Облачные вычисления Карта Сотовые сети в России	№5 (100) Май К конференции ComNews «Государственные электронные услуги», 29 июня, Москва Круглый стол All-IP Стандарт-Трибуна Мобильные широкополосные сети WiMAX в России. Опыт развертывания и предоставления услуг Стандарт-Техно Call-центры Карта Крупнейшие сети КТВ в России	№6 (101) Июнь Круглый стол Российская микроэлектроника и нанотехнологии Стандарт-Трибуна Эволюция сетей мобильной связи – LTE Russia & CIS Стандарт-Техно Системы видеонаблюдения Карта Объекты связи к зимним Олимпийским играм в Сочи в 2014 году
№7 (102) Июль Круглый стол OSS/BSS, биллинг и системы поддержки деятельности операторов Стандарт-Трибуна Государственные электронные услуги Стандарт-Техно Инфраструктура ЦОДа Карта Ключевые телекоммуникационные активы РФ и активы российских инвесторов в СНГ и за рубежом	№8 (103) Август К конференции SATRUS, 21-22 сентября, Москва Круглый стол Магистральный интернет-бизнес Стандарт-Трибуна VSAT-Форум Стандарт-Техно Измерительное оборудование для сетей связи Карта Магистральные сети связи в России	№9 (104) Сентябрь Круглый стол Бизнес операторов в столичных офисных центрах и гостиницах Стандарт-Трибуна Стандарт-Техно Carrier Ethernet Карта Цифровое эфирное телевидение в России
№10 (105) Октябрь Круглый стол Рынок ШПД в России Стандарт-Трибуна SATRUS Стандарт-Техно Системы беспроводной широкополосной связи WiMAX, Wi-Fi, PPL Карта Структура органов регулирования рынка ИКТ в России	№11 (106) Ноябрь Круглый стол Производство ИКТ-оборудования в России Стандарт-Трибуна Managed Services Стандарт-Техно Системы хранения данных, виртуализация Карта Сети беспроводного ШПД, опытные зоны и сети LTE в России и СНГ	№12 (107) Декабрь Круглый стол Стандарт-Трибуна Стандарт-Техно Корпоративные системы связи Карта Календарь связиста и вещателя на 2012 год

До победного конца

Не успели операторы связи опра-
виться от шока, вызванного не-
контролируемым ими и не прино-
сящим дохода ростом трафика, кото-
рый генерируют сторонние поставщики
контента и услуг, как последние пере-
шли в новое наступление.

Все началось с того, что Интернет разрушил традиционную для рын-
ка телефонии бизнес-модель, при ко-
торой оператор связи полностью кон-
тролирует абонента. И операторы
с грустью и нарастающим раздра-
жением стали смотреть, как серви-
сы типа YouTube и торрентов нагружа-
ют их сети гигантскими объемами тра-
фика данных, за который они не полу-
чают ни копейки; Skype и Google Voice
лишают их дохода от сверхприбыль-
ной дальней связи; ICQ и иные про-
граммы мгновенного обмена сообще-
ниями каннибализируют услугу SMS
в сотовых сетях, а армия пользовате-
лей видеозвонков через Skype, Google
Talk или Cisco WebEx растет экспонен-
циально, хотя ни один традиционный
оператор не смог раскрутить услуги
видеоконференцсвязи.

И пока интернет-провайдеры ря-
дятся с властями за недискремина-
ционный доступ к «последней миле»
(то есть, по сути, к абоненту), постав-
щики онлайн-сервисов массово и бес-
препятственно просочились к конеч-
ному пользователю через Интернет.
И соблазняя ошавшего от богатс-
тва юзера все новыми и новыми
возможностями. В середине нояб-
ря глобальный телекоммуникацион-
ный рынок содрогнулся от очередных
инициатив двух гигантов – крупней-
шей в мире социальной сети Facebook
и американской корпорации Apple,
проторившей дорогу на рынок мобиль-
ной связи с помощью революционного
смартфона iPhone.

Основатель Facebook Марк
Цукерберг, словно желая оправ-
дать высокое доверие кинорежиссера
Дэвида Финчера, который только что
выпустил о нем фильм «Социальная
сеть», на пресс-конференции 15 ноября

в Сан-Франциско объявил об ам-
бициях в сфере e-mail. По заявле-
нию Цукерберга, Facebook бесплат-
но снабдит каждого из более чем
500 млн пользователей этой соцсе-
ти адресом электронной почты вида
XXX@facebook.com. Строго гово-
ря, прямой удар планы Facebook на-
носят не по владельцам сетей свя-
зи, а по другим soft-верным нувори-
шам – прежде всего, по «большой поч-
товой тройке»: Windows Live Hotmail,
Yahoo! Mail и Gmail от Google. По ко-
личеству подписчиков Facebook пре-
восходит каждого из этих игроков:
у Hotmail около 360 млн активных
пользователей, у Yahoo! Mail – 275 млн,
а у Gmail – 193 млн. Но Цукерберг на-
мерен объединить почтовый сервис
с системой мгновенных сообщений
и иными коммуникационными услуга-
ми, поэтому косвенно удар Facebook
направлен и против операторов свя-
зи – и мобильной, и фиксированной.
Очевидно, что если полмиллиарда че-
ловек перейдут на бесплатные комму-
никационные сервисы Facebook, они
станут реже пользоваться телефоном,
SMS и иными платными услугами.

Буквально через пару дней после
объявления Facebook по мирово-
му рынку связи пополз слух о планах
Apple предустанавливать SIM-карты
во все телефоны iPhone. Новая техно-
логия позволит пользователям поку-
пать iPhone напрямую у Apple или ее
дилеров, активируя услугу мобильной
связи на сайте Apple. Сам производи-
тель пока хранит молчание, но техни-
чески ничто не может помешать ему
договориться о сотрудничестве с мно-
жеством сотовых компаний, либо
даже самому поработать в роли MVNO.
Для Европы, где аппараты iPhone про-
даются с операторскими дотациями
и одно-двухгодовыми контрактами,
новая инициатива Apple опасна: абоне-
нт сможет сократить срок контрак-
та или вовсе избавиться от срочных
обязательств, а также получит воз-
можность быстро менять оператора.
Такие крупные европейские сотовые



фото: Алексей Нешин

компании, как Vodafone, Orange
и Telefonica уже угрожают Apple от-
казом от субсидирования iPhone, что,
по их мнению, приведет к обвалу про-
даж этих смартфонов. Но едва ли это
испугает Apple, ведь на кону стоит го-
раздо более весомый куш: если ком-
пания действительно пойдет на за-
водскую установку SIM-карт в iPhone,
она станет первым в мире произво-
дителем сотовых телефонов, который
смог получить контроль над абоне-
нтом. Очевидно, что вслед за Apple ус-
тремятся и другие вендоры (как почти
все скопировали идеологию, заложен-
ную в iPhone). Для сотовых операторов
это будет означать новый, при-
чем очень большой, гвоздь в крыш-
ку гроба старого доброго рынка связи.
И одному Богу известно, как будет вы-
глядеть телекоммуникационный ры-
нок через несколько лет. Вполне ве-
роятно, что подавляющее большинс-
тво мировых сотовых абонентов ока-
жутся подписчиками Apple, Samsung
или HTC, причем общаться они будут
через Skype, обмениваться сообщени-
ями с помощью ICQ, а переписываться
по e-mail через Facebook. Вот только
интересно: кто и на какие деньги бу-
дет содержать канальную инфраструк-
туру, обеспечивающую весь этот рай
на Земле?

Леонид Коник,
главный редактор изданий
издательской группы ComNews

ATC
DECT

Panasonic
ideas for life



Микросотовый телефон Panasonic DECT Связь внутри компании. Без преград.

Если у Вашей компании несколько филиалов, Ваши сотрудники часто перемещаются по офису, в Вашем офисе не всегда работает мобильная связь, микросотовый телефон Panasonic DECT – это то, что Вам нужно!

С микросотовыми телефонами Panasonic DECT Вы получаете:

- мобильность сотрудников (разговор не прервется при перемещении по офису);
- доступ к функциям IP-ATC Panasonic, как при использовании системного телефона;
- работу в «особых» условиях, благодаря специальной модели телефона, обладающей пылевлагозащищенным ударопрочным корпусом.

С микросотовыми телефонами Panasonic DECT – все сотрудники компании на связи, несмотря на препятствия!



Модель KX-TCA364

www.panasonic.ru

Информационный Центр Panasonic: для Москвы (495) 725-05-65, для регионов РФ 8-800-20021-00 (звонок бесплатный)
На правах рекламы ООО «Панасоник Рус» – уполномоченного представителя компании Panasonic Corporation Ltd. на территории России.

РЕДКОЛОНКА

2 Леонид Коник, главный редактор

НОВОСТИ

6

ТЕМА НОМЕРА



ФОТО: WWW.DREAMTIME.COM

Технологические метаморфозы 12

Государственная комиссия по радиочастотам разрешила операторам запустить UMTS-сети в Москве и Московской области в классических GSM-диапазонах, создав тем самым прецедент рефарминга частотного ресурса в истории отечественных телекоммуникаций. Однако столичные операторы пока не могут в полной мере воспользоваться «подарком»: диапазон 900 МГц в Москве неэффективен, а для диапазона 1800 МГц нет 3G-оборудования. Операторы ждут, когда будет принято подобное решение и для остальной части России, чтобы запустить «дальнобойный» UMTS в малонаселенных регионах.

ПРОЕКТЫ



ФОТО: WWW.DREAMTIME.COM

Восставшая из пепла

24

Какие меры принимает Минкомсвязи РФ для того, чтобы вывести телеграфную подотрасль из кризиса

РЕГУЛИРОВАНИЕ

18 Иллюзия беззащитности

Насколько системы безопасности российских компаний готовы к вступлению в силу положения «О методах и способах защиты информации в информационных системах передачи данных»

СТАНДАРТ-Трибуна

27 Managed Services 2010

Участники международной конференции Managed Services 2010 обсудили тенденции развития рынка управляемых услуг в России

ТЕХНОЛОГИИ

32 Логистика онлайн-контента

Каковы перспективы рынка услуг по оптимизации доставки интернет-контента в России

38 ВОЛС в большом городе

Как происходит модернизация кабельной инфраструктуры в двух столицах

ПЕРВЫЕ ЛИЦА

46 Стабильность – в инновациях и качестве

О том, с какими итогами ГК «НАТЕКС» подходит к двадцатилетнему юбилею, рассказал исполнительный директор компании Денис Сорокин

АНОНСЫ

Читайте в декабрьском номере журнала «Стандарт»

- Карта главных событий 2010 года: цифровизация телерадиоэфира, кадровые рокировки, слияния и поглощения
- ИКТ-проекты года
- Рейтинги: ТВ-каналов, VSAT-операторов, сотовых компаний, связности сетей
- Реорганизация холдинга «Связьинвест»
- Корпоративные коммуникации на базе VoIP
- Календарь связиста и вещателя на 2011 год

МАРКЕТИНГ

48

Платежи в законе

Как изменится рынок электронной коммерции после принятия закона о Национальной платежной системе и легализации мобильных платежей

56

Революция высокого разрешения

Как телевидение высокой четкости вытеснит с рынка «стандартное разрешение» и кто заинтересован в революции стандартов вещания

60

Мобильный vs проводной

Как будут развиваться рынки мобильного и фиксированного широкополосного доступа в Интернет – конкурировать или дополнять друг друга

ИССЛЕДОВАНИЯ

64

Тест на социальную зрелость

Как крупнейшие отечественные телекоммуникационные компании реализуют принцип корпоративной социальной ответственности

ХРОНИКА РЕОРГАНИЗАЦИИ

66

Капитал акционеров

Сколько денег отдадут межрегиональные компании связи (МРК) и ОАО «Ростелеком» за лояльность инвесторов при создании объединенного оператора

КРУГЛЫЙ СТОЛ

70

Не вылететь в «трубу»

Как развиваться операторам широкополосного доступа, нужно ли создавать мультимедийные направления и какие проблемы возникают на этом пути, обсуждали участники круглого стола журнала «Стандарт»

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК

78

ХОББИ



фото: ГИМС

**Повороты судьбы**

76

Для генерального директора ФГУП «Космическая связь» Юрия Прохорова жизненным девизом стали услышанные в детстве слова тренера по горным лыжам: «Надо упираться в каждом повороте». Вернувшись в горнолыжный спорт после 20-летнего перерыва, он не только катается сам, но и ставит на лыжи друзей и знакомых.

СТАНДАРТ-ТЕХНО



ФОТО: WWW.ALSAPOWER.NET

**Радиорелейная мобилизация**

41

Как реагируют разработчики радиорелейных систем на изменение конъюнктуры рынка связи

ПРОФЕССИОНАЛЫ ОТРАСЛИ*

СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ЖУРНАЛА «СТАНДАРТ»

9

Говорит и показывает

Алексей Малинин,
заместитель министра связи
и массовых коммуникаций РФ

11

С высоты космического полета

Денис Пивнюк,
заместитель генерального
директора по экономике и финансам
ФГУП «Космическая связь»

15

Именем вещательной индустрии

Эдуард Сагалаев,
президент Национальной ассоциации
телерадиовещателей

26

Цифровой поток

Юрий Припачкин,
президент Ассоциации
кабельного телевидения России

АВТОРСКИЕ КОЛОНКИ*

СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ЖУРНАЛА «СТАНДАРТ»

54

0% рафинада

Инна Ерохина,
корреспондент газеты «Коммерсантъ»

58

Между тем

Тимофей Дзядко,
корреспондент газеты «Ведомости»

68

Нарочно не придумаешь

Антон Бурсак,
корреспондент газеты «РБК daily»

*Мнения авторов колонок могут не совпадать с редакционным

Зона .РФ открылась для всех

Координационный центр национального домена сети Интернет открыл регистрацию доменов в зоне .РФ для всех желающих в полдень 11 ноября. За период приоритетной регистрации, который длился почти год, в кириллической зоне набралось более 18 тыс. доменов.

Приоритетная регистрация осуществлялась с 25 ноября 2009 года по 16 сентября 2010 года для госорганов, а также в интересах обладателей исключительных прав на товарные знаки. В самом начале этого периода громкую огласку получила история с торговыми знаками, которые, по некоторым версиям, были специально зарегистрированы для получения популярных доменных имен с целью их последующей перепродажи. С 11 ноября 2010 года регистрация новых кириллических доменов доступна остальным гражданам РФ и юридическим лицам, зарегистрированным в России. В течение года с момента регистрации доменного имени в интернет-зоне .РФ будет действовать запрет на смену администратора домена. Для домена .РФ создан специальный стоп-лист, запрещающий использование доменных имен с ненормативной лексикой в названии.

Microsoft арендовал «Сколково»

Фонд «Сколково» и корпорация Microsoft подписали протокол о намерениях, согласно которому американская сторона реализует ряд проектов совместно с российскими партнерами. В частности, в «Сколково» разместится центр разработок Microsoft.



Выступая на открытии Международного форума по нанотехнологиям, **Стив Балмер** заявил, что Microsoft к 2013 году планирует на четверть увеличить производительность работы сотрудников российского офиса

Президент фонда «Сколково» Виктор Вексельберг и глава корпорации Microsoft Стив Балмер подписали соглашение 1 ноября на III Международном форуме по нанотехнологиям. В рамках сотрудничества американская корпорация намерена развивать пять направлений. В частности, в «Сколково» разместится центр разработок Microsoft, в котором будут создаваться элементы платформ Technical Computing и Microsoft Business Solutions. К некоторым видам разработок могут быть привлечены по контракту российские компании. Созданные в центре решения будут использованы не только в России, но и во всем мире. Кроме того, Microsoft намерена, совместно с российскими и зарубежными университетами и научно-исследовательскими институтами,

организовать исследовательские программы в ряде перспективных областей. В рамках сотрудничества корпорация расширит программу по поддержке российских инновационных стартапов. Помимо этого, Microsoft собирается оказывать финансовую поддержку начинающим компаниям в реализации самых перспективных идей на ранних стадиях. Планируется, что отбор номинантов будет осуществляться экспертным комитетом. В его состав войдут руководители российского офиса Microsoft и представители российских фондов, занимающихся посевными инвестициями. Также будет расширена программа BizSpark, в рамках которой Microsoft уже предоставил более чем 1500 стартапам платформу и средства разработки. В будущем планируется, что начинающие software-компании – резиденты «Сколково» – получат преимущественный доступ к облачным сервисам Microsoft. Помимо этого корпорация примет участие в создании центра коллективного доступа к ИТ-технологиям и Сколковского технологического университета.

Роскомнадзор анонсировал розыгрыш

Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) готовит конкурсы на GSM-частоты в диапазонах 900 МГц и 1800 МГц в регионах Дальнего Востока, Урала, Сибири и Поволжья. Регулятор разыгрывает 32 лицензии, в том числе 25 лицензий, изъятых у ООО «Сумма Телеком», и две лицензии, отобранные у ОАО «Новая телефонная компания» (НТК).

Анонс предстоящих конкурсов был опубликован на сайте ведомства 10 ноября 2010 года. Роскомнадзор намерен разыграть лицензии на использование частот в диапазонах 890-915 МГц, 935-960 МГц, 1710-1785 МГц и 1805-1880 МГц. Решение о выделении этих частот на территории 17 субъектов РФ Госкомиссия по радиочастотам (ГКРЧ) приняла 29 октября, а 8 ноября аппарат ГКРЧ уведомил об этом Роскомнадзор, который по закону должен вынести решение о проведении конкурсов не позднее чем через 45 рабочих дней с момента получения уведомления от ГКРЧ и опубликовать извещение о проведении торгов не менее чем за 45 рабочих дней до объявления даты конкурсов.

Россия донесла LTE до Вьетнама

Российская компания Alltech Telecom и вьетнамский телекоммуникационный оператор VNPT подписали соглашение о создании совместного предприятия RusViet Telecom, которое будет обслуживать сети LTE во Вьетнаме. Соглашение было подписано в рамках осеннего визита президента России Дмитрия Медведева во Вьетнам.

Компания RusViet Telecom получила лицензию на создание тестовых зон LTE во Вьетнаме 1 сентября 2010 года, и две первых тестовых зоны уже запущены в Ханое и Хошимине. Объем инвестиций в запуск LTE-сетей во Вьетнаме составит \$400 млн, а срок развертывания инфраструктуры – три года. Партнерами со стороны России и Вьетнама, инвестирующими в RusViet Telecom, стала отечественная компания Alltech Telecom и вьетнамский оператор связи VNPT (Vietnam Posts and Telecommunications Group). Alltech Telecom входит

в группу Alltech, основанную в 1993 году выпускниками МГТУ им. Н.Э. Баумана. Президентом группы Alltech является предприниматель Дмитрий Босов, совладелец российской группы компаний «Антарес». Эта группа планировала строить сети LTE в России в диапазоне 1900-1920 МГц, но Роскомнадзор запретил ей, как и другим владельцам частот, использовать их для внедрения новой технологии.

Alltech Telecom – не первая российская компания, вышедшая на рынок Вьетнама. Летом 2008 года ОАО «ВымпелКом» договорилось о создании совместного предприятия GTEL-Mobile с вьетнамским государственным предприятием Global Telecommunications Corporation (GTEL) и его «дочкой» GTel TSC. «ВымпелКом» владеет 40% в GTEL-Mobile, у GTel – 51%, а у GTel TSC – 9%. В июле 2009 года GTel-Mobile начал работу в стандарте GSM, однако в сентябре 2010 года «ВымпелКом» сообщил о вынужденной приостановке развития бизнеса во Вьетнаме, требуя от вьетнамских партнеров паритетных инвестиций.

ГРЧЦ сменил главу

Новым руководителем ФГУП «Главный радиочастотный центр» (ГРЧЦ) назначен Константин Чертков, ранее занимавший должность генерального директора Радиочастотного центра Северо-Западного федерального округа. Отставке прежнего главы ведомства Валерия Наследникова предшествовал скандал вокруг нелегального выделения частот ООО «Скартел».



Новому руководителю ГРЧЦ **Константину Черткову** предстоит разобраться с наследием Валерия Наследникова

Валерий Наследников освобожден от должности директора ГРЧЦ 22 октября. По информации пресс-службы Роскомнадзора, решение о прекращении контракта с руководителем было принято по итогам проверок ГРЧЦ, проведенных в августе 2010 года, и на основании заявления самого Валерия Наследникова. В результате проверок Роскомнадзор обнаружил ряд нарушений в деятельности ГРЧЦ, в частности при выдаче разрешений на использование частот 2,5-2,7 ГГц в 180 городах России для компании «Скартел» (бренд Yota). Роскомнадзор приказал отозвать эти разрешения, но «Скартел» добился в суде временного приостановления решения, что позволяет компании использовать выданные частоты как минимум до конца процесса.

Представитель Роскомнадзора Михаил Воробьев пояснил, что решение о расторжении договора с Валерием Наследниковым, возглавлявшим ГРЧЦ с 2006 года, было принято еще в сентябре, но Валерий Наследников долго находился на больничном и заявление об увольнении написал недавно.

Решение о назначении Константина Черткова новым руководителем ГРЧЦ глава Роскомнадзора Сергей Ситников принял в конце октября. Ранее Константин Чертков возглавлял

ФГУП «Радиочастотный центр Северо-Западного федерального округа» с 2006 года. На этом посту его сменил заместитель генерального директора Анатолий Абрамов, назначенный и.о. гендиректора.

«Связьинвест» удешевил роуминг

Холдинг «Связьинвест» вслед за «большой сотовой тройкой» изменил тарифы на межрегиональный роуминг. Начиная с 2011 года, находясь в регионах, где не представлен его оператор, любой абонент МРК «Связьинвеста» будет совершать звонки по единой цене, в среднем в три раза дешевле, чем раньше.

ОАО «Связьинвест» объявило о заключении глобального соглашения с одним из сотовых операторов «большой тройки», название которого не разглашается, на роуминговое обслуживание абонентов сотовых дочерних компаний холдинга. Со стороны «Связьинвеста» договор поддерживали дочерние компании, оказывающие услуги сотовой связи, включая ОАО «Уралсвязьинформ» (бренд Utel), ЗАО «Байкалвестком» (бренд BWC), ОАО «Енисейтелеком» (бренд ЕТК), ОАО «Нижегородская сотовая связь» (бренд НСС), ЗАО «АКОС», ОАО «Центртелеком» (бренд «Тамбов GSM»), ОАО «Дальсвязь» (бренд «Дальсвязь GSM») и ООО «Беспроводные информационные технологии» (бренд БИТ). В соответствии с подписанным соглашением, с начала 2011 года сотовые компании группы снижают абонентские тарифы на национальный роуминг до паритетного с «большой тройкой» единого тарифа как на минуту разговора, так и на SMS и мобильный доступ в Интернет.

В среднем произойдет трехкратное снижение тарифов на внутрироссийский роуминг, что, по оценке пресс-службы «Связьинвеста», позволит абонентам не менять оператора при поездках за пределы своих регионов и чувствовать себя клиентами объединенной компании еще до завершения реорганизации холдинга. При этом пресс-служба подчеркнула, что снижение цен никак не связано с процессом Федеральной антимонопольной службы в отношении операторов «большой сотовой тройки».

Panasonic и «НТВ-Плюс» соединились в 3D

ОАО «НТВ-Плюс» совместно с компанией Panasonic запустило телеканал, вещающий в формате 3D.

Канал «НТВ-Плюс 3D by Panasonic» доступен всем абонентам телекомпании в составе HD-пакета без дополнительной абонентской платы. Первое время вещание канала будет вестись ежедневно с 6 утра и до полуночи, но в дальнейшем время работы будет увеличено. В сетку вещания канала входят художественные и документальные фильмы, спортивные трансляции, музыка и анимация. Для просмотра канала потребуется рекомендованный телекомпанией «НТВ-Плюс» HD-ресивер, а также телевизор, поддерживающий формат 3D и активные очки.

«НТВ-Плюс» и компания Panasonic подписали партнерское соглашение в области 3D-вещания сроком на один год, с возможностью пролонгации до марта 2014 года. По информации партнеров, создание и развитие телеканала в первый год его существования обойдутся им в более чем \$3 млн.

«Ростелеком» укрепил менеджмент

ОАО «Ростелеком» создало новое подразделение – департамент управления закупками. Его возглавил Павел Рыбальский, экс-советник генерального директора компании. Кроме того, в «Ростелеком» вернулась Ольга Румянцева, покинувшая его в середине прошлого года. Она возглавила департамент продаж корпоративным клиентам «Ростелекома».

В новом качестве Павел Рыбальский будет отвечать за создание единого блока управления закупками объединенной компании, интеграцию закупочной деятельности всех ее подразделений, повышение прозрачности и экономической эффективности процесса закупок. Деятельность департамента управления закупок дополняет действующий при правлении компании тендерный комитет, целью работы которого является обеспечение принятия максимально эффективных решений при выборе поставщиков и подрядчиков по закупкам товаров, работ и услуг на тендерной основе. До назначения на новую должность Павел Рыбальский с июля 2009 года работал советником генерального директора ОАО «Ростелеком».

Главной задачей Ольги Румянцевой на позиции директора департамента продаж является создание эффективной системы работы с заказчиками, причем не только нынешнего «Ростелекома». Ольга Румянцева работала в «Ростелекоме» с 2004 по 2009 годы, поочередно занимая должности заместителя коммерческого директора – начальника управления маркетинга, коммерческого директора, директора департамента продаж и обслуживания клиентов, а также директора департамента по работе с массовым сегментом и МРК «Ростелекома». В 2009 году она покинула компанию, выразив желание найти новое место работы. С лета 2010 года, до возвращения в «Ростелеком», она занимала пост коммерческого директора ОАО «Связьдоринвест», 25% которого принадлежит госкорпорации «Ростехнологии». На базе «Связьдоринвеста» госкорпорация планирует создать крупного магистрального оператора, прокладывая магистраль вдоль автомобильных дорог России. Кресло коммерческого директора «Связьдоринвеста» после ухода Ольги Румянцевой остается вакантным.

«ВымпелКом» продолжил реорганизацию

ОАО «ВымпелКом» ввело должность вице-президента по организационному развитию и работе с персоналом бизнес-единицы «Россия». Ее занял бывший региональный директор Центрального региона компании «ВымпелКом» Михаил Яковлев. Кроме того, на должность руководителя по взаимодействию с федеральными органами власти ОАО «ВымпелКом» был назначен бывший сотрудник Федеральной службы по тарифам (ФСТ) Кирилл Степаненко.

Михаил Яковлев работает в ОАО «ВымпелКом» с 1997 года. В период до июня 2004 года он занимал посты коммерческого директора и директора по продажам. В июне 2004 года он был назначен коммерческим директором Московского региона компании, а с 2005 года возглавлял Центральный регион.

В новой должности перед Михаилом Яковлевым стоит задача эффективного управления стратегически важным подразделением и главным активом ОАО «ВымпелКом», так как, по информации пресс-службы оператора, рост бизнеса и конкурентоспособности все больше зависит от эффективности использования внутренних ресурсов компании, главный из которых – человеческий капитал. В бизнес-единице «Россия» работает около 30 тысяч человек. Должность директора Центрального региона пока вакантна, но «ВымпелКом» уже проводит конкурс на ее замещение.

Кирилл Степаненко пришел на должность руководителя по взаимодействию с федеральными органами власти ОАО «ВымпелКом» из ФСТ, где с мая по сентябрь 2010 года работал заместителем начальника управления связи. В течение предшествующих трех лет, с ноября 2007 года, он работал заместителем начальника отдела реформирования транспорта и связи Минэкономразвития РФ. Назначение Кирилла Степаненко – часть процесса укрепления направления по работе с госорганами, которую «ВымпелКом» проводит с осени 2010 года. Пресс-служба оператора пояснила, что назначенный в июне вице-президент по работе с госорганами «ВымпелКома» Павел Бородин собирает команду. В частности, 1 октября на должность директора по работе с органами власти был назначен Алексей Рокотян.

Новые назначения являются частью стратегии реорганизации управления ОАО «ВымпелКом». В июне 2010 года совет директоров разделил структуру компании на четыре бизнес-единицы: «Россия», «Украина», «СНГ» и «Международные бизнесы». Все они подчиняются непосредственно штаб-квартире управляющей компании Vimpelcom Ltd. в Амстердаме.

«Почта России» автоматизировала сортировку

«Почта России» запустила в тестовом режиме Санкт-Петербургский автоматизированный сортировочный центр, через который будет проходить 8% почтового обмена страны. Постепенно на него будут переключаться почтовые потоки Петербурга, Ленинградской, Новгородской и Псковской областей. На полную мощность центр выйдет во II квартале 2011 года.



ФОТО: СТАНДАРТ

Впервые технологию автоматизации сортировочного центра «Почта России» продемонстрировала весной в ходе выставки «Связь-Экспокомм 2010»

«Почта России» инвестировала в автоматизированный сортировочный центр (АСЦ) €50 млн. Строительство, поставку и монтаж сортировочного оборудования осуществляла немецкая компания Siemens AG. Пресс-служба предприятия сообщила, что центр принял и обработал в тестовом режиме

первую партию почты. Теперь объемы обрабатываемой корреспонденции будут увеличиваться, и поэтапно к центру будут подключаться новые территории. Почтовые потоки Петербурга и Ленинградской области полностью переклучатся на автоматизированный сортировочный центр к началу 2011 года, затем придет очередь Новгородской и Псковской областей. Переход к полномасштабной эксплуатации центра запланирован на II квартал 2011 года. По информации пресс-службы «Почты России», при выходе АСЦ на полную мощность его будут обслуживать 780 сотрудников. В сутки центр сможет обрабатывать до 1,5 млн единиц письменной корреспонденции и около 180 тыс. посылок. Его преимущество заключается в том, что почтовая корреспонденция сортируется не в пять-семь этапов, как раньше, а в два-три.

Это уже второй автоматизированный сортировочный центр «Почты России». Первый был открыт в подмосковном Подольске в конце 2009 года. Он построен на оборудовании итальянской Elsag Datamat S.p.A. за €55 млн и предназначен для обслуживания почтовых потоков Центрального федерального округа: Москвы, Московской, Тверской, Ивановской, Рязанской, Тульской, Владимирской и Калужской областей. Через Подольский АСЦ проходит 25% почтового обмена России. Петербургский центр будет обрабатывать 8% почтового обмена России. «Почта России» намерена открыть новые сортировочные центры в Ростове-на-Дону и Новосибирске (работа по этим проектам уже начата), а также в Самаре, Воронеже, Нижнем Новгороде и Минеральных Водах (их проектирование начнется в 2011 году).

МТС подключил «Комстар» к 3G

ОАО «Мобильные ТелеСистемы» (МТС) начало подключать базовые станции 3G в Московском регионе к мультисервисной сети ОАО «Комстар-ОТС». К концу 2010 года операторы планируют подключить около 300 базовых станций, а в 2011 году перевести половину вышек МТС на фиксированные линии связи.

В октябре 2010 года «Комстар» модернизировал и расширил столичную мультисервисную транспортную сеть передачи данных, работающую по технологии IP/MPLS. Инвестиции в проект составили около 250 млн руб. Транспортная сеть передачи данных построена по архитектуре периферийных полуколец, соединенных ядром сети с пропускной способностью 10 Гбит/с.

В сотовой сети МТС в Московском регионе обслуживается 13 млн абонентов. Сотовый оператор планирует до конца 2010 года подключить к транспортной сети «Комстар-ОТС» более 300 базовых станций сети мобильной связи в Москве и Московской области. Совместно с программой строительства волоконно-оптических линий связи МТС (там, где нет сетей «Комстара») это позволит в первой половине 2011 года подключить каждую вторую базовую станцию сети 3G по фиксированной линии связи с запасом по пропускной способности, необходимым в свете роста объемов потребляемого трафика.

Совместная работа в Московском регионе – не первый шаг «Комстар-ОТС» и МТС по объединению сетей. В сентябре этого года «Комстар» завершил работы по расширению IP-сети на направлении «Москва – Петербург – Стокгольм» и полностью перешел с арендованных каналов на каналы связи МТС. Ранее, в августе, МТС создала новую бизнес-единицу «Магистральная сеть», призванную оптимизировать управление магистральными активами МТС.

Расширение информационного пространства



ФОТО: СТАНДАРТ

Поговорим о том, как будут развиваться медиа, какие возникнут новые возможности и опасности. Де-факто все мы сегодня – участники некой игры, в которой пока еще непонятны все правила, и неясно, когда мы придем к конечному результату. Возникает вопрос: какая в этой игре ответственность индивидуумов, общества и государства? Мне кажется, что попытки разделить все медиа на «старые» и «новые» беспочвенны. И все разговоры о смерти традиционных медиа напоминают

разговоры о скорой смерти театра, после того как появился кинематограф. Если согласиться с тем, что одной из главных задач развития информационных технологий является развитие творческого потенциала нации, то одна из главных задач государства – создание условий, новых площадок и сервисов для реализации этого потенциала. Государство, на мой взгляд, должно очень аккуратно вмешиваться в процессы, в первую очередь, преследуя цели развития. Если говорить о медиаиндустрии, то, в первую очередь, государство должно разработать четкий и конкретный план поддержки отечественного производителя.

Контент играет сегодня главную роль. Часто приходится слышать разговоры о появлении некой новой касты людей, которые могут управлять информацией и стоят как бы на вершине пирамиды. С одной стороны, это так, но с другой стороны, развитие новых технологий как раз и позволяет каждому человеку вне зависимости от того, где он живет, постоянно находиться в привычном для себя информационном поле и принимать непосредственное участие в создании этого поля. Говоря о необходимости поддержки производства отечественного контента, хочу отметить, что не стоит бояться прихода на российский медиарынок крупных международных компаний-мейджоров. Если они приходят и готовы производить у нас контент, это надо только приветствовать. При этом серьезные возможности открываются и перед отечественными производителями контента, та же цифровизация – первый маленький шаг к расширению информационного пространства страны.

Очень важно, что в рамках ФЦП мы фактически строим инфраструктуру, позволяющую гражданам, проживающим далеко от больших городов, избалованных скоростным Интернетом и кабельным ТВ, получить доступ к информации наравне с мегаполисами. Сегодня из 924 объектов цифрового эфирного ТВ-вещания, которые строятся на Дальнем Востоке, уже более 250 вызывают интерес операторов «большой тройки» с точки зрения использования их для прихода в населенные пункты с услугами мобильной связи, Интернета и т.д. Таким образом, мы создаем инфраструктуру, которая позволит строить сети не только телевизионного вещания, но и телефони, ШПД на всей территории страны.

Хочу призвать производителей оборудования и ПО активнее сотрудничать с нашими институтами и школами. С одной стороны, это поможет обучать подрастающее поколение, а с другой стороны, человек, привыкший работать на конкретном оборудовании, в будущем – его потенциальный заказчик. Кроме того, мы будем рады любым предложениям от производителей оборудования по участию в работе российских технопарков.

Алексей Малинин,
заместитель министра связи и массовых коммуникаций РФ,
специально для «Стандарта»

Netbynet собрал Puzzle

Холдинг Netbynet приобрел ШПД-оператора «Инетэра», обслуживающего частных пользователей в Центральном федеральном округе под брендом Puzzle. Прежние владельцы обменяли 100% ООО «Инетэра» на миноритарный пакет акций Netbynet.

О закрытии сделки редакции «Стандарта» сообщил в начале ноября 2010 года источник, близкий к продавцу. По его информации, владельцы ООО «Инетэра» (ООО «Интербизнесстелеком» – 75% и Михаил Маркович Китаин – 25%) обменяли 100% акций компании на миноритарный пакет в ООО «НэтБайНэт Холдинг», размер которого источник не раскрыл. Генеральный директор Netbynet Вадим Курин подтвердил корреспонденту «Стандарта», что сделка состоялась, отказавшись раскрыть ее параметры. Головная компания «Инетэра» объединяет операторов ШПД в Курской, Воронежской, Белгородской, Орловской и Липецкой областях. Они оказывают услуги под брендом Puzzle, в совокупности обслуживая 80 тыс. абонентов. Всех этих операторов ждет ребрендинг, поскольку в дальнейшем они будут работать под брендом Netbynet.

партнерам «Сколково» стал Роман Романовский, ранее занимавший пост руководителя департамента планирования инвестиций и технического развития ОАО «Корпорация Иркут». Руководителем департамента международного развития фонда «Сколково» назначен Алексей Ситников, советник губернатора Кировской области. Инвестиционным директором инновационного центра «Сколково» стал основатель венчурной компании Ruvento Вячеслав Солоницын. А исполнительным директором кластера информационных технологий «Сколково» стал Александр Туркот, с 2007 по 2009 годы занимавший пост генерального директора компании My Space в России.

«Триколор ТВ» замахнулся на HDTV

ЗАО «Национальная спутниковая компания» (бренд «Триколор ТВ») планирует транслировать HD-каналы. Компания уже ведет переговоры со спутниковыми операторами об аренде дополнительной емкости, однако пока не определилась с тем, какой HD-контент и в каком объеме будет представлен абонентам.

Оператор спутникового телевидения «Триколор ТВ» предоставляет услуги цифрового телевидения на европейской территории России с 2005 года, а также на территории Уральского, Сибирского и части Дальневосточного округа – с декабря 2007 года. Пока что «Триколор ТВ» транслирует 73 канала в стандарте MPEG-2 и MPEG-4 в Центральном регионе и 50 каналов – в Сибири, при этом в сетке вещания нет ни одного HD-канала. Это связано с тем, что абонентские приставки оператора не поддерживают работу с HD-контентом, поэтому для просмотра каналов высокой четкости абонентам потребуется приобрести новое оборудование. Пока неясно, какое оборудование будет рекомендовано для приема HD-каналов. Возможно, это будут HD-приемники производства калининградского завода General Satellite, поскольку «Триколор ТВ» рекомендует абонентам оборудование именно этой марки (тем более что у обеих компаний, по данным «Стандарта», есть общие владельцы).

Пока «Триколор ТВ» ведет переговоры об аренде дополнительной емкости под вещание телеканалов высокой четкости, прежде всего, на спутнике «Бонум-1».

«Сколково» обрел топ-менеджмент

Президент фонда развития Центра разработки и коммерциализации новых технологий (фонд «Сколково») Виктор Вексельберг сформировал состав топ-менеджмента. В команду фонда вошли девять руководителей.



Глава проекта «Сколково» Виктор Вексельберг собрал команду менеджеров, которой предстоит создать российский аналог Силиконовой долины

Главным управляющим директором по образованию и исследованиям фонда «Сколково» назначен Олег Алексеев. Ранее он занимал пост директора по управлению персоналом и корпоративным отношениям в группе компаний «Ренова». Руководителем аппарата фонда назначен Павел Королев, до этого занимавший кресло заместителя руководителя администрации губернатора Свердловской области. Главным исполнительным директором инновационного центра «Сколково» назначен Михаил Мошиашвили, прежде работавший генеральным директором ЗАО «ЭйрЮнион». Сити-менеджером инновационного центра «Сколково» назначен Виктор Маслаков, генеральный директор и председатель совета директоров ЗАО «Ренова – СтройГруп». Исполнительным директором кластера биологических и медицинских технологий инновационного центра «Сколково» стал Игорь Горянин, с 1997 года работавший на руководящих должностях в фармацевтической компании GlaxoSmithKline. Управляющим директором по ключевым

«Ростелеком» пересчитал дивиденды

Собрание акционеров ОАО «Ростелеком» 10 ноября отклонило инициированные бывшим генеральным директором ОАО «Связьинвест» Евгением Юрченко поправки в устав компании об увеличении дивидендов на привилегированные акции. Оператор намерен разработать новый механизм расчета дивидендов на «префы», стоимость которых заметно снизилась.

Евгений Юрченко, бывший глава «Связьинвеста» (холдинга, контролирующего ОАО «Ростелеком»), предлагал на выплату дивидендов 30% чистой прибыли компании, из которых 20% предполагалось выплачивать держателям обыкновенных акций и 10% – владельцам «префов». «В уставе «Ростелекома» четко не прописано, какая часть чистой прибыли должна идти на выплату дивидендов по «префам», – пояснял Евгений Юрченко в августе на пресс-конференции. По его словам, владельцы привилегированных акций «Ростелекома» всегда были унижены и оскорблены, так как никогда не получали в виде дивидендов более

2% от чистой прибыли компании. Предлагаемые Евгением Юрченко поправки существенно увеличивали дивидендную доходность «префов». Однако Внешэкономбанк, который управляет почти 40% акций «Ростелекома» и у которого со «Связьинвестом» заключено акционерное соглашение, проголосовал против поправок. Совет директоров Ассоциации по защите прав инвесторов (АПИ – представляет интересы миноритариев в советах директоров МРК «Связьинвеста») также признал поправку не соответствующей интересам акционеров. С точки зрения ассоциации, рост дивидендной доходности «префов» повлечет ущерб для владельцев обыкновенных акций. После того как поправки Евгения Юрченко были отклонены, бумаги «Ростелекома» за несколько часов понизились в цене: обыкновенные акции на ММВБ упали на 1,6%, а «префы» – почти на 5%.

Министр реорганизовал Роскомнадзор

Министр связи и массовых коммуникаций РФ Игорь Щеголев назначил руководителей трех новых управлений Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор), сформированных после реорганизации шести ее территориальных структурных подразделений.

Объединенное управление по Тюменской области, Ханты-Мансийскому автономному округу – Югре и Ямало-Ненецкому автономному округу возглавил Владимир Калашников, до этого бывший руководителем Управления Роскомнадзора по Тюменской области. Сергей Кузенков, возглавлявший Управление по Краснодарскому краю, назначен руководителем реорганизованного Управления по Краснодарскому краю и Адыгее. Сергей Костылев, руководивший Управлением по Хабаровскому краю, стал главой Управления Федеральной службы по Хабаровскому краю и Еврейской АО. Министр подписал соответствующие приказы 18 октября и 1 ноября 2010 года.

В июле 2010 года Игорь Щеголев издал распоряжение о реорганизации шести территориальных управлений Федеральной службы. В связи с этим, по приказу руководителя Роскомнадзора Сергея Ситникова, адыгейское Управление было присоединено к Управлению Федеральной службы по Краснодарскому краю, Управление по Еврейской АО – к Управлению по Хабаровскому краю. Управление по Ханты-Мансийскому АО – Югре и Ямало-Ненецкому АО было реорганизовано путем присоединения к Управлению Роскомнадзора по Тюменской области. Суммарно в состав Роскомнадзора входит 75 территориальных управлений. До реорганизации их было 78.

Уточнение

В октябрьском номере «Стандарта» №10 (93) на странице 36 была неверно указана должность Анатолия Шилова, который является заместителем руководителя Федерального космического агентства.

Также в приложении «Структура органов регулирования рынка связи в РФ» допущена неточность в должности Пономарева Ильи Владимировича, который является членом Комитета Государственной Думы по информационной политике, информационным технологиям и связи, а также председателем Подкомитета по технологическому развитию.

Редакция приносит извинения за допущенные неточности.

Акционер и партнер



фото: ГПКС

В 2010 году, 8 ноября, состоялось заседание совета директоров европейского спутникового оператора Eutelsat S. A., прошедшее сразу после годового собрания акционеров. ГПКС является акционером Eutelsat – Российской Федерации принадлежит 3,4% акций этого оператора, что дает ГПКС, как представителю администрации связи, право на одно место в совете директоров. Одним из пунктов повестки дня общего собрания было переизбрание членов совета директоров (от ГПКС на очередной год вновь избран Денис Пивнюк, – прим. «Стандарта»). Председателем совета директоров снова был назначен Джулиано Берретта (бывший гендиректор Eutelsat Communications, – прим. «Стандарта»), а генеральным директором Eutelsat – Мишель де Розен.

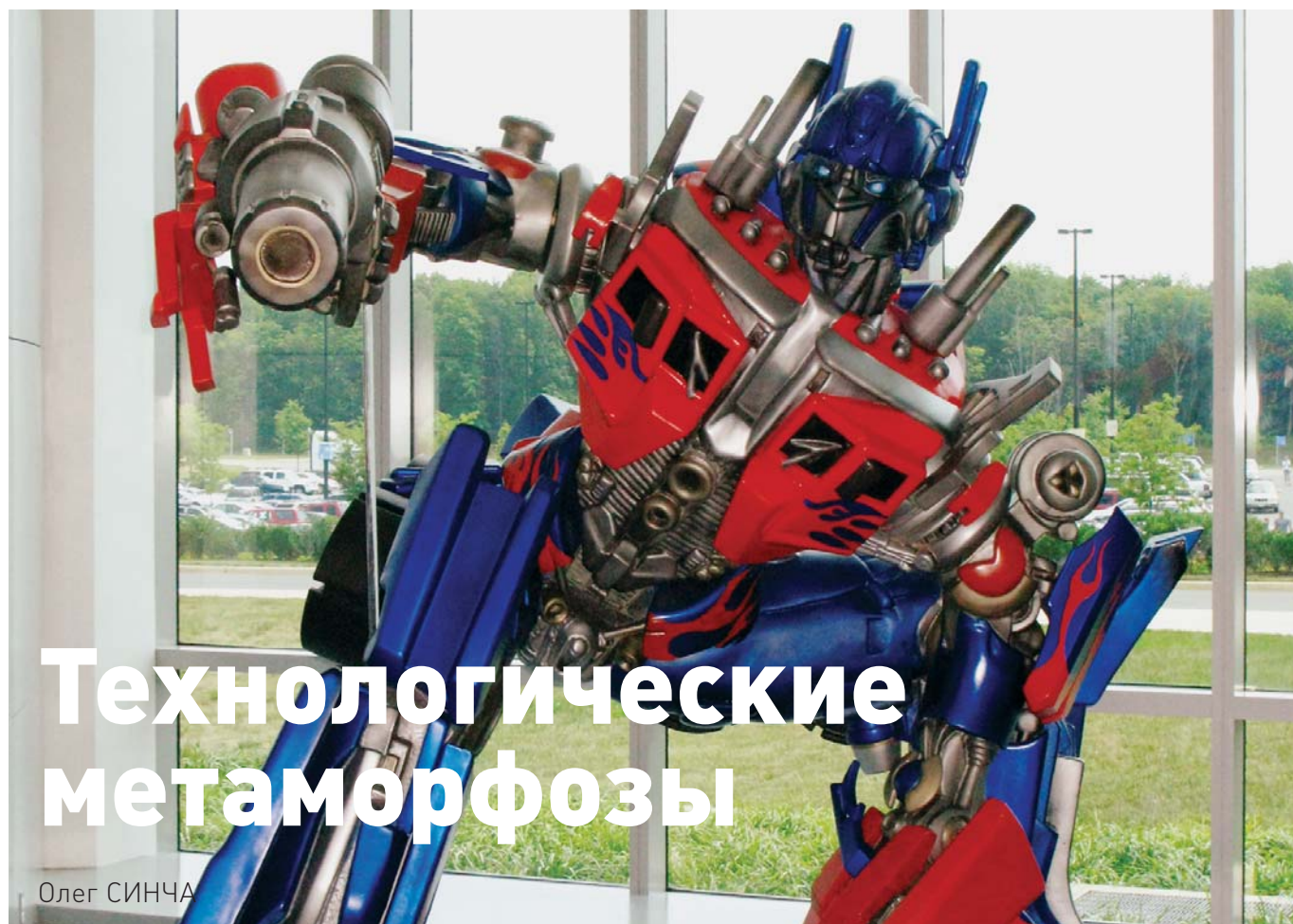
На заседании говорилось и о состоянии и перспективах развития орбитальной группировки Eutelsat, в частности о предстоящем 20 декабря важном запуске спутника KA-SAT – уникального аппарата, который оснащен ретрансляторами исключительно Ка-диапазона. Два луча KA-SAT будут светить на Россию (Москву и Калининград), и ГПКС обсуждает с Eutelsat возможность работы в этих лучах.

При этом хотелось бы отметить, что основное взаимодействие между ГПКС и Eutelsat складывается за пределами корпоративных рамок: мы работаем на рынке как два самостоятельных оператора, выстраивающих долгосрочное и взаимовыгодное сотрудничество. К примеру, нашим клиентом является компания «НТВ-Плюс», которая также арендует емкость на спутнике Eutelsat W4. Тем не менее участие в капитале Eutelsat несет для ГПКС и прямую выгоду, ведь этот оператор ежегодно начисляет дивиденды.

Но значение участия в совете директоров такого крупного ведущего мирового оператора спутниковой связи, как Eutelsat, нельзя недооценивать: мы получаем неоценимый опыт в сфере корпоративных отношений, бизнеса, риск-менеджмента, вопросов резервирования и т.д. Конечно, нельзя сказать, что мы слепо копируем подходы Eutelsat, скорее мы используем возможность перенимать лучшее, концентрируясь на самых перспективных направлениях. Eutelsat уделяет огромное внимание развитию услуг с добавленной стоимостью – прежде всего, доставке и распространению ТВ-сигнала. Мы видим, что структура доходов ведущих мировых операторов отличается от нашей: если у них три четверти выручки приносит непосредственное спутниковое телевидение (СНТВ), то у ГПКС телевизионные сервисы дают не более 25% выручки.

В настоящее время мы работаем в основном с операторами, которые предоставляют услугу конечному пользователю, но в планах ГПКС – развивать наиболее прибыльные сегменты, и в том числе направление конечных услуг: это касается и наших VSAT-проектов, и СНТВ, и ШПД.

Денис Пивнюк,
заместитель генерального директора
по экономике и финансам ФГУП «Космическая связь»,
специально для «Стандарта»



Технологические метаморфозы

Олег СИНЧА

Государственная комиссия по радиочастотам разрешила операторам запустить UMTS-сети в Москве и Московской области в классических GSM-диапазонах. Это первый случай рефарминга частотного ресурса в истории российского телекома. Однако операторы пока не могут в полной мере воспользоваться «подарком»: диапазон 900 МГц в Москве неэффективен, а для диапазона 1800 МГц нет 3G-оборудования. «Большая тройка» ждет, когда аналогичное решение будет принято для остальной России, чтобы запустить «дальнобойный» UMTS в малонаселенных регионах. А диапазон 1800 МГц операторы намерены приберечь до получения LTE-лицензий.

На открытом заседании, состоявшемся 29 октября 2010 года, Государственная комиссия по радиочастотам (ГКРЧ) признала возможным использование отдельных полос радиочастот в диапазонах 900/1800 МГц (890-915 МГц, 935-960 МГц, 1710-1785 МГц и 1805-1880 МГц) для создания сетей мобильной связи третьего поколения IMT-2000/UMTS в Московском регионе. В России это первый случай, когда операторы

получили разрешение на переиспользование частотного диапазона, выданного под одну технологию, для развертывания другой.

Дорогая моя столица

В октябре 2007 года ОАО «МегаФон» в Петербурге запустило первую в России UMTS-сеть. В 2008 году с разницей в несколько месяцев в Северной столице заработали 3G-сети и у двух оставшихся представителей «большой тройки». В 2009 году «ВымпелКом»

первым из лицензиатов декларировал создание сетей во всех субъектах РФ. К маю 2010 года исполнили требования лицензий и МТС с «МегаФоном». Совокупные инвестиции операторов в создание сетей третьего поколения превысили \$6 млрд. Наиболее проблемным регионом для внедрения 3G оказалась Москва. В 2007 году операторы получили лицензии на всю страну, однако обнаружилось, что в столице свободных частот в диапазоне

2,1 ГГц нет. Договориться с военными удалось только после того, как в октябре 2009 года президент РФ Дмитрий Медведев на заседании комиссии по модернизации и технологическому развитию экономики России заявил, что не имеет в столице сети третьего поколения — это позор, и дал распоряжение Минкомсвязи и Минобороны решить этот вопрос. К середине декабря 2009 года частоты в диапазоне 2,1 ГГц в столице были найдены.



фото: «ВымпелКом»

По словам руководителя департамента технологического развития сети доступа ОАО «ВымпелКом» **Александра Балюка**, проблемы с военными в Москве вынудили операторов запускать 3G в тех полосах частот, к которым у военных уже нет претензий



фото: МТС

Вице-президент по технике ОАО «МТС» **Андрей Ушацкий** обещает, что сегменты UMTS-сети в диапазоне 900 МГц могут быть запущены в Подмоскowie уже летом 2011 года

Однако из-за того, что UMTS-диапазон используется системами стратегического назначения, военные выдали согласие на установку немногим более двух тысяч базовых станций. И если до 2010 года увидеть символ 3G в телефоне можно было только в фешенебельном столичном бизнес-центре или на станциях метро, то к лету «островков» третьего поколения в Москве стало ощутимо больше. «Ограничения на количество базовых станций UMTS и их характеристики связаны с особым статусом столицы в плане охраны воздушного пространства. Поэтому в Москве существуют более строгие требования к электромагнитной совместимости военных и гражданских систем, чем в других регионах», – говорит ведущий консультант J'son & Partners Виталий Солонин.

По словам руководителя департамента технологического развития сети доступа ОАО «ВымпелКом» Александра Балюка, потребность в рефарминге возникла из-за жесткой позиции военных по отношению к диапазону 2,1 ГГц, в котором работают UMTS-сети. Но наличный ресурс позволяет операторам «большой тройки» переиспользовать диапазоны 900/1800 МГц для запуска 3G. В марте 2009 года ГКРЧ поручила лаборатории ФГУП «Научно-исследовательский институт радио» (НИИР) провести исследования о возможности строительства сетей третьего поколения стандарта UMTS в диапазонах, предназначенных для GSM. С этой целью операторы «большой тройки» по рекомендации НИИР в двух опытных зонах (в Москве и подмосковном Серпухове) установили по

несколько десятков базовых станций. «Совместно с НИИР мы провели испытания на электромагнитную совместимость, которые показали возможность использования GSM-частот для разворачивания 3G», – говорит Александр Балюк.

Заместитель начальника лаборатории НИИР Вадим Посакаухин на заседании комиссии доложил, что исследования не выявили помех при работе оборудования двух стандартов. По его словам, одновременное использование технологий GSM и UMTS в диапазонах частот 900/1800 МГц практически не отразилось на качестве передачи голосовых данных.

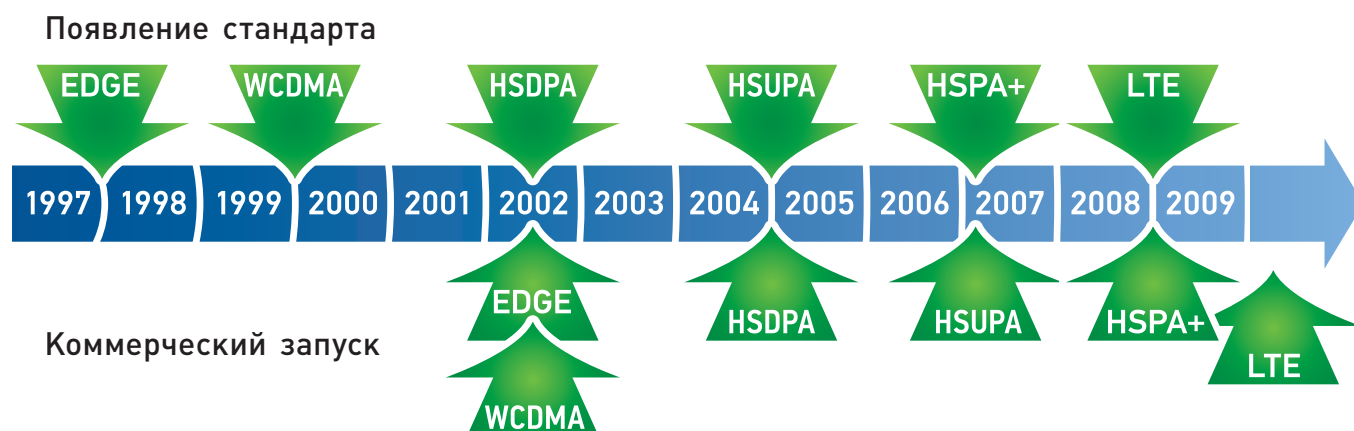
Эффект челобитной

В 2010 году операторы «большой тройки» доказали, что они реальная сила, которая способна повлиять на рынок. Летом, когда

возникла угроза их интересам со стороны военных, «ВымпелКом», «МегаФон» и МТС не стали апеллировать к регулятору, а обратились непосредственно к руководству страны. В июне министр обороны Анатолий Сердюков обратился к Дмитрию Медведеву с просьбой предоставить частотный ресурс для разворачивания LTE-сетей двойного назначения в диапазоне 2,5-2,7 ГГц компании «Основа телеком», блок-пакет в которой принадлежит подведомственному Минобороны оператору «Воентелеком». Уже в июле «большая тройка» обратилась к премьер-министру Владимиру Путину с общей просьбой – не предоставлять дефицитный ресурс компаниям-новичкам.

В октябре 2009 года руководитель правительства дал поручение Минкомсвязи составить

Эволюция стандартов мобильной передачи данных



Источник: международная организация 3rd Generation Partnership Project (3GPP)



По мнению руководителя подразделения по работе с госорганами и отраслевыми ассоциациями Ericsson в Северной Европе и Центральной Азии **Михаила Подопрыгалова**, транспортная инфраструктура «большой тройки» в Москве не способна справиться со стремительно растущим объемом мобильных данных



Технический директор «Tele2 Россия» **Ритварс Криевс** говорит, что оператор готов поделиться с Россией опытом по запуску LTE-сети в диапазоне 900 МГц

проект по оптимизации частот в диапазонах 900 МГц и 1800 МГц, оценив возможность использования диапазона для развертывания сетей третьего и четвертого поколения. Отчитаться перед правительством о проделанной работе министра связи и массовых коммуникаций Игоря Щеголева обязали не позднее 15 декабря. И уже 29 октября ГКРЧ на заседании признала, что GSM-диапазоны могут быть использованы для развертывания 3G-сетей в Московском регионе, и поручила Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) совместно с операторами сотовой связи провести работу по оптимизации использования радиочастотного ресурса. В пресс-службе Минкомсвязи

корреспонденту «Стандарта» сообщили: «В рамках выполнения этого поручения заместитель руководителя Роскомнадзора Александр Катулевский провел совещание с участием операторов связи – компаний МТС, «ВымпелКом», «МегаФон», «Tele2 Россия» и «Связьинвест». На заседании были приглашены также представители Государственной радиочастотной службы и Национальной радиоассоциации. Участники совещания обсудили возможность разработки общей концепции развития систем мобильной связи». Следующее совещание Роскомнадзора с представителями рынка пройдет в декабре – на нем, по информации пресс-службы Минкомсвязи, участники рынка должны представить позиции. Результаты исследования

по Москве и Московской области Роскомнадзор обязан сообщить ГКРЧ до июня 2011 года. К этому же сроку должны быть завершены аналогичные исследования по другим регионам.

Александр Балюк из «ВымпелКома» сообщает, что операторы уже готовы запускать 3G-сети в диапазоне 900 МГц в Москве и Подмосковье, однако сроки коммерческих запусков во многом зависят от регулятора. По мнению аналитика J'son & Partners Виталия Солонина, в Подмосковье уже в 2011 году могут появиться сети UMTS в диапазоне 900 МГц. «В других регионах подобные сети операторы запускают, в лучшем случае, во второй половине 2011 года. А скорее всего, не раньше 2012 года.

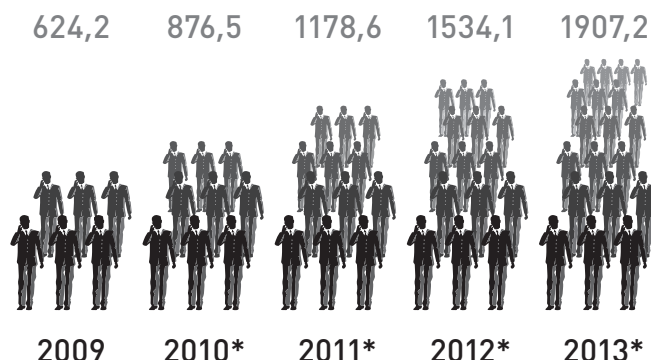
Вице-президент по технике ОАО «МТС» Андрей Ушацкий говорит: «Решение

о возможности использовать частоты GSM для развития UMTS в Москве и Московской области мы рассматриваем как первый шаг на пути к технологической нейтральности. Это позволит нам в зонах с ограничениями по мощности излучения оборудования развешивать сети 3G. Частот для этого у МТС достаточно и в диапазоне 900 МГц, и в 1800 МГц». По его мнению, сегменты сети в диапазоне 900 МГц могут быть запущены в Подмосковье уже летом 2011 года.

В кругленькую сумму
Операторы «большой тройки» туманно комментируют возможный эффект от решения ГКРЧ. Например, директор столичного филиала ОАО «МегаФон» Игорь Парфенов так ответил на запрос «Стандарта»: «В первую очередь от этого решения

Абонентская база сетей 3G в мире

(млн)

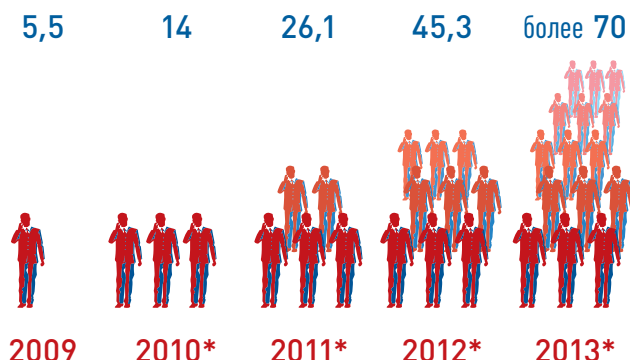


* Прогноз

Источник: Wireless Intelligence

Абонентская база сетей 3G в России

(млн)



* Прогноз

Источник: ComNews Research

выигрывают наши абоненты, так как дополнительные частоты в диапазоне 900 МГц позволяют нам значительно повысить качество связи и улучшить покрытие внутри помещений».

Неопределенность оценок у операторов связана с тем, что «большая тройка» де-факто не готова к запуску полноценных 3G-сетей в Московском регионе – операторы не успели развить городские транспортные сети. По словам вице-президента по работе с госорганами и отраслевыми ассоциациями Ericsson, регион Северная Европа и Центральная Азия, Михаила Подопрыгалова, с базовыми станциями проблем не будет. «Не поручусь за всех производителей, но GSM-базовые станции Ericsson, выпущенные после 2007 года, модернизируются до UMTS программно. Главная проблема, с которой столкнутся мобильные операторы, – это дефицит транспортных сетей», – говорит он. По словам Михаила Подопрыгалова, далеко не вся транспортная инфраструктура, соединяющая сайты, способна справиться со стремительно растущим объемом мобильных данных. Тем более, что «большая тройка» активно использует арендованные каналы, об увеличении пропускной способности которых придется дополнительно договариваться с их владельцами.

В результате, по оценке аналитика ИК «Финам» Эльдара Вагабова, необходимый объем инвестиций в строительство 3G-сети в Московском регионе для каждой компании в отдельности может превысить 60 млрд руб. или чуть менее \$2 млрд. То есть создание полноценной сети в Москве и области может стоить операторам почти столько же, сколько они уже вложили в 3G-сети по всей России. «Столичная сеть много плотнее региональных, и поэтому она более капиталоемкая», – говорит аналитик. Более того, Эльдар Вагабов убежден, что «переделка» сетей третьего поколения

потребуется не только в Москве, но и на всей остальной территории страны.

Музыка для никого

По словам Виталия Солонина из J'son & Partners, расчеты финского оператора Elisa показывают, что при переходе из верхнего частотного диапазона (2,1 ГГц) в нижний (900 МГц) величина капитальных и операционных расходов оператора снижается на 50-70%. Экономия, в основном, достигается за счет сокращения количества базовых станций, необходимых для покрытия единицы площади. В мире, по состоянию на конец III квартала 2010 года, насчитывалось 24 UMTS-сети, работающих на частоте 900 МГц. И количество таких сетей постоянно растет.

По словам технического директора «Tele2 Россия» Ритварса Криевса, в ноябре Tele2 запустил в коммерческую эксплуатацию LTE-сеть в Швеции, работающую в диапазоне 900 МГц. «LTE от Tele2 работает в четырех городах Швеции. Рабочая скорость мобильного доступа в Интернет – 80 Мбит/с», – рассказывает Ритварс Криевс, и добавляет, что компания готова воспроизвести в России наработанный опыт.

Однако технологии, которые хороши в населенных пунктах с малоэтажной застройкой, не всегда эффективны в большом городе. В Москве операторы давно уже не решают задачи максимальной площади покрытия. «Частота 900 МГц – не самый интересный диапазон для развертывания UMTS-сетей в таком мегаполисе, как Москва. «Девятисотые» частоты имеет смысл использовать, когда необходимо покрыть обширную и малозаселенную территорию. В столице же принципиально другие проблемы: сети операторов не справляются с объемом данных. Базовые станции, которые «стреляют» почти на 30 км, в некоторых районах Москвы приходится устанавливать через каждые 500 метров – слишком

Будущее по сценарию



фото: СТАНДАРТ

В середине месяца – 16-18 ноября, во Всероссийском выставочном центре состоялись два важных для вещательной индустрии события: Международная выставка профессионального оборудования в сфере теле-, радио- и интернет-вещания NAT-EXPO и XIV Международный конгресс NAT.

На конгрессе в центре внимания было обсуждение моделей развития телерадиовещания в условиях перехода на цифровые технологии и возникновения универсальной среды

распространения контента. В первый день работы конгресса сценарии развития индустрии представили более двадцати лидеров отрасли, включая заместителя министра связи и массовых коммуникаций России Александра Жарова, руководителя Роскомнадзора Сергея Ситникова и почетного председателя Исследовательской комиссии по вещанию ITU Марка Кривошеева.

Особый резонанс в кулуарах вызвал сценарий президента холдинга «ПрофМедиа» Рафаэля Аكوпова, который назывался «Телевидение без башни. От метафоры – к реальности». Он утверждал, что эфирная «цифра» уже является «устаревшей технологией», что она не нужна ни вещателям, ни зрителям, ни стране вообще, а реализация ФЦП развития телерадиовещания должна быть приостановлена. Идеи первой части выступления Рафаэля Аكوпова получили своеобразие развитие в сценарии гендиректора «ТНТ-Телесеть» Романа Петренко и генпродюсера «СТС Медиа» Вячеслава Муругова, хотя тотального исключения телеканалов из медиaprостранства будущего они не прогнозируют.

Роман Петренко выделил основные тренды развития медиасреды: компьютер превращается в универсальный медиacentр; телевизор становится компьютером; развиваются беспроводные технологии (3G, 4G, Wi-Fi, LTE). Главная линия развития связана с Интернетом и интерактивными возможностями, которые позволяют получать контент в любом месте и в любое время, и дают возможность каждому открыть телеканал. Телевидение, по мнению вице-президента NAT, остается, как нелинейное, взамен «канального». Петренко считает, что в результате, усилится роль бренда, а количество агрегаторов контента будет ограниченным.

Сценарий Вячеслава Муругова назывался «Будущее телевизионного контента в эфире и других средах. Идем к зрителю!». По мнению Вячеслава Муругова, вещателям важно использовать все возможные виды коммуникации со зрителями, рассматривать новые принципы дистрибуции и продвижения контента, в том числе в социальных сетях.

На конгрессе озвучивались и иные сценарии, отражающие многообразие представлений о российском вещательном рынке накануне значительных перемен. Ландшафт телерадиоиндустрии «доцифровой» эпохи отражен в Атласе телевидения и радио России, подготовку которого NAT завершила к конгрессу, а также сборник материалов «NAT представляет» с обзором крупных телекомпаний в регионах. Атлас и книга являются не справочниками, а, на наш взгляд, своего рода «дорожной картой» для регулятора и самих вещателей в процессе последовательного перехода субъектов Федерации на цифровое эфирное ТВ.

Эдуард Сагалаев,
президент Национальной ассоциации
телерадиовещателей, специально для «Стандарта»



Региональный менеджер по продуктам широкополосного радиодоступа Nokia Siemens Networks Михаил Старовойтов уверяет, что операторы «большой тройки» в диапазоне 1800 МГц имеют возможность «выкроить» по 10 МГц под LTE на 80% территории России

велика нагрузка», – говорит Михаил Подопрыгалов из Ericsson.

Для запуска 3G в Москве имело бы смысл использовать диапазон 1800 МГц, но, как отмечает Александр Балюк из «ВымпелКома», для этих частот нет оборудования. «Поставщики сетевого и терминального оборудования очень осторожно говорят о планах по запуску продуктов 3G с поддержкой диапазона 1800 МГц. Операторы также стараются не комментировать планы по использованию данного диапазона для 3G», – говорит он. Большинство участников международного рынка склоняется к тому, что этот диапазон имеет смысл использовать для развертывания LTE-сетей. Скорее всего, частоты в диапазоне 1800 МГц операторы постараются прибегнуть к потом.

Широко шагая

Операторы заинтересованы не столько в частотах для развертывания UMTS-сетей в GSM-диапазонах, сколько в создании прецедента переиспользования частотного ресурса. Так, источник в структурах Минкомсвязи, пожелавший остаться неизвестным, сказал, что разрешение запустить IMT-2000/UMTS в диапазонах 900/1800 МГц, скорее всего, будет распространено на всю Россию. И в дальнейшем, если операторы «большой тройки» проявят инициативу и закажут научно-исследовательскую работу, может быть положительно решен вопрос об использовании GSM-частот для запуска сетей четвертого поколения.

Впрочем, «большой тройке» вряд ли удастся использовать для развертывания LTE-сетей диапазоны

900/1800 МГц – ширины полос частот в этих диапазонах недостаточно. Как отмечает Виталий Солонин из J'son & Partners, в диапазоне 900 МГц у столичных операторов доступный частотный ресурс составляет всего 25 МГц на всех, а в остальных регионах России чуть больше – 35 МГц, который используется, как правило, несколькими операторами (от двух до четырех, в зависимости от региона) полосами менее 10 МГц. Для запуска 4G этого недостаточно. Ситуация с диапазоном 1800 МГц немногим лучше. Доступный ресурс на всех игроков составляет 75 МГц, и в этом диапазоне тоже мало у кого из операторов в отдельных регионах есть более 10 МГц непрерывного спектра.

Региональный менеджер по продуктам широкополосного радиодоступа Nokia Siemens Networks в странах Северной и Восточной Европы, России, Турции и Средней Азии Михаил Старовойтов уверяет, что все обстоит несколько не так, как говорит аналитик. По его словам, если в диапазоне 900 МГц частот для запуска LTE-сетей у операторов действительно практически нет, то в 1800 МГц ситуация иная. По его словам, «большая тройка» в диапазоне 1800 МГц имеет гораздо больший частотный ресурс, чем в диапазоне 900 МГц. «И «выкроить» 10 МГц под LTE посылно для каждого из «тройки», наверное, на 80% территории России», – говорит Михаил Старовойтов.

Однако сами операторы уверяют, что имеющихся у них частотных ресурсов для запуска LTE-сетей им не хватит. «Мы заинтересованы в получении возможности использовать частоты GSM для развития сети в стандарте LTE. Но очевидно, что для полноценного развития LTE собственных частот GSM будет недостаточно – необходима системная работа по выделению частот и в других диапазонах», – подтверждает слова аналитика Андрей

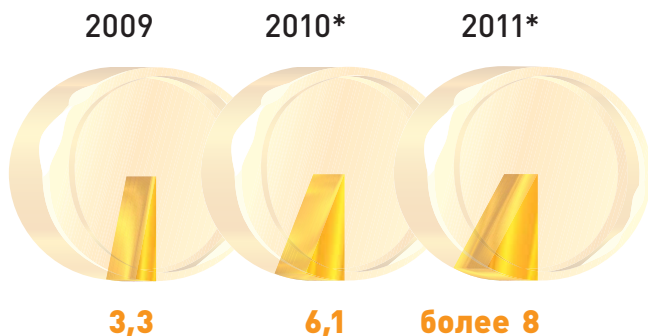
Ушацкий из МТС. Александр Балюк из «ВымпелКома» полностью согласен с коллегой, добавляя, что операторы крайне заинтересованы в получении LTE-частот в диапазонах 700-800 МГц для организации широкополосного мобильного доступа в Интернет в малонаселенных районах страны.

LTE не будет

Эльдар Вагабов из ИК «Финам» уверен, что на базе существующих GSM-сетей технология LTE не может быть реализована. Более того, аналитик рекомендует не торопиться с запуском технологии, так как она может не прижиться. Генеральный директор ООО «Скартел» Денис Свердлов говорит, что скорейший запуск LTE-сетей провоцируют производители оборудования, которые все еще не вышли из кризиса.

Генеральный директор ComNews Research Ирина Глухова отмечает, что российские операторы умышленно не спешат со стартом сетей 4G. «Компании еще не вернули вложенного в третье поколение, и им будет непросто обосновать перед акционерами затраты, которые существенно превосходят инвестиции в UMTS. Кроме того, на развитых рынках заговорили о технологии band-aggregation или так называемом «умном радио», которое позволяет использовать фактически свободные частоты в очень широком диапазоне. Возможно, эта технология успеет развиваться до того, как LTE-связь станет массовой», – говорит Ирина Глухова. Она полагает, что в этом случае неторопливость российского регулятора может сыграть на руку операторам «большой тройки». Россия отстает от европейских рынков в среднем на пять лет, и эта форза позволяет стране запускать уже зрелые технологии. В то же время, если рефарминг частотного ресурса приживется в России, то на рынке мобильной передачи данных могут появиться новые успешные игроки.

Доля доходов от услуг передачи данных в общих доходах операторов «большой тройки» [%]



* Прогноз

Источник: ComNews Research



РЕКЛАМА

**ОАО «РОСТЕЛЕКОМ» – ВЕДУЩИЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ОПЕРАТОР СВЯЗИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,
ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИЙ ШИРОКИЙ
СПЕКТР УСЛУГ И СЕРВИСОВ НА
ТЕРРИТОРИИ ВСЕЙ СТРАНЫ БОЛЕЕ
ЧЕМ 40 МИЛЛИОНАМ АБОНЕНТОВ
И 600 ОПЕРАТОРАМ СВЯЗИ.**

ГОЛОСОВЫЕ УСЛУГИ

- Присоединение и пропуск голосового трафика
- Присоединение к сети ОКС7 и пропуск сигнального трафика
- VAS (IFS, ISDN)

УСЛУГИ MPLS СЕТИ

- InterAS VPN
- L2 VPN
- Присоединение и пропуск IP-трафика

АРЕНДА МАГИСТРАЛЬНЫХ КАНАЛОВ

- В России и за рубежом
- Емкость от N*64K до STM-64
- Транзит Европа-Азия (TEA)

ДАТА-ЦЕНТРЫ

- Москва, Екатеринбург, Новосибирск, Хабаровск, Казань
- Co-location, Dedicated Server

Индивидуальные телекоммуникационные решения

ГОЛОСОВЫЕ
УСЛУГИ

ДАТА-ЦЕНТРЫ

АРЕНДА
МАГИСТРАЛЬНЫХ КАНАЛОВ

УСЛУГИ
MPLS СЕТИ

Иллюзия беззащитности

Олег СИНЧА

Федеральный закон №152 «О персональных данных» и в 2011 году может не заработать. С предложением продлить срок приведения ранее созданных информационных систем персональных данных в соответствие с требованиями закона выступил депутат Госдумы РФ Анатолий Аксаков. Большинство коммерческих предприятий не готовы к проверкам систем безопасности на соответствие требованиям законодательства. Более того, до сих пор менее 3% компаний, обрабатывающих персональные данные, отправили уведомления в Роскомнадзор.

В декабре 2005 года президент России подписал Федеральный закон №160-ФЗ, которым была ратифицирована «Конвенция Совета Европы о защите физических лиц при автоматизированной обработке персональных данных», подписанная от имени Российской Федерации в Страсбурге 7 ноября 2001 года. В рамках этого соглашения Россия обязалась привести законодательство в области защиты прав и свобод граждан при обработке их персональных данных в соответствие с общеевропейскими нормами. И летом 2006 года был принят, а в январе 2007-го вступил в силу Федеральный закон №152 от 27 июля 2006 года «О персональных данных». Однако

из-за непроработанности ряда положений он практически не работал вплоть до весны 2009 года. В соответствии с постановлением Правительства РФ от 16 марта 2009 года № 228 уполномоченным органом по защите прав субъектов персональных данных была определена Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Технические требования к информационным системам персональных данных (ИСПДн), за соблюдением которых поручили следить Федеральной службе по техническому и экспортному контролю (ФСТЭК) и Федеральной службе безопасности (ФСБ), должны были вступить в силу

с 1 января 2010 года, однако рынок оказался к этому не готов. В декабре 2009 года Госдума РФ в спешном порядке приняла Федеральный закон №363 «О внесении изменений в статьи 19 и 25 Федерального закона «О персональных данных», в соответствии с которым срок вступления в силу технических требований к системам защиты персональных данных был перенесен на 1 января 2011 года.

Страусовый рефлекс

Заместитель директора по развитию бизнеса финской компании – разработчика систем информационной безопасности Stonesoft в России, СНГ и странах Балтии Екатерина Яблокова

полагает, что 1 января 2011 года не стоит ждать каких-либо глобальных изменений на рынке. По ее словам, те компании, которые заблаговременно начали работы по приведению ИСПДн в соответствие требованиям нормативных документов, уже имеют работающие системы защиты или хотя бы реальный план их построения. Те же, кто озабочился этими вопросами совсем недавно, будут выбирать из типовых сертифицированных решений, предлагаемых производителями и интеграторами, и пытаться как-то интегрировать их в свою информационную систему, чтобы закрыть формальную сторону вопроса.

Руководитель отдела технического и маркетингового



Руководитель отдела технического и маркетингового сопровождения продуктов ESET **Татьяна Белей** убеждена, что лишь немногим более 10% компаний совершенно не озадачились решением вопроса приведения своих информационных систем в соответствие с требованием законодательства



Заместитель генерального директора по продажам ООО «Код безопасности» **Максим Илюхин** говорит, что только в конце III квартала 2010 года операторы персональных данных начали вспоминать о том, что им необходимо привести системы безопасности в соответствие с требованиями закона

ФОТО: РОСКОМНАДЗОР



Начальник отдела управления по защите прав субъектов персональных данных Роскомнадзора **Юрий Кантемиров** обращает внимание на то, что компании будут проверяться независимо от того, есть они в реестре операторов персональных данных или нет

сопровождения продуктов словацкого производителя антивирусного ПО компании ESET Татьяна Белей убеждена, что лишь немногим более 10% компаний совершенно не озадачились решением вопроса приведения своих информационных систем в соответствие с требованием законодательства. Остальные, в той или иной степени, начали готовиться к 1 января 2011 года. Однако мало привести систему безопасности в соответствие с буквой закона. С марта 2009 года, когда был определен уполномоченный орган, компании обязаны уведомлять Роскомнадзор о том, что они обрабатывают данные. По оценкам надзорного органа в России более пяти миллионов операторов персональных данных, но уведомления к ноябрю 2010 года подали лишь немногим более 145 тыс. компаний, то есть менее 3%.

«Несмотря на то, что сроки перенесли, операторы персональных данных только в конце III квартала 2010 года начали вспоминать о том, что им необходимо сделать. К сожалению, большинство компаний пытаются тянуть время и продолжают надеяться на «русский авось», – говорит Максим Илюхин, заместитель генерального директора по продажам ООО «Код безопасности» (ГК «Информзащита»).

Неотвратимый надзор
Начальник отдела управления по защите прав субъектов персональных данных Федеральной службы

по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций Юрий Кантемиров обращает внимание на то, что компании будут проверяться независимо от того, есть они в реестре операторов персональных данных или нет. Дело в том, что ряд компаний не подают уведомление в надзорный орган о том, что они обрабатывают персональные данные, надеясь избежать интереса Роскомнадзора. «В соответствии с административным регламентом мы проводим проверки вне зависимости от факта включения в реестр. Более того, нас в первую очередь интересует деятельность тех операторов, кто не соблюдает требования Федерального закона «О персональных данных», в том числе в части, касающейся непредставления уведомления», – говорит Юрий Кантемиров.

Причем Роскомнадзор начал проводить проверки с весны 2009 года. По официальным данным, за это время службой проведено 1442 проверки в отношении операторов, осуществляющих обработку персональных данных. Как сообщил представитель Роскомнадзора, в большей степени допускаются нарушения требований ч. 3, ч. 7 ст. 22 ФЗ «О персональных данных» в части несоответствия сведений, указанных в уведомлении об обработке персональных данных, фактической деятельности; ч. 1 ст. 6 – обработка персональных данных без согласия субъектов персональных

Занимаетесь построением системы защиты?

StoneGate™

Stonesoft предлагает сертифицированные решения высокого класса защищенности

- Защита информационных систем персональных данных до 1 класса включительно
- Межсетевой экран StoneGate Firewall – надежная защита приложений, встроенная антивирусная защита, web и контентная фильтрация
- Криптографическая защита StoneGate VPN и StoneGate SSL VPN на базе сертифицированных российских криптоалгоритмов
- Система предотвращения атак StoneGate IPS – высочайшая точность обнаружения
- Централизованный сбор, хранение, корреляция и анализ событий с различных устройств сетевой и IT инфраструктуры
- Сертифицированное ФСТЭК России производство средств защиты в физической и виртуальной средах



STONESOFT

Secure Information Flow

Stonesoft Corporation International Headquarters
Italahdenkatu 22 A, FI-00210 Helsinki, Finland
tel.: +358 9 4767 11 / fax: +358 9 4767 1349
www.stonesoft.com

Представительство Stonesoft Corporation в России:
107045, Россия, Москва, Трубная ул., 12
Тел.: +7 495 787 99 36; Факс: +7 495 787 27 67
www.stonesoft.ru

РЕКЛАМА



ФОТО: СТАНДАРТ

Заместитель директора по развитию бизнеса компании Stonesoft в России, СНГ и странах Балтии Екатерина Яблокова, полагает, что большинство компаний, которые заранее начали приводить информационные системы персональных данных в соответствие требованиям закона, уже имеют работающие системы защиты

данных; ч. 4 ст. 9 – в части несоответствия содержания письменного согласия требованиям Федерального закона «О персональных данных», а также п. 13 постановления Правительства Российской Федерации от 15 сентября 2008 г. № 687 «Об утверждении Положения об особенностях обработки персональных данных, осуществляемой без использования средств автоматизации» в части, касающейся отсутствия утвержденно-го перечня лиц,

осуществляющих обработку, либо имеющих доступ к персональным данным.

По результатам проверки должностными лицами Роскомнадзора операторам выдано 2079 предписаний об устранении выявленных нарушений, составлено и направлено на рассмотрение в суды 2006 протоколов об административном правонарушении. По результатам рассмотрения 1201 направленного материала мировыми судьями были приняты

постановления о привлечении к административной ответственности операторов персональных данных в форме штрафа на общую сумму 2,6 млн рублей. В 2010 году в 262 случаях материалы проверок были направлены в органы прокуратуры для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении по ст. 13.11 Кодекса об административных правонарушениях (КоАП) РФ. В соответствии со статьей КоАП за нарушение порядка сбора, хранения, использования или распространения персональных данных для физических лиц предусмотрен денежный штраф в размере от 300 до 500 руб., для должностных лиц – от 500 до 1000 руб., а для юридических лиц – от 5000 до 10000 руб. С 1 января 2011 года к проверкам Роскомнадзора должны добавиться проверки ФСТЭК и ФСБ на предмет соответствия ИСПДн операторов техническим требованиям положения «О методах

и способах защиты информации в информационных системах передачи данных».

Государственный интерес

По данным российского разработчика систем информационной безопасности компании InfoWatch, в первом полугодии 2010 года по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года количество утечек в государственных организациях сократилось на 31%. В то же время в коммерческих структурах количество утечек увеличилось почти на 12%. Максим Илюхин из компании «Код безопасности», занимающейся разработкой средств защиты информации, говорит, что в государственных учреждениях давно привыкли к необходимости соблюдения определенных требований по защите государственной тайны и конфиденциальной информации, которые значительно строже требований, предъявляемых при защите персональных данных. «В 90% государственных

Мнение

Константин Соколов, директор департамента информационной безопасности ЗАО «АМТ-ГРУП»:

«Рынок замер в ожидании первых проверок ФСБ, ФСТЭК и Роскомнадзора, которые должны начаться с 1 января 2011 года. Ираньше, чем будет получен первый опыт, вряд ли что-то изменится. То есть, только к концу второго квартала 2011 года большинство компаний примет окончательное решение, какой стратегии придерживаться: создавать систему безопасности в соответствии с ФЗ, не считаясь с издержками; оптимизировать имеющуюся систему безопасности, гибко интерпретируя требования руководящих документов; игнорировать требования, полагая расходы на оплату штрафов

незначительными на фоне инвестиций в систему защиты персональных данных. Все крупные компании, так или иначе, уже защищают свои базы от вирусов и вредоносных кодов, от DDoS-атак и действий инсайдеров. Однако далеко не всегда используют для этого сертифицированные ФСТЭК продукты. И операторам персональных данных совсем не хотелось бы вносить изменения в отлаженную структуру систем безопасности, поэтому они предпочитают выжидать. По нашей оценке, к зиме 2010 года лишь 15% российских компаний привели защиту персональных данных в соответствие

с требованиями положения «О методах и способах защиты информации в информационных системах персональных данных». Требования приложения к Федеральному закону №152 «О персональных данных» выполнили преимущественно крупные компании и компании с государственным участием, которым страшны не столько штрафные санкции, сколько репутационные риски. Небольшие компании надеются на то, что надзорные органы их просто не заметят. По предварительным оценкам, только десятая часть российских предприятий подала уведомления в Роскомнадзор о том, что



ФОТО: «АМТ-ГРУП»

являются операторами персональных данных. Рынок предпочитает дожидаться первых проверок и оценить их строгость, прежде чем инвестировать в приведение систем безопасности в соответствие с требованиями законодательства. Причем, опыт первых проверок может существенно изменить ландшафт всего российского рынка информационной безопасности».



ФОТО: CHECK POINT SOFTWARE TECHNOLOGIES

По словам менеджера по работе с государственным сектором Check Point Software Technologies **Василия Широкова**, защита информации в государственных учреждениях уже давно должна соответствовать требованиям действующих законов и нормативных актов регулирующих органов



ФОТО: СТРАХОВАЯ ГРУППА МСК

По мнению директора по информационным технологиям ОАО «Страховая группа МСК» **Алексея Комкова**, существующая практика правоприменения дает компаниям основания полагать, что выплачивать штрафы экономически выгоднее, чем перестраивать систему безопасности

учреждений и в органах государственной власти информационные системы соответствуют требованиям закона и подзаконных актов», – говорит он. А вот коммерческие компании, по мнению эксперта, к приходу комиссий из ФСТЭК не готовы. Лишь крупнейшие частные компании привели свои системы безопасности в соответствие с требованиями законодательства.

Менеджер по работе с государственным сектором компании Check Point Software Technologies Василий Широков так объясняет сложившуюся ситуацию: «Защита информации в государственных учреждениях уже давно должна соответствовать требованиям действующих законов и нормативных актов регулирующих органов,

например руководящего документа Гостехкомиссии «Специальные требования и рекомендации по технической защите конфиденциальной информации (СТР-К)», принятого в 2002 году. Положения этого документа обязательны для государственных учреждений и носят рекомендательный характер для коммерческих организаций». По его словам, закон «О персональных данных» внес одно радикальное изменение в ситуацию: уже давно действующие положения о технической защите конфиденциальной информации стали обязательными не только для государственных, но и для коммерческих организаций, осуществляющих обработку персональных данных. Иными словами, круг организаций,

подпадающих под требования законодательства о защите конфиденциальной информации (включая требования закона «О персональных данных») значительно расширился. И выходит, что у государственных учреждений было целых пять лет «форы» для модернизации систем безопасности.

Куб в шаре

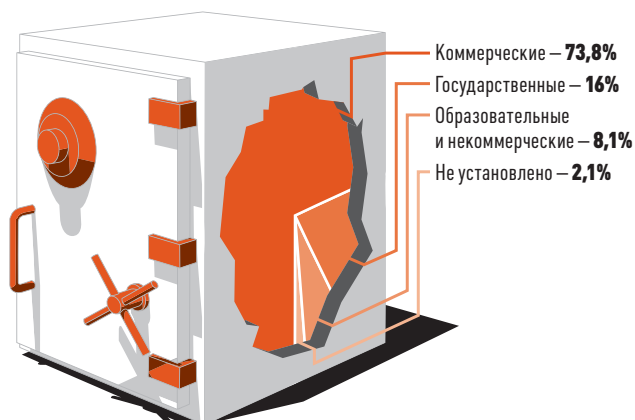
Вице-президент и директор по информационным технологиям ОАО «Страховая группа МСК» Алексей Комков отмечает, что только в Москве более десятка компаний разного масштаба предлагают услугу приведения системы информационной безопасности в соответствие с требованиями закона. «Подобный сервис появился на рынке еще в 2007 году, сразу после

вступления в силу закона ФЗ №152 «О персональных данных», – говорит он.

По оценке заместителя руководителя дирекции по работе с заказчиками ЗАО «Открытые Технологии 98» Дениса Андрикова, если говорить о бизнесе даже не федерального, а регионального масштаба, то приведение системы информационной безопасности в соответствие с требованиями закона обойдется компании в несколько десятков миллионов рублей.

Татьяна Белей из компании ESET говорит, что сертифицированная защита одного компьютера по третьему уровню информационных систем защиты персональных данных (всего таких классов четыре; первый – самый высокий), обойдется компании от 70 тыс. рублей. Для ПК,

Распределение источников утечек по видам организаций (I квартал 2010 года, %)



Всего: в России InfoWatch зафиксировано 382 инцидента

Источник: InfoWatch

Распределение утечек по типам конфиденциальных данных (I квартал 2010 года, %)



Всего: в России InfoWatch зафиксировано 382 инцидента

Источник: InfoWatch



По уверению управляющего директора ООО «Рейнбоу Секьюрити» **Ирины Момчилович**, западные компании к проблемам информационной безопасности относятся намного серьезнее российских коллег



Ведущий юрисконсульт ЗАО «Караван-Телеком» **Николай Овечкин** говорит, что разработчики писали закон «О персональных данных» так, словно глобальной сети не существовало

где будут обрабатываться данные более высоких категорий, цены, соответственно, еще выше.

Алексей Комков из «Страховой группы МСК» считает, что существующая практика правоприменения дает отдельным компаниям основания полагать, что выплачивать штрафы экономически выгоднее, чем перестраивать систему безопасности. Однако в Госдуме РФ уже поступило предложение изменить штрафные санкции за нарушение закона «О персональных данных» в сторону увеличения.

Трудности перевода

«Закон о персональных данных» появился еще в 2007 году и сразу наделал много шума. В нем масса «узких» мест и неоднозначных

толкований. Взять хотя бы определения, что такое персональные данные и что такое обработка персональных данных. В соответствии с Законом под определение обработки персональных данных попадает деятельность практически любого предприятия или организации, например, кадрового агентства или сайта знакомств. Причем разработчики писали Закон так, словно глобальной сети не существовало. По нормам, указанным в Законе, обрабатывать персональные данные можно только на основании личного разрешения субъекта. То есть выходит, что все электронные площадки нарушают закон», — говорит ведущий юрисконсульт ЗАО «Караван-Телеком» Николай Овечкин.

Эксперт уверен, что российское законодательство еще придется совершенствовать. Россия присоединилась к международной Конвенции о персональных данных, однако наше законодательство не соответствует международному, причем даже в базовых определениях. Так, международное право очень четко разделяет оператора персональных данных и обработчика персональных данных. В отечественном же законодательстве эти понятия малоразличимы.

Управляющий директор российского дистрибьютора ООО «Рейнбоу Секьюрити» (TM Rainbow Security) Ирина Момчилович обращает внимание на тот факт, что западные компании к проблемам информационной безопасности относятся намного серьезнее российских коллег. Если отечественными организациями на информационную безопасность выделяется 5-10% ИТ-бюджета, то в западных компаниях на системы защиты данных тратится от 15% до 80% ИТ-бюджета. «Иностранные организации заранее прорабатывают, как компания будет реагировать на возникновение возможных инцидентов, и чтобы предотвратить подобные ситуации в будущем, определяют мероприятия по их расследованию и устранению», — говорит Ирина Момчилович. Большинство же отечественных предпринимателей одной из основных задач считают соответствие требованиям надзорных органов. Разница

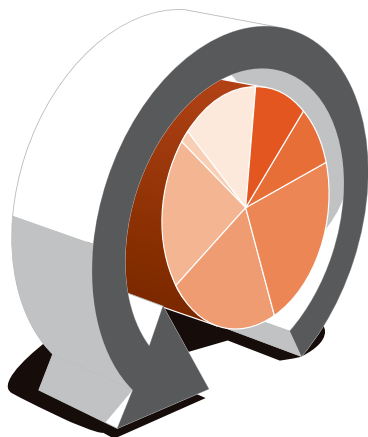
в подходах очевидна. Более того, представители рынка уже разработали ряд схем ухода из-под действия Закона. Например, путем перевода конфиденциальной информации в разряд общедоступной. Для этого необходимо со всеми субъектами персональных данных подписать договоры. По этому пути пошел ряд бизнес-центров, в которых в бюро пропусков прежде, чем снимать данные с паспорта гостя, предлагают подписать разрешение на обработку персональных данных.

В ожидании чуда

Как отмечает руководитель отдела информационной безопасности процессинговой компании ChronoPay Виталий Фанов, есть вероятность, что дата вступления в силу требований закона «О персональных данных» будет снова перенесена. В октябре 2010 года депутат Государственной Думы Анатолий Аксаков зарегистрировал законопроект о внесении изменений в статью 25 Федерального закона «О персональных данных» (в части продления срока приведения ранее созданных информационных систем персональных данных в соответствие с требованиями Федерального закона). Если предложение депутата будет принято, то комиссии ФСТЭК начнут проверки систем безопасности на соответствие требованиям положения «О методах и способах защиты информации в информационных системах передачи данных» не раньше января 2012 года.

Основные каналы утечки данных

(I квартал 2010 года, %)



- Мобильный компьютер (ноутбук, КПК) — **10,5%**
- Мобильный носитель (флэш-накопитель, CD/DVD, др.) — **8,4%**
- Настольный компьютер, сервер, «жесткий диск» — **23,6%**
- Интернет (вкл. e-mail) — **21,4%**
- Бумажные документы — **20,4%**
- Архивные носители — **1,6%**
- Другие каналы — **14,1%**

DEPO Computers рекомендует подлинную ОС Windows® 7 Профессиональную



DEPO Neos 650

Высокопроизводительный компьютер с интегрированными функциями управления и безопасности

Компьютер, разработанный с учетом требований корпоративного сегмента рынка к высокопроизводительным решениям, предназначен для задач, требовательных к вычислительным ресурсам, и поддерживает интегрированные аппаратные функции управления и безопасности с использованием технологии Intel® vPro™.



- Предустановленные Microsoft Windows 7 Professional и Microsoft Office 2010 Professional
- Процессоры Intel® Core™ i3/ i5/ i7
- Набор системной логики Intel® Q57 Express
- Поддержка технологии Intel® vPro™
- Оперативная память до 16 Гб DDR3
- Объем дискового пространства до 2 Тб
- Графическая система Intel® HD Graphics

от **20 000*** руб.

МЫ ИХ СДЕЛАЛИ! ДЛЯ ВАС!

Компания DEPO Computers, тел. (495) 969-22-22, www.depocomputers.ru

* цена зависит от выбранной конфигурации ПК

Товар сертифицирован. Реклама

Восставшая из пепла

Екатерина ЛАШТУН

ПАРТНЕР РУБРИКИ

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ТЕЛЕГРАФ
ОСНОВАН В 1852 ГОДУ

Ежемесячно ОАО «Центральный телеграф» отправляет более 200 тысяч телеграмм, и в России она остается единственным видом документальной электросвязи. Несмотря на то, что телеграмма особенно востребована органами государственной власти и юридическими лицами, услуга является убыточной. Минкомсвязи РФ разработало ряд мер, направленных на модернизацию отечественной телеграфной сети, и к 15 декабря 2010 года ОАО «Связьинвест» представит в Минкомсвязи Концепцию развития телеграфной связи.

В конце сентября на заседании Коллегии Минкомсвязи, посвященном состоянию и перспективам развития телеграфной связи в РФ, глава ведомства Игорь Щеголев отметил спад потребления традиционных услуг документальной электросвязи, базирующихся на телеграфной сети общего пользования (ТГОП). Тем не менее услуги передачи и доставки телеграмм остаются востребованными у ряда пользователей, так как не могут быть заменены аналогичными услугами с похожими потребительскими свойствами. Министр связи и массовых коммуникаций Игорь

Щеголев призвал коллег разобраться с будущим телеграфной связи и подчеркнул, что ему очевидна ее юридическая значимость. В связи с этим, Минкомсвязи предложило ряд мер, направленных на модернизацию отечественной телеграфной сети.

Букашка без бумажки
В Департаменте внешних коммуникаций ОАО «Связьинвест» корреспонденту «Стандарта» сообщили, что услуга «телеграмма» по-прежнему является востребованной, особенно органами государственной власти всех уровней. Кроме того, среди документальных услуг связи она наиболее

доступна по цене. По словам генерального директора ОАО «Центральный телеграф» Игоря Заболотного, телеграфной связью пользуются, в первую очередь, юридические лица, которые составляют более 80% от общего числа клиентов этой услуги компании. «Особой популярностью телеграмма пользуется у финансовых, страховых, логистических компаний, а также коллекторских агентств», – подчеркивает Игорь Заболотный. Он также отмечает, что услуга интересна и физическим лицам. Например, новый подъем переживает поздравительная телеграмма. «Любой житель

нашей страны может отправить не только обычную телеграмму, но и телеграмму на красивом художественном бланке или даже музыкальную – на бланке со специальным устройством, воспроизводящем звук», – рассказывает глава «Центрального телеграфа». По его мнению, уникальность телеграфной связи – в ее документальности, то есть в России телеграмма остается пока единственным видом документальной электросвязи, и при определенных условиях является документом, имеющим юридическую силу. Это означает, что, во-первых, информация, передаваемая



По мнению генерального директора ЗАО «ЦентрТелеком Сервис» **Кирилла Терентьева**, в услуге передачи и доставки телеграмм наиболее заинтересован бизнес-сегмент



По словам генерального директора ОАО «Центральный телеграф» **Игоря Заболотного**, уникальность телеграфной связи заключается в ее документальности



Вице-президент ООО «Мейл.ру» **Анна Артамонова** уверена, что у телеграфной связи нет никаких шансов составить конкуренцию современным коммуникационным сервисам

по телеграфным сетям, признается документом в судах. Во-вторых, операторы этих услуг несут ответственность за контрольные сроки доставки телеграммы, ее достоверность и отсутствие искажений. В-третьих, телеграфное сообщение не может быть утеряно, как, например, электронная почта или письмо: маршрут его прохождения всегда можно отследить. «К тому же отправить телеграмму можно практически в любую точку мира, и она будет вовремя доставлена», — отмечает Игорь Заболотный.

С ним согласен Кирилл Терентьев, генеральный директор ЗАО «ЦентрТелеком Сервис». По его мнению, в услуге передачи и доставки телеграмм наиболее заинтересован бизнес-сегмент, поскольку использование телеграмм способствует быстрому выполнению законодательно закрепленных процедур, таких как: «Уведомление о задолженности», «Вызов на осмотр и освидетельствование» и др. Являясь членом рабочей группы Минкомсвязи, в которой также представлены, к примеру, ОАО «Связьинвест» и ФГУП «Почта России», компания «ЦентрТелеком Сервис» выдвигает идею модернизации телеграфной сети путем внедрения Государственной электронной телеграфно-почтовой системы (ГЭТПС). «Эта система позволит организовать безбумажный юридически значимый обмен документами между всеми категориями пользователей, взяв за основу

телеграфные правила оказания услуг», — рассказывает Кирилл Терентьев. Он также обращает внимание, что на базе модернизированной сети абоненты смогут получать новые услуги: доставку сообщений в электронный абонентский почтовый ящик (ЭАЯ); распечатку сообщений, доставленных в ЭАЯ и доставку их на бумажном или электронном носителе до абонента; отправление сообщений из ЭАЯ в адрес органов государственной власти, интегрированных с ГЭТПС; возможность передачи гражданами сообщений в госструктуры и получения от них электронных или бумажных ответов, а также заказ услуг в коммерческих организациях.

Новый регламент

Согласно решению Коллегии Минкомсвязи ОАО «Связьинвест» совместно с ФГУП «Почта России» должны до 1 декабря этого года разработать регламент взаимодействия МРК «Связьинвеста» и «Почты России» по обработке и доставке телеграмм. Основная цель разработки регламента — четкое определение сфер ответственности «Почты России» и компаний группы «Связьинвест» в процессе предоставления услуг телеграфной связи, а также регламентация требований к качеству выполнения обязанностей каждой из сторон, участвующих в оказании услуги. В пресс-службе «Почты России» сообщили, что пока предприятие оказывает услуги телеграфной связи на основании регламентов,

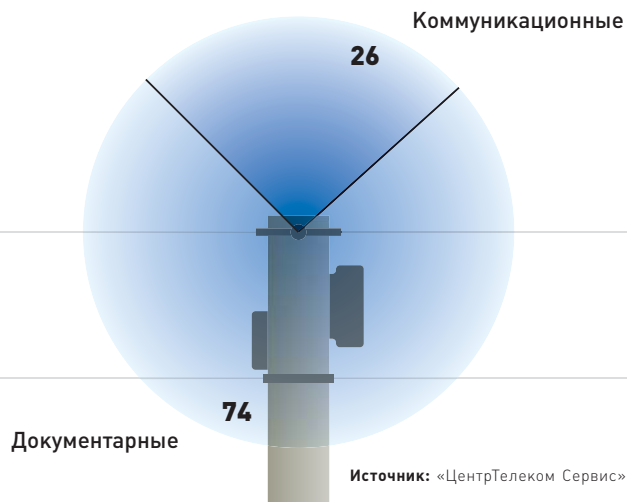
разработанных для каждой МРК в отдельности. Новый единый регламент будет включать в себя подробное описание всех видов технологий, используемых «Почтой России» для оказания услуг телеграфной связи в филиалах, что позволит унифицировать процедуру оказания почтовым ведомством данной услуги. «Почта России» будет выполнять лишь отдельные технологические операции лицензируемого вида деятельности — оказания телеграфных услуг. В Департаменте внешних коммуникаций «Связьинвеста» подтвердили, что работа над новым регламентом идет полным ходом, и уже в начале ноября проект документа будет представлен в Минкомсвязи для предварительного обсуждения. Сложностей в разработке быть не должно: «Почта России» и МРК «Связьинвеста» давно работают вместе по предоставлению услуг телеграфной связи. Между этими компаниями заключены договоры, описывающие процедуры, которые и составят базу разрабатываемого регламента процессов предоставления услуг телеграфной связи: приема, доставки, обработки и хранения сообщений. Кроме того, к 15 декабря 2010 года «Связьинвест» должен разработать и представить в Минкомсвязи Концепцию

развития телеграфной связи РФ. В компании считают, что идеологически Концепция будет выдержана в духе сохранения всех лучших качеств услуги «телеграмма», но одновременно создавать условия для расширения сервисов на основе использования современных технологий и инновационных подходов.

Универсальный телеграф

Весьма вероятно, что услуга «внутренняя телеграмма» в скором времени пополнит перечень универсальных услуг связи — на Коллегии Минкомсвязи этот вопрос рассматривался в качестве приоритетного. В пресс-службе Минкомсвязи корреспонденту «Стандарта» сообщили, что это необходимая мера, поскольку для перевода услуги на новые технологии потребуются время и финансовая поддержка. По мнению Игоря Заболотного, несмотря на то, что телеграмма востребована населением, пока она остается убыточной услугой. «Но убыточной эту услугу делает не телеграфия, а доставка телеграммы адресату. Ведь для того чтобы доставить телеграмму, необходимо «прийти ногами» к абоненту, а ручной труд дорог», — объясняет руководитель «Центрального телеграфа». Игорь Заболотный уверен,

Распределение документальных сообщений по типам (%)



Важность аналога в период перехода на «цифру»



ФОТО: СТАНДАРТ

В связи с указом президента об обязательном распространении телеканалов первого мультиплекса профессиональное сообщество предполагало, что дальше будет проводиться работа по внесению изменений не только в закон «О связи», но и в закон «О СМИ». Причем нам представлялось, что изменения в закон «О СМИ» – это некие первичные изменения, которые должны произойти, поскольку указ президента касался вопросов обязательного

распространения телевизионных каналов, то есть он касался деятельности в области СМИ. Однако же получилось так, что при намерениях подготовить правки в оба закона изменения произошли только в одном из них.

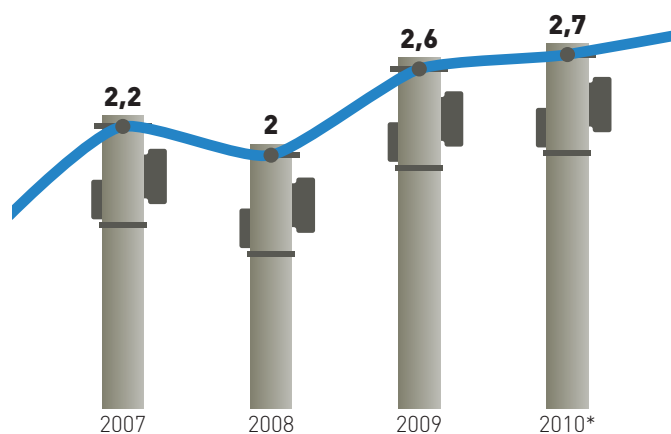
Что мы получили в результате? После внесения изменений в закон «О связи» мы получили вполне понятные обязательства операторов связи и не совсем четкие обязательства вещателей, без понимания которых реализация обязательств операторов связи может оказаться невыполнимой.

Мы должны формировать ответы и быть настойчивыми в инстанциях, подсказывая, формируя, объясняя, логически мысля. Позиция кабельщиков едина и ясна для всего нашего сообщества, потому что мы сформировали понимание того, что мы хотим увидеть в конце, что такое вещание, какие наши финансовые интересы, как нам строить отношения с вещателями.

Относительно перехода на цифровое эфирное вещание: чем быстрее это произойдет, тем выгоднее кабельным операторам, так как у кабельщиков есть возможность сохранить аналог и абонентскую базу, которая не вся пойдет на «цифру» и не вся пойдет на эфир. Опыт ряда стран Европы, в частности, показывает, что операторы увеличивали свою абонентскую базу в течение трех месяцев до 25% за счет сохранения аналогового пакета в сетях. Поэтому как человек бизнеса вижу для нас здесь уникальную возможность в получении эксклюзивной услуги на определенной территории с сохранением и развитием абонентской базы, потому что наличие аналогового обязательного пакета в кабельных сетях дает неоспоримые конкурентные преимущества операторам кабельного телевидения. Люди не бросятся на эфирное цифровое телевидение. К тому же, открыт еще вопрос о стоимости приставок, их последующей эксплуатации, набора услуг. Что такое три мультиплекса эфирного цифрового телевидения? Это 20 или 27 цифровых каналов – кабельщики с этим справятся легко. Оставьте у себя аналоговый пакет и остальное переведите в «цифру» с понятной экономией. Поэтому ситуация с точки зрения бизнеса может быть более благоприятной. Подчеркну еще раз, никто не обязывает нас переходить в «цифру». Более того, лозунг о том, что кабельные операторы сохраняют социальную аналоговую составляющую, для большинства регионов будет очень эффективен.

Юрий Припачкин,
президент Ассоциации кабельного телевидения России,
специально для «Стандарта»

Количество телеграмм, отправляемых ОАО «Центральный телеграф» (млн штук)



* Прогноз

Источник: «Центральный телеграф»

что включить телеграмму в перечень универсальных услуг связи и предусмотреть механизм компенсации убытков – не только возможно, но и целесообразно. «Я не вижу каких-либо ограничений этому, да и реальные источники финансирования имеются – средства соответствующего фонда», – отмечает он.

Однако, по мнению Кирилла Терентьева из «ЦентрТелеком Сервиса», придание услуге статуса «универсальной» не решит ее основной проблемы – убыточности, а лишь создаст новые источники для покрытия данного убытка. «Задача – не сокращать затраты на услугу, а увеличивать объемы ее потребления. Повысив объем передачи документа, сняв ограничение на пропускную способность – убрав так называемую «пословность» – и оставив ту же стоимость, мы получим новую «государственную» услугу, официально закрепляющую безбумажный документооборот на мощностях операторов связи», – подчеркивает Кирилл Терентьев.

Назад в будущее

Некоторые игроки ИКТ-рынка рассматривают перспективу модернизации телеграфной сети весьма скептически. «Во многих европейских странах, например в Нидерландах,

телеграфная связь признали устаревшей, и операторы отказались от ее использования. На фоне развития информационных технологий ни у телеграфа, ни у традиционной почты нет никаких шансов составить конкуренцию современным коммуникационным сервисам, таким как электронная почта и мессенджеры», – предполагает вице-президент ООО «Мейл.ру» Анна Артамонова. По ее словам, через «Почту России» за год проходит 1,5 миллиарда писем, тогда как Почта@Mail.Ru доставляет около 55 миллиардов сообщений в год.

Однако Игорь Заболотный придерживается иного мнения: «В отличие от телеграммы, ни электронная почта, ни SMS-сообщения не имеют юридической силы. И даже когда в России повсеместно будет внедрена электронно-цифровая подпись (ЭЦП), я бы не стал «ставить крест» на телеграмме», – комментирует глава «Центрального телеграфа». Так, для того чтобы воспользоваться ЭЦП, необходимо иметь при себе мобильное устройство, удостоверяющее запись такой подписью. Однако, по его мнению, пока такими устройствами обладают далеко не все граждане страны. «В обозримом будущем телеграфные услуги будут востребованы благодаря документальности», – уверен Игорь Заболотный. ©

Отдам сеть в хорошие руки

Первый опыт аутсорсинга
эксплуатации сети в МТС

Аутсорсинг
эксплуатации сетей –
реальный опыт в России

28

30

31

Managed Services 2010

Рынок управляемых сервисов (Managed Services) – новое направление для отечественных операторов связи. Текущий год стал переломным: заключены первые на этом рынке крупные контракты на эксплуатацию сетей внешними партнерами. Операторы рассматривают аутсорсинг как инструмент сокращения затрат, повышения эффективности и как возможность сосредоточиться на ключевых направлениях бизнеса. Участники Международной конференции Managed Services 2010 обсудили наиболее острые вопросы, связанные с передачей эксплуатации сетей на аутсорсинг.

Конференция прошла при поддержке: Nokia Siemens Networks, ECI Telecom, Huawei, Ericsson и Orange Business Services.

Отдам сеть в хорошие руки

Екатерина ЛАШТУН

Управляемые услуги постепенно становятся востребованными российскими операторами связи. Однако пока большинство отечественных операторов готовы отдать на аутсорсинг субподрядчикам лишь небольшую часть эксплуатационной практики.

В конце октября состоялась Международная конференция «Сети связи: обслуживание, управление, аутсорсинг – Managed Services 2010», организованная компанией ComNews Conferences. В мероприятии приняли участие представители государственных регулирующих органов, российских и зарубежных операторов связи, производителей телекоммуникационного оборудования, системных интеграторов и инвестиционных компаний.

Во вступительном слове ведущий конференции, директор по развитию ЗАО «Коминфо Консалтинг», руководитель программы MBA-Телеком бизнес-школы МИРБИС Евгений Соломатин отметил, что понятие Managed Services является очень емким и до сих пор в профессиональных кругах существует несколько определений управляемых услуг. «С развитием как рынка телекоммуникаций в целом, так и отдельных компонент этой экосистемы, перед участниками рынка возникают новые задачи. Например, гигантский рост трафика и увеличение числа приложений требуют изменения формата взаимодействия между участниками телекоммуникационного рынка с тем, чтобы повысить качество конечных услуг», – отметил Евгений Соломатин.

Директор по стратегическому маркетингу компании Orange Business Services в России и СНГ Барт Стаеленс рассказал об управляемых услугах и о процессе трансформации компании из оператора сети в поставщика комплексных решений.

По его словам, отдавая непрофильный бизнес на аутсорсинг, компания не только сможет сосредоточиться на основном бизнесе, но и получит доступ к самым передовым технологиям. «Заказчик получит реальную выгоду от экономии масштаба, ведь аутсорсер обычно предоставляет аналогичные услуги множеству заказчиков», – отметил Барт Стаеленс.

Выступление Алексея Телятникова, управляющего партнера компании «СиПиЭм Лтд.», было посвящено профессиональным услугам для корпоративных информационных сетей. По его словам, для организации успешного предоставления услуг корпоративным пользователям от заказчика требуются готовность руководства честно анализировать ТСО инфраструктуры, а также наличие документации на инфраструктуру и понимание необходимого и достаточного уровня обслуживания (SLA). «В идеале заказчик знает каталог ИТ-сервисов, его структуру и использует методологии Activity Based Costing пользовательских ИТ-услуг», – считает Алексей Телятников. При этом, по его мнению, исполнитель (поставщик) аутсорсинговых услуг для корпоративных клиентов должен обеспечить: универсальный каталог услуг, легко адаптируемый под каждого заказчика; минимальную себестоимость предлагаемых ИТ-услуг; систему контроля необходимого и достаточного качества ИТ-услуг; армейскую дисциплину, а также ориентированность на клиента каждого сотрудника компании.



Директор департамента Managed Services компании Huawei в России, Украине и Белоруссии **Валентин Рыжиков** отметил, что большинство российских операторов отдают в аутсорсинг только небольшую часть эксплуатационной практики

фото: СТАНДАРТ

Директор по стратегическому маркетингу Orange Business Services в России и СНГ **Барт Стаеленс** рассказал о трансформации компании из оператора сети в поставщика комплексных решений



фото: СТАНДАРТ

По словам начальника департамента по управлению качеством функционирования сети и эксплуатационным затратам ОАО «МегаФон» **Юрия Рубцова**, мировые операционные затраты операторов мобильной связи составляют \$400-500 млрд в год



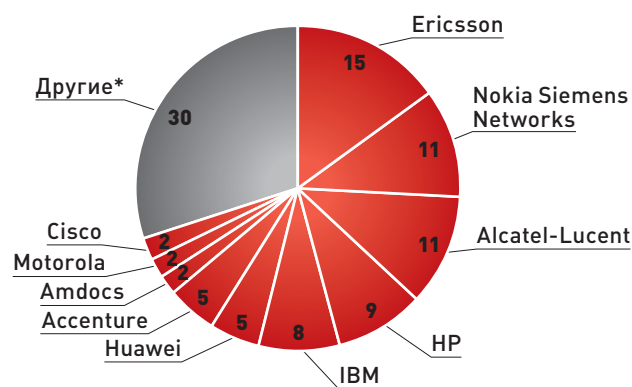
ФОТО: СТАНДАРТ

О новых возможностях услуг аутсорсинга рассказал начальник департамента по управлению качеством функционирования сети и эксплуатационным затратам ОАО «МегаФон» Юрий Рубцов. По его мнению, основными целями оператора при внедрении аутсорсинга являются снижение затрат на содержание сети, обеспечение прозрачности операционных расходов (OPEX) и освобождение ресурсов технических подразделений для решения стратегических задач. Характерно, что, согласно исследованию Pyramid Research, общемировые операционные затраты операторов мобильной связи составляют \$400-500 млрд в год. «Предоставление услуг аутсорсинга поставщиками оборудования – устоявшаяся практика. Наиболее востребованным становится мультивендорный аутсорсинг, когда производители телекоммуникационного оборудования занимаются обслуживанием не только своего оборудования, но и оборудования конкурентов по эксплуатации, поддержке и развитию сети оператора», – рассказал Юрий Рубцов. Однако для России национальными особенностями остаются: отсутствие рынка услуг аутсорсинга телекоммуникаций, возможные дополнительные затраты на услуги, не вошедшие в контракт, а также завышенные ожидания от проекта со стороны руководства и акционеров. Юрий Рубцов уверен, что только тесное взаимодействие с другими операторами в проектах аутсорсинга эксплуатации сетей позволит снизить затраты на содержание этих сетей.

Директор департамента Managed Services компании Huawei в России, Украине и Белоруссии Валентин Рыжиков обрисовал тенденции развития российского рынка аутсорсинга эксплуатации сети. Он рассказал, что большинство отечественных операторов отдадут в аутсорсинг региональным субподрядчикам только небольшую часть эксплуатационной практики. «Как правило, это регламентные, ремонтные и аварийно-восстановительные работы для части инфраструктуры транспортной и радиосети, не требующие ни углубленных профессиональных знаний, ни значительного штата сотрудников», – пояснил Валентин Рыжиков. По его мнению, в этом году в России наблюдаются тенденции к консолидации этой сферы и расширению состава услуг, открывающие сектор рынка действительно профессиональных услуг. «Это хороший момент для вступления в игру крупных игроков, в первую очередь, производителей оборудования, которые смогли бы поддержать процесс консолидации и привлечь в эксплуатационные процессы инвестиции и компетенции», – подчеркнул представитель Huawei.

Об эволюции подходов в аутсорсинге управления сетями рассказал руководитель направления «Управляемые услуги» в регионе Северная Европа и Центральная Азия компании

Структура рынка профессиональных услуг для операторов связи (2009 год, %)



* Преимущественно – локальные системные интеграторы

Источник: Technology Business Research

Ericsson Йорген Алсинг. По его словам, когда в процессе аутсорсингового проекта персонал оператора переходит в штат аутсорсера, для этих сотрудников открываются новые, весьма привлекательные перспективы роста. «Исходя из нашего опыта, люди, которые переходят в Ericsson, рассматривают это как возможность для карьерного развития и реализации потенциала», – подчеркнул Йорген Алсинг.

Вице-президент по аутсорсингу и управляемым услугам компании ECI Telecom Ltd. Ами Ниссимов обозначил роль эффективной модели управления и договора в успешном партнерстве в сфере аутсорсинга и управляемых услуг. По его словам, управляемые услуги представляют собой комплексное решение, направленное на обслуживание системы (сети) и ее оптимизацию, предоставляемое поставщиком в соответствии с обязательствами, определенными соглашением SLA в долгосрочной перспективе сотрудничества. Он также отметил, что эффективное руководство – это способ контроля предоставления услуг и их качества. «Чтобы получить максимум от управляемых услуг, необходимо выбрать комбинацию модели внедрения и модели управления, подходящую конкретной организации», – считает Ами Ниссимов. Он также рекомендовал операторам выбирать поставщика, с которым комфортно работать, ведь эффективное руководство в конечном счете – это общение.

Юрий Домбровский, президент Ассоциации региональных операторов связи (АРОС), поделился европейским опытом совместного использования сетей и инфраструктуры. По его мнению, аргументами «за» совместное использование сетей можно считать: уменьшение капитальных и эксплуатационных затрат; облегчение выполнения лицензионных условий; снижение числа высотных сооружений и их нагрузки на экологию и уменьшение числа РРЛ-направлений. При этом существуют и аргументы «против» – это снижение надежности объединенной сети и уровня конкуренции, а также локальное суммирование электромагнитного излучения от нескольких радиоэлектронных средств, которое может превысить нормативные значения или не обеспечить электромагнитную совместимость. Так, в 2009 году LTE-лицензиаты Tele2 и Telenor создали совместное предприятие Net4Mobility для строительства и эксплуатации сети, которой оба оператора будут пользоваться как MVNO. При этом предусмотрено совместное использование имеющегося у операторов спектра диапазонов 900 и 2500 МГц. Данное соглашение также затрагивает и GSM-сети операторов, улучшая в них качество передачи голоса. «Опыт Tele2 и Telenor свидетельствует о 50%-ном сокращении CAPEX и OPEX в результате совместного использования сетей», – подчеркнул Юрий Домбровский.



Олег Свирский,

заместитель директора по техническим
вопросам ОАО «Мобильные ТелеСистемы»

Первый опыт аутсорсинга эксплуатации сети в МТС

После двухлетних напряженных обсуждений, оценки рисков и расчетов бизнес-кейсов мы все же сделали этот первый в России шаг — отдали эксплуатацию сети в аутсорсинг. На мой взгляд, этому предшествовало несколько глобальных предпосылок. Развертывание сети 3G, а в будущем — и LTE, влечет за собой значительное обновление сети и соответствующие затраты для компании. Рост доходов несоизмерим с расходами компании, требуемыми для увеличения доступности услуг с фиксированной предоплатой. С каждым годом архитектура сети становится сложнее, ускоряется технологический цикл, происходит конвергенция мобильной и фиксированной связи. Возникает необходимость повышения эффективности бизнеса за счет рационализации, консолидации и повышения прозрачности расходов.

При принятии решения по выбору основного партнера для аутсорсинга мы исходили из нескольких основных критериев, в том числе, безусловно — наличие успешного международного опыта управления и обслуживания сетей крупных мобильных операторов. И этот критерий стал для нас определяющим: мы искали партнера, гарантированно умеющего эксплуатировать сети. Кроме того, компания-партнер должна быть лидером рынка, иметь в «багаже» передовые технологии, методологии и процессы эксплуатации сети. Наличие квалифицированного и опытного управляющего персонала является следствием первого пункта. Одним из ключевых факторов выбора аутсорсера, с точки зрения минимизации рисков некавалифицированного обслуживания, стало знание партнером оборудования, установленного на сети МТС. Исторически в Центральном регионе России мы строили сеть на оборудовании Siemens, а компания Nokia Siemens Networks, являясь правопреемником компании Siemens в части телекоммуникационных технологий, обладает исключительной экспертизой в отношении собственного оборудования. Нашим партнером могла стать только компания, которая готова брать на себя все риски, связанные с управлением и обслуживанием сети.

Учитывая вышесказанное, в апреле 2010 года мы подписали контракт с компанией Nokia Siemens Networks. По его

условиям, на аутсорсинг переданы эксплуатация и техническое обслуживание сети МТС в макрорегионе «Центр», состоящем из 16 регионов России. На этой территории обслуживаются более 13 млн абонентов и установлено около 3 тыс. сайтов. Зоны ответственности в рамках контракта распределены следующим образом: Nokia Siemens Networks отвечает за эксплуатацию и техническое обслуживание элементов сети (RSS, SSS и транспорт), полевое техническое обслуживание и ремонт, анализ качества сети, а также мониторинг и устранение аварий. В свою очередь, в нашей зоне ответственности осталась эксплуатация и техническое обслуживание сети IP/MPLS — мы пока еще не готовы разговаривать о ее передаче на аутсорсинг ввиду специфичности этой сети: централизованность и единая точка управления на всю страну. На наш взгляд, сети, которые находятся в стадии бурного развития, передавать подрядчику не имеет смысла. Кроме того, мы обеспечиваем поставку запасных частей (в силу того, что на нашей сети стоит не только оборудование Nokia Siemens Networks, но и оборудование других вендоров); занимаемся метрологическим обеспечением; взаимодействуем с государственными регулирующими органами и осуществляем внешнее энергоснабжение сайтов.

Мировой опыт аутсорсинга показывает, что в определенный момент времени аутсорсинг становится убыточным из-за несоответствия темпов роста затрат и доходов. Именно поэтому в этом контракте мы предусмотрели ограничение роста затрат на аутсорсинг в зависимости от двух факторов: уровня инфляции и процентов от роста доходов. Контрактом также предусмотрен переходный период, в течение которого мы осуществили перевод обслуживающего персонала из МТС в Nokia Siemens Networks; аудит сети, передаваемой в аутсорсинг; организацию центра мониторинга управления сетью Nokia Siemens Networks; согласование и внедрение процессов взаимодействия между МТС и Nokia Siemens Networks и организацию защищенного доступа к управлению сетевыми элементами специалистами Nokia Siemens Networks.

Максим Семенихин,
генеральный директор
ЗАО «Нokia Сименс Нетворкс»

Аутсорсинг эксплуатации сетей – реальный опыт в России



В апреле 2010 года Nokia Siemens Networks и ОАО «Мобильные ТелеСистемы» подписали первый в России договор о полном обслуживании и эксплуатации сети мобильного оператора связи. По условиям пятилетнего контракта МТС передает партнеру на аутсорсинг функции эксплуатации и обслуживания мобильной сети в 16 регионах Центральной России. Де-факто этот проект является первым классическим проектом аутсорсинга эксплуатации сети с переводом персонала в штат аутсорсера: согласно контракту 250 сотрудников МТС переведены в штат Nokia Siemens Networks. В зоне нашей ответственности остаются: мониторинг; управление инцидентами и устранение аварий; управление конфигурациями и изменениями; превентивное и аварийное обслуживание телекоммуникационного оборудования; превентивное и аварийное обслуживание инфраструктуры сайтов, а также анализ производительности и отчетность.

Для корректной коммуникации, плавного перевода персонала и практической подготовки определен процесс перехода, который занял четыре месяца с момента подписания контракта до даты начала предоставления услуг. Срок проекта – пять лет с автоматической пролонгацией.

Для МТС перевод эксплуатации сети на аутсорсинг стал важным шагом к стратегически эффективному способу управления бизнесом, выбранному мировыми лидерами отрасли. Существенно сокращается стоимость владения и эксплуатации сети, а также основных средств, связанных с эксплуатацией. Сокращается количество персонала, и растут операционные показатели, такие, как EBITDA на сотрудника. Кроме того, растет прозрачность расходов.

На подготовительном этапе до подписания договора очень важно было решить ряд практических вопросов: выработать четкое понимание драйверов проекта; определить желание руководства МТС курировать проект и выделить на эти цели специальный управляющий комитет; определить этапы проекта и сопутствующие трудозатраты; определить наличие ресурсов для рабочей группы; выделить профессиональную локальную команду в сервисной компании, включая руководителя эксплуатации; а также достигнуть высшего

уровня доверия между аутсорсером и заказчиком. Все эти факторы являются не только проблематикой конкретного проекта, но также и нашими рекомендациями – на что следует обратить внимание при глубокой проработке подобных проектов. Как ни смешно это звучит, но довольно часто либо одна, либо обе стороны смутно представляют себе четкие драйверы проекта аутсорсинга. Зачастую у различных менеджеров, вовлеченных в подобный проект на стороне оператора, разное видение драйверов. В таком случае проект либо начинает идти по кругу, либо затягивается на неопределенное время. Проекты по своей природе всегда движутся «сверху вниз», то есть выдвигаются либо акционерами, либо топ-менеджерами компаний. Поэтому крайне важно желание руководства компании инвестировать определенное количество времени – без этого проект обречен на провал.

На этапе перехода на аутсорсинг сети, на наш взгляд, следует обратить внимание на несколько ключевых вопросов. Так, процесс перехода должен составлять от трех до шести месяцев. Со стороны заказчика должен быть выделен специальный управляющий – менеджер перехода. Следует глубоко проработать детальный план перехода, сформировать критерии успешности перехода и готовности компании передать эксплуатацию сети на аутсорсинг. Кроме того, весь процесс перехода должен быть задокументирован приложением договора и содержать: план коммуникаций между персоналом сторон, ресурсы для перехода, схему управления процессом перехода, условия перехода, включающие практические моменты и процедуры аудита сайтов.

Завершающий этап эксплуатации проекта характеризуется стабилизацией; четкой схемой управления проектом и дисциплиной встреч; использованием карты процессов, утвержденной в ходе фазы перехода; применением утвержденной схемы управления запросами и изменениями, а также отчетностью строго по договору.

Хочу отметить, что у нашей компании большой опыт эксплуатации операторских сетей. Так, во всем мире мы эксплуатируем более 80 мультивендорных сетей и успешно перевели в свой штат около 13 тысяч сотрудников.

Логистика онлайн-контента

Данила ШЕПОВАЛЬНИКОВ

Рынок сетей доставки контента, существующий за рубежом уже более десяти лет, наконец образовался и в России. Первый кирпич в его фундамент два года назад заложила компания NGENIX, а в течение 2010 года к ней примкнули сразу несколько стартапов. Для отечественной отрасли связи это принципиально новое направление бизнеса, перспективы которого напрямую связаны с активным развитием онлайн-вещания и ростом объемов видеотрафика в Интернете.

Исследование Cisco Visual Networking Index содержит прогноз о том, что к 2014 году объем ежемесячного интернет-трафика в мире достигнет 64 Эбайт (1 Экзабайт = 1018 байт), или 767 Эбайт в год, из которых более 50% придется на видеоданные. По мнению Алона Вайнберга, вице-президента по маркетингу и продуктам компании CastUP (дочернее предприятие NDS Group, специализирующееся на разработке решений для доставки и управления контентом), это связано с тем, что многие операторы платного телевидения переходят на интернет-трансляции, поскольку с точки зрения окупаемости и эффективности инвестиций распространение видеоконтента поверх открытых каналов связи зачастую более предпочтительно, чем по закрытым частным сетям (IPTV). Следствием этого, по прогнозу Алона Вайнберга, в ближайшие годы станет бум на всевозможные технологии оптимизации доставки видео через Интернет.

В зарубежных странах с развитой телекоммуникационной инфраструктурой, и прежде всего в США, спрос на комплексную оптимизацию

распространения трафика в Интернете еще более 10 лет назад породил специализированные сети доставки контента (Content Delivery Network, CDN) – совокупность программно-аппаратных решений, наложенных на каналы связи. С их помощью более 50 компаний по всему миру оказывают услуги по распространению контента с гарантированным качеством. По данным J'Son & Partners Consulting, из 14,7 Эбайт общемирового интернет-трафика за 2009 год на CDN пришлось около 6,9 Эбайт, то есть немногим менее 50%, а оборот индустрии за прошлый год превысил \$2 млрд. Более 60% этой суммы приходится на «большую четверку» CDN-операторов, задающих тон на мировом рынке сетей доставки контента: компании Akamai Technologies (с доходом \$860 млн за 2009 год), Limelight Networks (\$131,66 млн за 2009 год), Level 3 Communications (\$75 млн за 2009 год) и CDNetworks (около \$60 млн за 2009 год).

Рождение сверхновой
В России распространение интернет-контента долгое время рассматривалось как функция операторов

связи. Однако в 2008 году ООО «Современные сетевые технологии» удалось переломить этот стереотип, развернув первую CDN и предложив на ее базе пакет услуг доставки контента под брендом NGENIX. В течение двух лет эта компания оставалась единственным специализированным CDN-оператором в России. Однако в 2010 году о запуске коммерческих CDN-услуг заявили сразу несколько стартапов, включая ООО «СДН-видео» (CDNvideo) и ООО «Денивип Медиа» (Denivip Media), тем самым заложив основу нового направления услуг связи.

По оценке Константина Чумаченко, генерального директора ООО «Современные сетевые технологии» (NGENIX), рынок CDN в России пока что находится в начальной фазе роста как по объему спроса, так и в денежных показателях. «Статистически значимые объемы появятся не ранее 2011-2012 годов, но положительную динамику мы наблюдаем уже сегодня: растущие нагрузки, создаваемые, в первую очередь, онлайн-видео, формируют потребность в принципиально новых технических решениях для реализации контент-проектов», – подчеркивает Константин Чумаченко.

Предпосылки для развития рынка CDN в России, по мнению Ярослава Городецкого, генерального директора ООО «СДН-видео» (CDNvideo), заключаются в обширной географии и большой численности населения страны, а также в спросе на ресурсы Рунета за его пределами – в СНГ, Балтии, Западной Европе и Северной Америке. Услуги CDN зарождались в США в схожих условиях: крупным интернет-порталам необходимо было обеспечить хорошую связность с посетителями из разных штатов и стран, где росла популярность американского онлайн-контента. «Проще говоря, CDN-услуги появились благодаря потребностям пользователей быстро получать большие объемы информации через Интернет и желанию поставщиков контента сконцентрироваться на его производстве и продвижении, а не на технологиях распространения», – поясняет Денис Буличенко, директор по развитию бизнеса ООО «Денивип Медиа» (DENIVIP Media). По его мнению, отечественная телекоммуникационная отрасль находится на пороге нового этапа развития, подразумевающего пересмотр самого понятия услуг связи.



Константин Чумаченко,
генеральный директор
ООО «Современные сетевые
технологии» (NGENIX):
«Если сети операторов
связи предназначены для
передачи данных, то сеть
CDN – для выполнения
веб-приложений»

Боевая неготовность

«Индустрия CDN долгое время игнорировалась российским рынком, несмотря на ее бурное развитие в Европе и США: у нас даже услуги дата-центров обычно сводятся к хостингу», – констатирует Илгар Гасымов, системный архитектор департамента операторов связи ООО «Сиско Системс» (Cisco). По его оценке, это связано с нехваткой в России специалистов, способных эффективно пакетировать и продавать CDN-услуги.

По мнению Сергея Грознова, директора дирекции информационных технологий ОАО «НТВ-Плюс», отставание России от Европы и США в развитии CDN как бизнеса связано с неподготовленностью отечественной сетевой инфраструктуры к передаче «тяжелого» трафика на большие расстояния с гарантированным качеством, а также с низкой плотностью населения, из-за которой до сих пор выгоднее проложить в удаленный регион один кабель и поделить его между несколькими поставщиками услуг, не фокусируясь на качестве сервиса. «Большинство операторских сетей связи в России проектировалось для передачи голоса, без учета необходимости передавать большие объемы видеотрафика, тем более – в режиме потокового вещания», – поясняет Дмитрий Ильин, руководитель направления IPTV компании Ericsson в Северной Европе и Центральной Азии.

Помимо перечисленных проблем, развитие CDN на российском рынке связи сдерживается темпами роста контентного бизнеса в Интернете. Судя по зарубежному опыту, у него есть два источника доходов: рынок платного контента и рынок рекламных интернет-площадок. В России онлайн-сервисы до сих пор являются бизнесом лишь для очень ограниченного круга игроков. «Трафика в стране много, а деньги на нем делает мало компаний, поэтому если на Западе они выстраиваются в очередь за доступом к клиенту и готовы платить за услуги улучшения этого доступа, то в России качество доставки контента – ключевой фактор успеха только для зрелого бизнеса», – подчеркивает Константин Чумаченко из компании NGENIX. По его

оценке, российский рынок платных контент-сервисов отличается от западного низкой платежеспособностью аудитории и высоким уровнем пиратства. Поэтому при темпах роста пользовательского трафика выше мировых, объемы его монетизации пока сравнительно невелики, но как только отечественные онлайн-проекты начнут серьезно зарабатывать, ситуация изменится.

Пока же, по мнению Константина Чумаченко, рекламная модель заработка в Интернете более перспективна для российского рынка, чем продажа видеоконтента, что подтверждается запуском в 2009-2010 годах нескольких видеопроектов (например, Ivi.ru и TVZav.ru), предлагающих бесплатный просмотр через Интернет премиального видео с рекламой. «Те онлайн-проекты, чьи рекламные площади наполнены и кто с помощью CDN может показывать больше рекламы, уже готовы к осознанному расходу на услуги CDN», – подчеркнул Константин Чумаченко.

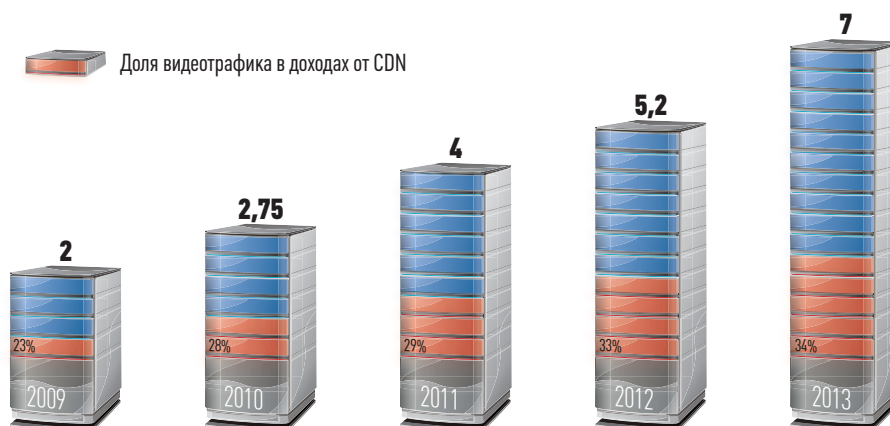
Оптимизация как сервис

В кругу российских связистов бытует двоякое понимание сущности CDN. Одни участники рынка убеждены, что это инструмент, который призван помочь

оператору справляться со шквалом «тяжелого» трафика не только путем расширения каналов связи, но и при помощи оптимизации доставки контента и затрат на обслуживание инфраструктуры посредством новых подходов к так называемому прозрачному кэшированию интернет-контента. «Многие российские операторы связи в 2010 году тестировали наши технологии в этой области, но пока о начале их коммерческой эксплуатации я ничего не слышал», – сообщил Илгар Гасымов из компании Cisco.

Вторая группа участников рынка понимает CDN как услугу на базе специализированной инфраструктуры, создаваемой для распространения контента между его производителями и владельцами и их клиентами – конечными пользователями. Такой подход к CDN был сформирован в США и пришел в Россию именно оттуда. «Сотрудничая с Limelight Networks, вторым по размерам CDN-оператором в мире после Akamai Technologies, мы убедились в том, что за рубежом такие сети становятся чем-то вроде инфраструктуры по запросу – от инструментов транскодирования контента до его хранения, оптимизации под конкретные средства распространения и, непосредственно,

Прогноз динамики роста объема мирового рынка CDN (\$ млрд)



Источник: J'son & Partners Consulting



Николай Мазур,
начальник департамента
фиксированной связи
ОАО «МегаФон»:
«Услуги CDN позволяют
контент-провайдеру
сократить затраты
на расширение и поддержку
сетевой инфраструктуры,
а также увеличить качество
доставки контента
до конечных пользователей,
тем самым повысив
их лояльность»

доставки», — отмечает
Денис Буличенко из компа-
нии DENIVIP Media.

По словам Илгара
Гасимова, подход к CDN как
к оптимизации существую-
щей сетевой инфраструкту-
ры более простой и понят-
ный, поэтому он будет ак-
тивно развиваться в России,
но его нельзя рассматри-
вать как новое направле-
ние бизнеса — для операторов
это не более чем способ
снизить издержки и повы-
сить эффективность работы
сетей связи. Тогда как со-
здание CDN для выстраива-
ния партнерских отношений
с поставщиками контен-
та является новым для рос-
сийского рынка серви-
сом, на котором можно де-
лать бизнес, но пока что иг-
роки только нащупывают
эту модель и приценивают-
ся к ней.

Пиринг вам в помощь

Мировой рынок сетей до-
ставки контента составля-
ют две большие группы спе-
циализированных CDN-
операторов. Игроки первой
группы стремятся раз-
вернуть как можно боль-
ше точек присутствия вбли-
зи абонентов. К этой груп-
пе относится лидер рын-
ка — Akamai Technologies,
установивший около 70 тыс.
серверов по всему миру.
Представители второй груп-
пы CDN-операторов име-
ют мало точек присутствия,
но при этом стараются дого-
вориться о приватном высо-
коскоростном пиринге с как
можно большим количест-
вом магистральных опера-
торов и локальных интер-
нет-провайдеров. К этой

группе относится компания
Limelight Networks, распо-
лагающая всего лишь 25 уз-
лами по всему миру, но при
этом осуществляющая пря-
мой пиринг с более чем
900 операторами связи.

С июня 2010 года инте-
ресы Limelight Networks
в России представляет ком-
пания DENIVIP Media, ос-
новным бизнесом которой
является разработка плат-
форм, выполняющих функ-
ции CDN, на базе реше-
ний Adobe и системного ПО.
«Limelight Networks име-
ет приватные точки со-
прикосновения с крупны-
ми российскими операторами
связи в Европе, что
обеспечивает нам присут-
ствие в их сетях без необ-
ходимости физической ус-
тановки серверов и арен-
ды каналов связи», — по-
ясняет Денис Буличенко
из DENIVIP Media. По его

словам, наличие выгод-
ных условий частного пи-
ринга с операторами свя-
зи заменяет необходимость
физически устанавливать
на их сети CDN-сервера,
что обеспечивает доставку
контента до абонентов че-
рез публичные интернет-
ресурсы практически так
же, как если бы он скачи-
вался из локальной сети.
Благодаря этому Limelight
Networks и DENIVIP Media
могут адресовать услуги
не только держателям ви-
деоконтента, но и другим
компаниям, которым необ-
ходимо осуществлять мас-
совое распространение ка-
ких-либо данных в кру-
гу интернет-пользователей.
Среди клиентов Limelight
Networks значится корпо-
рация Microsoft, использу-
ющая услуги CDN для об-
новления через Интернет
программных продуктов
ее клиентов.

Эффект присутствия

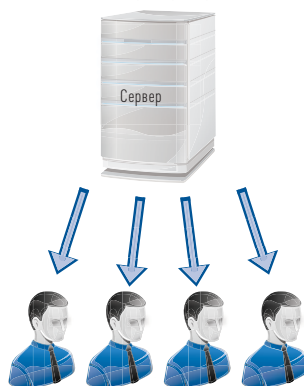
Остальные отечественные
CDN-провайдеры скорее от-
носятся к первой группе:
хотя они также имеют со-
глашения об обмене трафи-
ком с операторами связи,
но при этом делают став-
ку на увеличение количест-
ва региональных точек при-
сутствия. Наиболее крупный
из них — компания NGENIX —
еще в 2008 году вывела
на российский рынок услуги
доставки видео и другого
веб-контента при помощи

территориально распре-
деленных серверных узлов
вблизи конечных пользова-
телей. А к 2010 году NGENIX
превратилась в крупней-
шую в Восточной Европе
CDN, взаимодействующую
с 350 операторами свя-
зи в семи федеральных ок-
ругах России и на Украине,
объединенная абонент-
ская база которых превы-
шает 14 млн пользователей.
Сеть NGENIX представляет
собой комплекс сервис-
ных платформ, расположен-
ных в точках концентрации
сетей широкополосного до-
ступа. «Связность с мно-
жеством операторов — осно-
ва нашего сервиса», — по-
ясняет Константин Чумаченко.
По его словам, услуги
NGENIX не пересекаются с
традиционными оператор-
скими сервисами, более того,
компания предлагает опе-
раторам связи интеграцию
и техподдержку разрабо-
танного ею ПО для запуска
собственных CDN.

Почти два года NGENIX
оставалась единствен-
ной CDN-сетью в России.
Хотя в 2008 году петербург-
ское ООО «БизнесМедиа
Софт» запустило еще один
CDN-проект, под названи-
ем RuCDN, он до сих пор
работает в тестовом ре-
жиме. Однако в середи-
не лета 2010 года о нача-
ле предоставления коммер-
ческих CDN-услуг также за-
явила компания CDNvideo,
основателем которой,

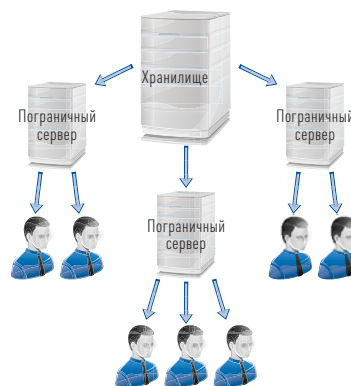
Разница между традиционным подходом к доставке интернет-контента и CDN

Классическая схема распространения контента



→ каналы связи

Сеть доставки контента (CDN)



Источник: СТАНДАРТ



Сергей Грознов,
директор дирекции
информационных технологий
ОАО «НТВ-Плюс»:
«CDN-сервисы могут быть
интересны всем владель-
цам и производителям кон-
тента, нуждающимся в его
распространении конеч-
ным абонентам с гаранти-
рованным качеством, в том
случае, если доставка кон-
тента не является основ-
ным источником дохода
этих компаний»



Денис Буличенко,
директор по развитию биз-
неса ООО «Денивип Медиа»
(DENIVIP Media):
«За рубежом CDN стано-
вится инфраструктурой
по запросу, включающей
инструменты транскодиро-
вания контента, его хране-
ния, оптимизации под кон-
кретные средства распро-
странения и доставки»

по данным «Стандарта», является бывший сотруд-
ник NGENIX. Компания рас-
положена в Москве и яв-
ляется резидентом тех-
нопарка «Строгино», со-
зданного правительством
Москвы при поддержке
Минэкономразвития РФ.
Она предлагает клиен-
там услуги по распростра-
нению видеоконтента че-
рез Интернет в партнер-
стве с Wowza Media Systems,
известным производителем
ПО для видеосерверов.
Потоковое вещание осу-
ществляется CDNvideo при
помощи программной плат-
формы Wowza 2 и геогра-
фически распределенной
сети серверов, узлы кото-
рой расположены в Москве,
Санкт-Петербурге, Киеве
и в Западной Европе с до-
ступом к точкам обмена
трафика в Амстердаме
(AMS-IX), Франкфурте

(DEC-IX) и Лондоне (LINX).
До конца 2010 года
CDNvideo планирует запустить
узлы в Екатеринбурге,
Новосибирске и еще не-
скольких больших горо-
дах России и СНГ. По сло-
вам Ярослава Городецкого
из компании CDNvideo,
благодаря возможностям
Wowza 2 сеть CDNvideo мо-
жет транслировать видео-
контент не только на пер-
сональные компьюте-
ры, но и на мобильные ус-
тройства, включая Apple
iPhone и iPad.

Третьим будешь
Помимо двух перечислен-
ных групп игроков к биз-
несу CDN присматривают-
ся и традиционные опера-
торы связи. «Наши марке-
тинговые исследования,
а также переговоры, про-
веденные с рядом россий-
ских контент-провайдеров,

показали рост их интере-
са к CDN», – сообщил кор-
респонденту «Стандарта»
начальник департамента
фиксированной связи ОАО
«МегаФон» Николай Мазур.
По его словам, «МегаФон»
рассматривает услуги CDN
как разновидность допол-
нительных сервисов и го-
тов предоставлять их как
посредством транспортной
сетевой инфраструктуры,
так и при помощи магист-
ральной IP/MPLS-сети не-
давно приобретенной ком-
пании «Синтерра», име-
ющей точки присутствия во
всех макрорегионах России.
Сети компаний «МегаФон»
и «Синтерра» позволяют
работать как со статичес-
ким трафиком, например,
веб-страницами или фай-
лами различного типа, так
и с динамическими, вклю-
чая потоковое аудио и ви-
део, электронную почту

и контент социальных сетей.
«Мы можем обеспечить до-
ставку контента широкому
кругу клиентов в междуна-
родном масштабе, исполь-
зуя узлы партнеров в дру-
гих странах», – подчеркнул
Николай Мазур.

Операторы связи стоят
перед выбором: либо стро-
ить CDN-сеть и выходить
на этот рынок с использо-
ванием собственных ресур-
сов, либо воспользовать-
ся услугами специализи-
рованных CDN-операторов.
Константин Чумаченко
из компании NGENIX убеж-
ден, что для подавляю-
щего большинства опера-
торов связи инвестиции
в создание CDN малоэф-
фективны, так как они тре-
буют значительных ресур-
сов и не направлены на це-
левой абонентский сег-
мент. Тем не менее услуги
доставки контента могут

Анатомия CDN

Под понятием CDN (Content Delivery Network) подразуме-
вается комплекс технологий для создания специализиро-
ванной серверной инфраструктуры, наложенной на каналы
связи. Она позволяет распространять пользователям кон-
тент, реплицируя его на границе сети для разгрузки инф-
раструктуры от потоков трафика и ускорения его доставки.
При классическом подходе к распространению контента
в интернете вся информация скачивается пользователями
из единого источника – сервера или кластера из несколь-
ких серверов. При этом трафик передается по глобальным
интернет-каналам, накладывающим ограничения на ско-
рость передачи информации. CDN обеспечивает загрузку
данных с локального сервера, расположенного макси-
мально близко к конечному пользователю, благодаря чему
скорость получения данных зачастую ограничивается лишь
возможностями «последней мили». По сравнению с сетями
связи CDN более интеллектуальна: она определяет опти-
мальные параметры доставки контента, с учетом большого

количества факторов, включая выбор источника, маршрут
доставки и т. д.

Основу инфраструктуры CDN составляют контентные ба-
лансировщики, серверы потокового вещания и кеширова-
ния контента, хранилища данных, серверы защиты контен-
та, а также системы транскодирования данных для доставки
на разные типы терминалов. Все эти элементы управляются
централизованным программным решением, представляю-
щим собой «мозг» CDN.

Основное предназначение CDN – обеспечение гарантиро-
ванной доставки контента до конечного потребителя на мак-
симально возможной скорости. К дополнительным сервисам
CDN относятся возможность докачки и буферизации контен-
та, благодаря тому, что трафик доставляется до конкретного
региона один раз, а впоследствии хранится на региональном
сервере CDN, с которого и раздается абонентам. Также CDN
позволяет осуществлять геоблокирование с тем, чтобы огра-
ничить доставку контента по территориальному признаку.



ФОТО: СТАНДАРТ

Ярослав Городецкий,
генеральный директор
ООО «СДН-видео»:
«Выгода от использова-
ния услуг CDN не отличает-
ся от выгоды других видов
аутсорсинга: вместо того
чтобы что-то строить само-
му, вкладываясь в закуп-
ку и эксплуатацию оборудо-
вания, можно платить за ис-
пользование уже отлажен-
ной инфраструктуры»



ФОТО: CISCO

Илгар Гасымов,
системный архитектор
департамента операторов
связи ООО «Сиско Системс»:
«Основная задача операторов
связи – подготовка
квалифицированных кадров,
способных эффективно
создавать и продавать
услуги CDN»

быть востребованы клиентами операторов в составе комплексных проектов, поэтому связистам целесообразнее заключать вертикальное партнерство с CDN-провайдерами.

Однако крупные телекоммуникационные вендоры не разделяют эту точку зрения. «Мы ориентируем CDN-решения именно на традиционных операторов связи, а специализированные CDN-провайдеры, такие как Akamai, обычно используют собственные технологии», – сообщил Илгар Гасымов из компании Cisco. «Для операторов, заинтересованных в предоставлении абонентам высококачественного видеоконтента в больших объемах, более эффективно строить CDN-инфраструктуру, чем арендовать ее у кого-то и платить за каждый доставленный гигабайт», – вторит коллеге Алон Вайнберг из компании CastUP.

Российские ШПД-операторы пока не участвуют в разделе рынка теле-, кино- и видеоконтента, где доминируют крупнейшие телекомпании, вещатели и кинопрокатчики. Но абоненты все чаще смотрят видео через Интернет, что позволяет поставщикам услуг доступа занять более активную позицию в вопросе разделения доходов от контента. «CDN – одна из тех «вкусных» вещей, которую операторы могут предложить медийной отрасли в обмен на долю в доходах рынка», – убежден Дмитрий Ильин из компании Ericsson. Поэтому с его точки зрения

выбор между строительством CDN-инфраструктуры или использованием услуг стороннего CDN-провайдера требует от оператора ответа на другой стратегически важный вопрос: оставаться ли ему «трубой» для передачи трафика или побороться за долю доходов рынка контента.

Опознавание клиента

Услуги CDN применимы для любого контента, но Константин Чумаченко из NGENIX обращает внимание на то, что если сети операторов связи предназначены для передачи данных, то сеть CDN – для выполнения веб-приложений. Однако, несмотря на то, что сервисы CDN далеко не равнозначны передаче данных в традиционных сетях связи, их цена привязана к объемам данных, доставленных конечным пользователям. Например, плата за 1 Тбайт исходящего трафика в сети CDNvideo, в зависимости от выбранного тарифа, может составлять для клиентов от 1,5 тыс. руб. до 3 тыс. руб. При этом, по словам Константина Чумаченко, на стоимость распространения файлов также влияет их объем, который необходимо хранить на серверах CDN, а на цене передачи потокового видео, как правило, отражается количество одновременно возможных пользовательских сессий.

Основными клиентами российских CDN-провайдеров пока являются интернет-порталы, заинтересованные в массовом

распространении контента. К ним относится компания RuTube, сотрудничающая почти со всеми отечественными поставщиками услуг CDN. Кроме того, с помощью этих сервисов присутствуют в Интернете реализуют некоторые крупные телекомпании. В частности, клиентом CDN-сети NGENIX выступает спортивный медиапортал Sportbox.ru, входящий в состав Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании (ВГТРК). А сеть CDNvideo обеспечивает прямые интернет-трансляции на мобильные устройства другого проекта ВГТРК – канала «Россия 24».

Однако, несмотря на то, что все российские медиакомпании всерьез рассматривают Интернет как возможную среду доставки контента до абонентов, большинство из них пока не готово воспользоваться услугами CDN. «Мы анализировали возможности использования CDN, но, к сожалению, CDN-операторов, у нас есть другой способ доставки контента клиентам – посредством спутникового вещания, которое пока обходится дешевле и не требует от абонента ничего, кроме наличия спутниковой тарелки и ресивера», – подчеркнул Сергей Грознов из «НТВ-Плюс». По его словам, «НТВ-Плюс» осуществляет вещание в Интернете при помощи партнеров – операторов связи, но если это направление бизнеса начнет укрупняться

и появится потребность вещать на большее количество абонентов в большом количестве регионов, телекомпания будет рассматривать перспективы сотрудничества с CDN-операторами.

Крупные интернет-компании пока также предпочитают решать задачу доставки контента без участия CDN-провайдеров. «Мы строим CDN-сети последние три года, поскольку это один из элементов нашей программы «Локальная сеть», которая позволяет региональным операторам связи бесплатно получать трафик от «Яндекса» и включать наши сервисы в локальные тарифы для абонентов», – сообщила корреспонденту «Стандарта» Татьяна Комарова, менеджер по связям с общественностью ООО «Яндекс». Компания Google также самостоятельно выходит на точки обмена трафика с операторами связи и даже работает на глобальных участках без взаимодействия с операторами Tier 1, а серверные технологии, позволяющие оптимизировать доставку контента конечным пользователям, являются одним из ее ноу-хау. Поэтому, по мнению Дениса Буличенко из компании DENIVIP Media, услуги CDN должны быть, прежде всего, ориентированы на небольшие и средние медиакомпании, нуждающиеся в оптимальной доставке контента пользователям, но не готовые заниматься этим самостоятельно.

Transport Networks Russia

Развитие телекоммуникационных магистральных транспортных сетей в России

Главные темы конференции:

- Российский рынок магистральных транспортных сетей. Современное состояние и перспективы развития
- Стратегии предоставления транзитных трансконтинентальных услуг российскими магистральными операторами на маршруте Европа-Азия. Возможности и перспективы роста доходов.
- Прогнозы роста объемов трафика и тенденции развития внутренних каналов доступа в Интернет (национальные точки обмена трафиком, возмездный либо бесплатный обмен трафиком, прямые межоператорские отношения peer-to-peer)
- Развитие и расширение каналов доступа в Интернет в регионах РФ. Основные факторы, влияющие на развитие каналов доступа и снижение тарифов на их использование.
- Сети доставки контента (CDN) в России. Опыт развертывания и эксплуатации
- Роль международных точек обмена в оптимизации интернет-трафика и управлении загрузкой сетей
- Опыт создания и реализации системных проектов для построенных магистральных сетей
- Стратегии и строительство магистральных линий связи корпоративными и ведомственными операторами
- Опыт проектирования транспортных сетей для доставки видео-контента
- Пути оптимизации капитальных и операционных затрат на развитие и обслуживание линейно-кабельной инфраструктуры
- Модели выполнения работ по технической эксплуатации и обслуживанию кабельных линий связи, включая аварийно-восстановительные работы, текущий и капитальный ремонт

Организатор:



Информационные партнеры:



2 – 3 марта 2011 г.
Гостиница Holiday Inn
Moscow Lesnaya,
Москва, ул. Лесная, 15

При
регистрации
до 5 февраля
2011 г.
скидка 20%

2010 г.



Для регистрации:
телефон +7 (495) 933-54-83,
e-mail: conf@comnews.ru,
www.comnews-conferences.ru/tn2011

ВОЛС в большом городе

Екатерина ЛАШТУН

В связи с постоянным ростом трафика передачи данных, требования операторов к увеличению пропускной способности сетей растут с каждым годом. И в двух столицах телекоммуникационные операторы модернизируют кабельную инфраструктуру, заменяя морально устаревший медный кабель на волоконно-оптические линии связи. Однако технологические и организационные трудности существенно препятствуют прокладыванию оптической кабельной инфраструктуры.

В Москве и Петербурге операторы связи продолжают активно модернизировать существующую кабельную инфраструктуру. Так, по словам генерального директора ОАО «МГТС» Сергея Иванова, до конца 2013 года компания планирует инвестировать в модернизацию телефонной сети 13 млрд руб. и довести уровень ее цифровизации до 100%. При этом часть «старого» медного кабеля, находящегося в телефонной канализации оператора, будет демонтирована и заменена на оптическое волокно. А реализация таких проектов, как «волокно в каждую квартиру», только ужесточит требования, предъявляемые операторами к волоконно-оптическим сетям.

Больше – за меньшие деньги
По словам Александра Смильгевича, генерального

директора ООО «Инкаб» (пермский завод по производству оптического кабеля), под словосочетанием «модернизация сетей» операторы обычно подразумевают либо переход с медных сетей на волоконно-оптические, либо наращивание пропускной способности за счет увеличения количества волокон и/или применения нового оборудования и технологий передачи оптического сигнала. «В 2010 году очевиден рост потребности операторов в оптическом кабеле с высокой пропускной способностью, что иллюстрируется серьезно возросшей загрузкой нашего производства, а также ростом средней волоконности выпускаемого кабеля», – отмечает Александр Смильгевич. «Другой немаловажный критерий, по которому операторы оценивают волоконно-оптическую сеть, – это высокое качество ее строительства, исключающее

любые дефекты кабеля и сохраняющее целостность заложенного количества оптических волокон», – рассказывает руководитель отдела капитального строительства и проектирования ЗАО «Вест Колл Лтд» Дмитрий Матвеев. По его мнению, не последнее место в оценке качества сети занимает схема проектирования и наличие в ней резервных волоконно-оптических каналов, позволяющих исключить сбои связи на каком-либо направлении в случае проведения аварийно-восстановительных работ.

Директор филиала ООО «Сумма Телеком» в Санкт-Петербурге Андрей Полунин предполагает, что требования операторов к ВОЛС в основном описывают оптоволоконную сеть, способную стать основой для Metropolitan Area Network (MAN) – городской вычислительной сети. MAN – высокопроизводительная масштабируемая

система с развитой сегментацией, оборудованная эффективными средствами мониторинга в реальном времени. «Сеть, ориентированная на развитие в MAN, должна обладать высокой пропускной способностью: не менее 1 Гбит/с на каждый абонентский порт», – отмечает Андрей Полунин. Не менее эффективно, по его мнению, волоконно-оптическая сеть должна справляться и с форс-мажорными ситуациями. Так, активное оборудование обязано быть укрыто от влаги, переохлаждения и вандалов защитными коробами, оптоволоконные кабели должны выдерживать долговременные нагрузки не менее 500 кг на растяжение и 200 кг на сжатие, а также быть снабжены грозозащитой и иметь металлическую броню.

Однако, по мнению Леонида Гуштурова, генерального директора



По словам начальника линейно-производственного отдела ОАО «МГТС» **Виктора Никольского**, основной трудностью для оператора является демонтаж «старого» медного кабеля



Заместитель директора по производству и новым технологиям ЗАО «Межгорсвязьстрой» **Ольга Макарова** уверена, что требования по увеличению скоростей доступа за последние пять лет выросли в десятки раз



ФОТО: «СУММА ТЕЛЕКОМ»

Директор филиала ООО «Сумма Телеком» в Санкт-Петербурге **Андрей Полунин** считает, что операторская сеть должна обладать высокой пропускной способностью: не менее 1 Гбит/с на каждый абонентский порт



ФОТО: «ИНКАБ»

Генеральный директор ООО «Инкаб» **Александр Смильгевич** отметил, что в 2010 году существенно выросли потребности телекоммуникационных операторов в оптическом кабеле с высокой пропускной способностью

ОАО «Комкор» (торговая марка «Акадо Телеком»), требования операторов к кабельной инфраструктуре практически не менялись с тех пор, как начали активно использоваться волоконно-оптические технологии. «Все зависит от того, что оператор собирается строить. Если он строит одну гомогенную мультисервисную сеть, то ему вполне достаточно пары волокон, на которых он, используя технологии уплотнения, может «поднять» различные услуги. В случае, если оператор имеет несколько физически разделенных сетей (IP, SDH, TB) или сдает в аренду «темные» волокна, требования к количеству волокон в прокладываемом кабеле возрастают», — объясняет Леонид Гуштуров.

Заместитель директора по производству и новым технологиям ЗАО «Межгорсвязьстрой» Ольга Макарова считает доступ в Интернет основной услугой, потребление которой постоянно возрастает, а увеличение информационного обмена в сети приводит к возникновению требований по увеличению скорости доступа. Однако, по ее мнению, физические лица готовы тратить на оплату всех телекоммуникационных услуг не более 3–5% доходов. «Требования по увеличению скорости доступа за последние пять лет выросли в десятки, а в отдельных регионах — и в сотни раз, при этом доходы населения растут куда более медленными темпами. Отсюда вытекает и основное требование, которое предъявляют операторы

к волоконно-оптическим сетям: чем ниже стоимость прокладки, тем лучше», — объясняет Ольга Макарова.

Забитая канализация

При прокладывании оптической кабельной инфраструктуры в крупных городах существуют как технологические, так и организационные трудности. Так, по мнению Дмитрия Матвеева из «ВестКолла», основную технологическую трудность при строительстве новых волоконно-оптических линий связи (ВОЛС) в Москве и Петербурге вызывает сильная загруженность каналов телефонной канализации и аварийное состояние некоторых ее участков. «В случае невозможности проведения строительно-монтажных работ на нужных нам участках, мы сталкиваемся с необходимостью проведения аварийно-восстановительных работ», — объясняет он.

Существенной трудностью для МГТС является демонтаж «старого» медного кабеля, особенно — в центре Москвы. «В канализации города проложено огромное количество кабелей, некоторым из которых уже около ста лет. Демонтаж отдельного кабеля затруднен из-за риска повредить остальные кабели — их свинцовая оболочка буквально «прикипела» к каналам», — подчеркивает начальник линейно-производственного отдела ОАО «МГТС» Виктор Никольский. По его словам, общая протяженность кабеля в телефонной канализации столичного оператора фиксированной связи составляет

около 15 млн км, и центральные телефонные колодцы буквально забиты «под завязку». «В рамках модернизации телефонной сети мы планируем проложить новые пластиковые канализационные трубы: их прокладка гораздо дешевле и легче. Кроме того, протягивать кабель можно будет на большие длины, сокращая, таким образом, число канализационных колодцев», — отметил Виктор Никольский. Характерно, что до модернизации телефонная канализация МГТС состояла преимущественно из асбестоцементных труб, вредных для окружающей среды.

В беседе с корреспондентом «Стандарта» заместитель начальника центра внедрения технического блока ОАО «МГТС» Андрей Летников рассказал, что «лихие девяностые» наложили отпечаток на телефонную канализацию оператора: в колодцы МГТС был положен кабель «вообще неизвестно кем и неизвестно для чего». Другая сложность связана с демонтажем чужого кабеля. «Если этот кабель вытащить, то по закону сначала мы должны его где-то складировать, потом хранить несколько лет, пока не объявится его законный владелец. И только после этого, если владелец не объявится, мы можем его утилизировать», — объясняет Андрей Летников. Таким образом, просто демонтировать старый медный кабель оператор не имеет права, даже если этот кабель не опознан. «Можно представить, какие это для нас затраты,

дополнительные финансовые обременения. Поэтому мы стараемся освобождать кабельную канализацию постепенно, в процессе различных реконструкций», — подчеркнул представитель МГТС.

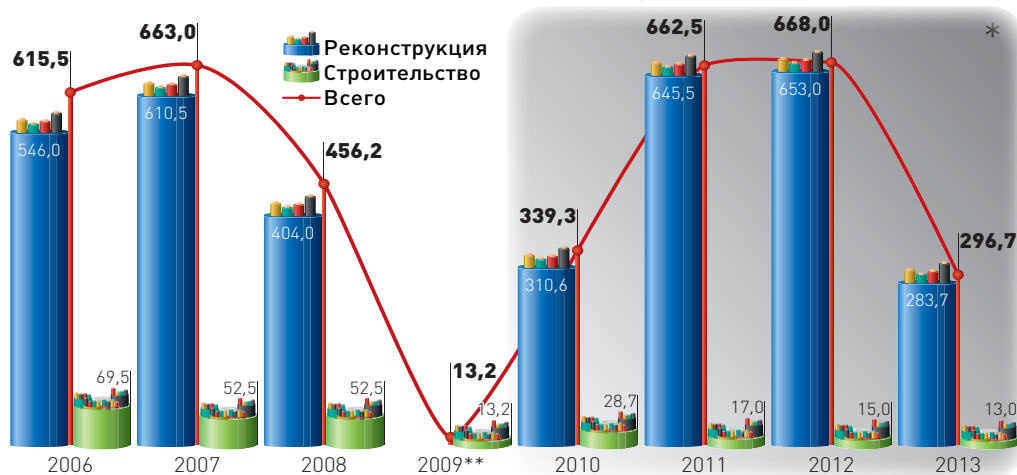
Характерно, что в процессе модернизации МГТС сначала заменяет медные кабели, идущие от объекта к объекту — от одного здания АТС до другого такого же здания. «Однако основную массу занимают кабели, которые тянутся к абоненту: по тысяче «медных пар» в одном кабеле. А вот их-то никто не демонтирует», — говорит Андрей Летников. Кабели, которые расходятся «веером» от здания к абоненту, остаются и заполняют собой телефонную канализацию. Правда, альтернативному оператору вряд ли будет интересен участок между зданиями АТС: ему нужен участок непосредственно до абонента. «Но «последняя миля» является самым дорогим участком в реконструкции и развитии фиксированной сети», — подчеркивает Андрей Летников.

Ольга Макарова из компании «Межгорсвязьстрой» поясняет, что существующая линейно-кабельная канализация в Москве и Петербурге строилась и модернизировалась в соответствии с требованиями Инструкции по проектированию линейно-кабельных сооружений связи ВСН 116-87. Эта Инструкция была разработана ОАО «Гипросвязь» и утверждена Минсвязи России 15 июля 1993 года, а в ноябре 2003 года была отменена приказом Минсвязи России № 133. Инструкцией

предусматривалось большое число требований и норм на прокладку оптических и электрических кабелей связи в кабельной канализации. «Однако условия размещения кабелей в кабельной канализации двух мегаполисов в большинстве случаев не отвечают практически ни одному из требований этой Инструкции», – уверена Ольга Макарова. Она считает, что невыполнение условий размещения кабелей связано с огромной перегрузкой существующей кабельной канализации и фактически полным бездействием со стороны операторов в части строительства новой канализации. «Бездействие объясняется не отсутствием у операторов желания осуществлять инвестиции в новую, более современную и экологически безопасную инфраструктуру, а отсутствием у них возможностей построить такую инфраструктуру с соблюдением всех требований законодательства; а также окупить в разумные сроки затраты на ее строительство, сохранив доступность услуг для всех категорий пользователей», – подчеркивает Ольга Макарова.

Немало трудностей при строительстве новых сетей доставляет операторам вынужденное взаимодействие с собственниками жилья: ТСЖ, ЖСК и ЖКС и управляющими компаниями. Так, по словам Андрея Полунина из «Суммы Телеком», это отнимает у операторов много времени на согласование и поиск компромиссных условий. Кроме того, он уточняет, что «далеко не все

Темпы реконструкции и строительства телефонной сети МГТС (тыс. абонентских номеров)



* Прогноз

** В 2009 году реконструкция телефонной сети не проводилась

Источник: МГТС

организации готовы официально документировать отношения с операторами связи, и предпочитают получить деньги наличными».

Гонка за капитализацией

Заместитель генерального директора ЗАО «РадиоКом-Система» Марат Кадерлеев обращает внимание на то, что строительство телекоммуникационных сетей во всем мире приравнивается к инфраструктурным проектам. «Это справедливо, но это не требует от оператора связи строить собственные телекоммуникационные канализации и мачты, прокладывать кабель, а также строить специальные здания и сооружения. Все это оператор может взять в аренду на длительный срок, получив техническое обслуживание

высокого качества», – объясняет Марат Кадерлеев.

По его словам, в гонке за капитализацией некоторые компании имеют в своем арсенале телекоммуникационные канализации, здания, сооружения и специализированное оборудование, что в результате приводит к неоправданно высокой цене на услуги связи. А операционные затраты превышают все допустимые нормы, ложась бременем на потребителя. «В нашей стране как-то не принято говорить о потребителях услуг, пока об этом не заговорили «наверху», – считает Марат Кадерлеев. Он предполагает, что распределение доходов операторов осуществляется в обратном порядке и денег на модернизацию инфраструктуры порой просто не остается. «В Москве заполнено или требует капитального ремонта и технического аудита 96% телекоммуникационных канализаций. А владельцы других инфраструктур, например Метрополитен или РЖД, неохотно предоставляют инфраструктуру сторонним операторам, имея аффилированные компании», – уверен Марат Кадерлеев. Он видит решение этой проблемы в создании в двух столицах специализированных компаний, предоставляющих услуги телекоммуникационной инфраструктуры, развивающих ее по всем правилам и нормам,

получающих доходы и вкладывающих средства в ее развитие, как это принято во многих странах мира.

По мнению Ольги Макаровой из компании «Межгорсвязьстрой», чтобы сдвинуть с мертвой точки процессы строительства новой канализации в двух столицах, необходимо принять ряд законодательных мер. А именно: узаконить возможность строительства линейно-кабельной инфраструктуры связи (ЛКС) в полосе отводов автомобильных дорог; обязать собственников дорог обеспечить возможность прокладки строительства ЛКС в полосе отводов автомобильных дорог; определить порядок строительства ЛКС и установить регулируемые цены на право прохода при размещении ЛКС в полосе отвода автомобильных дорог, величина которых должна позволять операторам связи осуществлять строительство новой инфраструктуры с затратами, окупаемыми в разумные сроки без увеличения стоимости услуг связи для существующих клиентов; дополнить программу разработки технических регламентов требованиями по разработке технических регламентов по строительству ЛКС; а также разработать и внедрить технические регламенты по строительству линейно-кабельных сооружений связи.

Нева Кабель
Подразделение Draka

ПРОИЗВОДСТВО И ПРОДАЖА МЕДНЫХ ТЕЛЕФОННЫХ И ГИБРИДНЫХ КАБЕЛЕЙ СВЯЗИ

Поставка продукции концерна DRAKA:

- кабель «витая пара» кат. 5е, 6, 7;
- аудио-, видеокабели, гибридные, коаксиальные, волоконно-оптические кабели и аксессуары к ним.

e-mail: nc@nevacables.ru тел. (812) 600-66-70
<http://www.nevacables.ru> факс: (812) 600-66-70 (доб. 0)

Радиорелейная мобилизация

Третье дыхание РРС

42

На вкус и цвет

44

Точка зрения

44



Наиболее популярными моделями применения радиорелейных систем связи (РРС) на сетях российских операторов по-прежнему остаются магистральные линии, а также транспортные сети для базовых станций в сетях сотовой связи. С помощью РРС можно оперативно и экономно организовать линию связи там, где прокладывать кабель слишком долго, экономически нецелесообразно или попросту невозможно. Однако рост трафика в магистральных сетях ужесточает требования к их пропускной способности, а развитие новых беспроводных технологий передачи данных в сотовых сетях повышает нагрузку на «мобильный транспорт». Выдержат ли РРС это испытание, и как оно отразится на моделях их использования?

Данила Шеповальников,
редактор раздела «Стандарт-ТЕХНО»

Третье дыхание РРС

Александр КАЛИГИН

Радиорелейная связь сохраняет титул самой долгоиграющей беспроводной технологии на российском телекоммуникационном рынке. Очередной виток ее эволюции связан с развитием сетей 3G, а также приближением эры LTE.

Если в прошлом веке радиорелейные системы (РРС) составляли основу отечественных телефонных линий общего пользования, то в последнее десятилетие они получили широкое распространение в городских, пригородных и областных сетях российских операторов фиксированной и мобильной связи. Кроме того, с помощью РРС операторы подключают корпоративных клиентов при отсутствии возможности обеспечить их оптоволоконными каналами доступа. «Радиорелейное оборудование способно решать самые различные задачи: от сетевого доступа для простого и недорогого подключения ряда абонентов в сельской и городской местностях, до построения ведомственных, корпоративных и магистральных сетей», — убежден Григорий Богданов, продукт-менеджер ГК «НАТЕКС».

В России наиболее активными потребителями РРС являются операторы сотовой связи. По оценке Алексея Шашкова, директора департамента беспроводных систем связи ЗАО «НЕС Нева Коммуникационные Системы», это связано с наименьшими капитальными и операционными затратами на радиорелейное оборудование по сравнению с другими видами «мобильного транспорта», а также с высокой скоростью развертывания радиорелейного пролета. Основная модель применения РРС сотовыми операторами заключается в обеспечении передачи трафика между ядром сети и конечными базовыми

станциями, работающими непосредственно с абонентским оборудованием. Для этого в основном используются среднескоростные (до 40 Мбит/с) и высокоскоростные (более 40 Мбит/с) РРС.

По данным ЗАО «НПФ Микран», еще недавно более 90% российского рынка РРС контролировалось крупными зарубежными производителями. При этом оборудование отечественного производства было фактически вытеснено в сегмент специализированных сетей, требования к которым исключали возможность применения зарубежных аналогов. Главной причиной нишевого использования отечественных РРС являлся недостаточный функционал и гибкость решений, требуемых при строительстве сетей крупными операторами связи. Однако, по словам Григория Богданова, предубеждение заказчиков о невысоком качестве отечественных РРС ошибочно. За последние пару лет российским компаниям удалось переломить этот устоявшийся стереотип благодаря тому, что в их продуктовых портфелях появились решения, не уступающие импортным по соотношению качества и стоимости, но имеющие преимущества в обслуживании и сроках поставки.

Насущная гибридизация

По словам Александра Шубина, начальника радиотехнического отдела ООО «ИМАКЛИК» (IMAQLIQ), общая тенденция развития рынка мобильной связи

такова, что объем TDM-трафика в операторских сетях постепенно уменьшается, а пакетный трафик, напротив, становится все более востребованным. Он уже активно передается по сетям 3G, а в обозримом будущем станет основой сетей 4G и LTE. Поэтому «большая сотовая тройка» нуждается в гибридных решениях, пригодных как для поддержки существующих сетей 2G, так и для внедрения новых технологий.

Если основу бизнеса оператора составляет передача трафика в сетях 2G, то ему целесообразно использовать РРС на платформе PDH (Plesiochronous Digital Hierarchy — плезиохронная цифровая иерархия) с возможностью передачи трафика Ethernet в меньшем процентном соотношении. Если же оператор в большей степени ориентирован на передачу пакетного трафика, то ему необходимы РРС на платформе Ethernet, способной поддерживать относительно небольшое количество потоков трафика 2G.

«В связи с развитием сетей на базе технологии WiMAX, а также необходимостью передачи мультимедиа-контента и оказания других дополнительных услуг на российском рынке растет популярность РРС, основанных на платформе Ethernet», — подчеркивает Алексей Алтунин, специалист по поддержке продаж ООО «Интраком Связь».

По оценке Григория Богданова из ГК «Натекс», наибольшим спросом со стороны клиентов пока пользуются системы

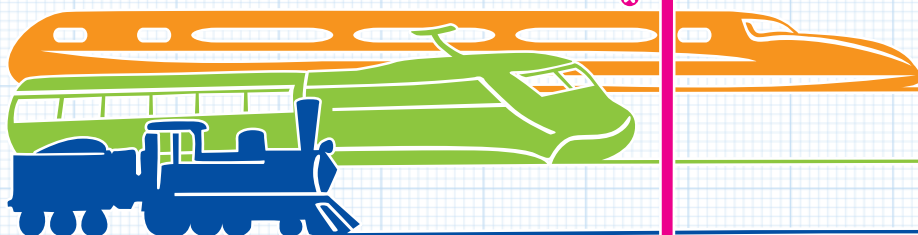
Ericsson Mini-Link CN 500

Компания Ericsson выпустила новый компактный радионode, совместимый со стандартом LTE. Mini-Link CN 500 поддерживает IP в пределах локальной транспортной сети, а также технологию мультиплексирования с разделением по времени (TDM) для пакетной передачи данных. Устройство совмещает функции модема, а также контроля и управления трафиком. Оно может быть использовано как в узлах сети, так и для организации «последней мили».



Поддерживает 16E1 и 10/100/1000 Base-T интерфейс при полной емкости радиосвязи до 345 Мбит/с.

Классификация радиорелейных систем по скорости передачи данных



Высокоскоростные – более 140 Мбит/с

Среднескоростные – до 52 Мбит/с

Низкоскоростные – до 8 Мбит/с

* Требования LTE-сетей к пропускной способности мобильного транспорта – от 100 Мбит/с до 400 Мбит/с

Источник: СТАНДАРТ

PDH с интерфейсами до 8-16 потоков E1 и полосой около 30 Мбит/с под Ethernet-трафик, а также системы SDH (Synchronous Digital Hierarchy – синхронная цифровая иерархия) с пропускной способностью 155 Мбит/с. Однако производители PPC активно готовятся к грядущему внедрению нового поколения широкополосных технологий на сетях мобильной связи. По словам Алексея Алтунина, в модельном ряду греческой компании Intracom Telecom, на 51% принадлежащей ОАО «Ситроникс», уже представлены PPC для платформы Ethernet с пропускной способностью до 400 Мбит/с на один канал.

Фабрика уплотнения

Дальнейшее совершенствование PPC направлено на увеличение объема передаваемой с их помощью информации в единицу времени. Эта задача может быть решена как путем использования математических алгоритмов сжатия данных, так и переходом на высокие диапазоны частот, позволяющие расширить полосу пропускания радиорелейных линий. По словам Алексея Алтунина, к ним относятся практически свободные в России диапазоны 60 ГГц, 70 ГГц и 90 ГГц. «В свете активного строительства 3G-сетей и грядущего внедрения технологии LTE в городских условиях будут востребованы высокочастотные решения, длина пролета которых может достигать 3 километров, что примерно соответствует радиусу зоны покрытия базовой станции

LTE», – комментирует Александр Шубин из компании «ИМАКЛИК».

По мнению Алексея Шашкова из компании «NEC Нева Коммуникационные Системы», уплотнить передачу данных можно за счет применения в PPC квадратурно-амплитудной модуляции (Quadrature Amplitude Modulation, QAM) высокого уровня (от 512 QAM и выше), который определяет количество состояний несущей, используемых для передачи информации. Григорий Богданов из «Натекс» также отмечает возможность увеличения пропускной способности PPC за счет внедрения алгоритма адаптивной модуляции, технологии ослабления кросс-поляризационных помех, а также поддержки гигабитного интерфейса Ethernet.

Бюрократический балласт

Главным фактором, сдерживающим рост рынка PPC в России, остается долгосрочная процедура получения операторами разрешений на использование частот. Несмотря на то, что за последние два года государственная комиссия по радиочастотам (ГКРЧ) приняла ряд решений, значительно упрощающих использование радиорелейной связи на территории РФ, получение частот для использования конкретной PPC в лучшем случае занимает шесть месяцев, в течение которых невозможно эксплуатировать оборудование на законных основаниях. При этом в Европе и США оформление разрешительной документации

на радиорелейную систему осуществляется в уведомительном порядке, уже после ее инсталляции и организации канала связи.

«Последняя регистрация радиорелейной линии на оборудовании DMR5000S отняла у нашего клиента около шести месяцев, тогда как американские коллеги тратят на аналогичную процедуру не более двух недель, причем делают это через Интернет», – сетует Алексей Шашков из компании «NEC Нева Коммуникационные Системы». В случае использования зарубежного оборудования к этому часто добавляется время на получение всей разрешительной документации на его импорт. Может показаться, что благодаря этому PPC российского производства имеют некоторое конкурентное преимущество. Но, по словам Григория Богданова, исходя из опыта клиентов компании «Натекс», процедура получения частот для PPC никак не связана с ее происхождением и даже для отечественного оборудования может затянуться на срок до полутора лет. Для захвата новых территорий или динамичного наращивания абонентской базы в уже существующих регионах оператору важно иметь возможность в кратчайшие сроки предоставить услугу клиентам. PPC подходят для этого лучше других решений, однако бюрократические проволочки сводят на нет главное конкурентное преимущество радиорелейных линий перед кабельными – скорость их развертывания.



Радиян Санкт-Петербург

Современные отечественные радиорелейные станции со скоростью передачи **2...34, 100 и 155 Мбит/с** диапазонов **4...38 ГГц** с гибким распределением пропускной способности между традиционными **E1** потоками и **EtherNet 10/100 Base-TX** (опционально **ASI**)



Один или два приемо-передатчика от **4 ГГц** до **38 ГГц**
 скорость передачи от **34** до **155 Мбит/с**
 габариты: 277x142x194 мм
 вес: 5,5 кг
 комплектуется антеннами диаметром от 0,3 м до 2,4 м



2 разъема подключения приемо-передатчиков
 один кабель на ствол
 резервирование 1+0, 1+1

Индикация состояния и уровня сигнала первого и второго ствола PPC

Разъем подключения системы мониторинга и управления

Пользовательский канал передачи данных RS-232

2 разъема EtherNet 10/100 Base TX

Служебная телефонная связь

Разъем подключения пользовательской пожарной и охранной сигнализации 25pin

опционально два места для:

- плат 4xE1 ITU-T G.703
- плат 8xE1 ITU-T G.703
- плат 16xE1 ITU-T G.703
- плат 4xEtherNet 10/100BaseTX
- плат ASI для цифрового ТВ

192029, Санкт-Петербург, Б. Смоленский пр., 2,
 тел.: (812) 412-9983, 412-8905, 412-0541,
 факс.: (812) 412-7736,
 e-mail: root@radian.spb.ru
 Все оборудование имеет действующие сертификаты Минсвязи России

На вкус и цвет

Александр КАЛИГИН

При выборе радиорелейных систем оператор должен учитывать их специфику и делать выбор в пользу решений, наиболее соответствующих особенностям его сетевой инфраструктуры и существующей модели бизнеса.

Традиционный подход к классификации аналоговых радиорелейных систем предполагает их разделение в соответствии со схемой распространения радиоволн на две большие группы: радиорелейные линии прямой видимости, предусматривающие отсутствие препятствий между антеннами соседних станций, и тропосферные радиорелейные линии, допускающие расположение антенн соседних станций вне зоны прямой видимости.

В свою очередь радиорелейные системы прямой видимости дополнительно подразделяются на три подгруппы

по пропускной способности. У PPC большой емкости радиоствол уместает от 600 до 2700 и более каналов тональной частоты. Такие решения оптимальны для организации магистральных радиорелейных линий большой протяженности. У PPC средней емкости на один радиоствол приходится от 60 до 600 каналов тональной частоты. Такие системы используются, как правило, для организации внутризональных соединительных линий в сетях связи. Третью подгруппу составляют малоканальные радиорелейные системы, емкость радиоствола которых колеблется в пределах от 6 до 60 каналов

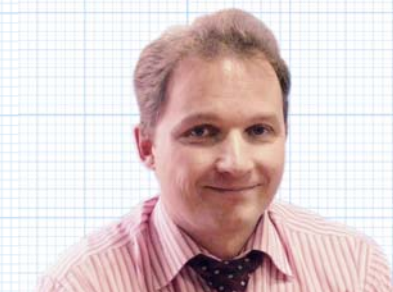
OmniBAS-4W

Цифровые радиорелейные станции семейства OmniBAS-4W компании Intracom Telecom отличаются высокой плотностью размещения модемов (до 4). Благодаря этому обеспечивается разнообразие конфигураций системы,



«горячее» резервирование, а также гибкость развертываемых с ее помощью сетей. Система OmniBAS позиционируется как решение для операторов мобильной связи, а также для компаний, имеющих лицензию на предоставление услуг фиксированного доступа и организаций жилищно-коммунального сектора.

Как изменится рынок в свете роста трафика в сетях 3G



Алексей Шашков, директор департамента беспроводных систем связи ЗАО «NEC Нева Коммуникационные Системы»: «Спектр радиорелейного пролета ограничен, поэтому ближайшие несколько лет рынок радиорелейного оборудования уйдет от сетей PDH/SDH в пакетную среду передачи данных. Однако в сельской местности и небольших городах радиорелейные системы связи останутся незаменимыми»



Григорий Богданов, продукт-менеджер ГК «НАТЕКС»: «Все большим спросом будут пользоваться высокоскоростные радиорелейные системы, ориентированные на работу с трафиком Ethernet и поддерживающие функционал сетевого оборудования операторского класса, включая QoS и QinQ»



Александр Шубин, начальник радиотехнического отдела ООО «ИМАКЛИК»: «Для использования в LTE-сетях радиорелейное оборудование должно обеспечивать пропускную способность от 100 Мбит/с до 400 Мбит/с. Поэтому на рынке будут востребованы более емкие решения, с применением нескольких радиостволов и технологий оптимизации использования радиочастотного спектра»

тональной частоты. Благодаря этому они могут применяться лишь для организации местных соединительных линий.

Однако после перехода радиорелейных систем на «цифру» традиционная классификация утратила актуальность. По мнению Александра Шубина, начальника радиотехнического отдела ООО «ИМАКЛИК», наиболее актуальным для рынка связи подходом является разделение PPC по областям их применения на межзоновые или магистральные и внутризоновые или городские системы.

Магистральные PPC могут быть использованы для организации линий связи на большие расстояния – до нескольких сотен и даже тысяч километров, при этом один пролет от точки до точки может достигать длины в 60-70 километров. Такие системы активно применяются операторами фиксированной и мобильной связи на междугородных магистральных линиях связи, а также в рамках областных и городских транспортных сетевых колец, поскольку прокладка оптических линий связи на большое расстояние – слишком дорогостоящее удовольствие.

Внутризоновые радиорелейные системы предназначены для организации линий связи на коротких расстояниях и отличаются от магистральных PPC более высоким используемым частотным диапазоном. Как правило, они устанавливаются операторами в узлах доступа, для создания «последней

мили» до базовой станции, а также на базовых станциях для соединения их между собой внутри городской сети.

Помимо областей применения, по словам Алексея Алтунина, специалиста по поддержке продаж ООО «Интраком Связь», все PPC можно разделить на системы малой и большой емкости. PPC малой емкости рассчитаны на передачу небольшого объема трафика и, как правило, представляют собой простые моноблочные конструкции с неизменяемой конфигурацией. Такие решения могут быть использованы для организации телефонного канала в сельской местности или для подключения базовой станции сотовой связи к сети оператора в малонаселенном районе. PPC большой емкости предназначены для передачи большого объема трафика, а потому могут применяться для создания магистральных линий связи. Как правило, они обладают модульными конструкциями, при помощи которых можно гибко изменять конфигурацию системы в зависимости от потребностей оператора.

Кроме перечисленных особенностей радиорелейного оборудования при его выборе необходимо принимать в расчет поддерживаемые типы трафика. Например, основу сетей 2G составляют каналы E1 и STM-1. Для передачи потоков E1 обычно используются PPC племехронной цифровой иерархии (PDH), а для STM-1 – PPC синхронной цифровой иерархии.

NERA Evolution Series XPAND IP

Новая радиорелейная система Evolution Series XPAND IP компании «Нера Нетворкс» представляет собой масштабируемую платформу для магистралей в сетях 2G/3G/LTE/WiMAX и Metro Ethernet. Платформа имеет радиоканал переменной длины, позволяющий изменять пропускную способность от 10 Мбит/с до 350 Мбит/с, а также передавать в одном радиостволе трафик TDM и Ethernet, оперативно изменяя

соотношение их объемов по мере необходимости. Приоритизация трафика обеспечивается применением адаптивно-кодовой модуляции и системы QoS.



радиорелейного оборудования и постепенного перехода с 3G на LTE?



Алексей Алтунин, специалист по поддержке продаж ООО «Интраком Связь»: «В свете активного развития сетей 3G на рынке растет спрос на радиорелейные решения на базе платформы Ethernet. А благодаря тому обстоятельству, что LTE, как и 3G, нуждается в радиорелейном оборудовании с поддержкой Ethernet, можно говорить о том, что технологическая база для развития LTE уже заложена»

Александр Майшев, директор департамента маркетинга и продаж ЗАО «НПФ «Микран»: «Начало реального развертывания сетей LTE следует ожидать не ранее 2012 года. До этого основным драйвером роста рынка радиорелейного оборудования станет модернизация транспортных сетей мобильными операторами, обусловленная ростом трафика в сетях 3G»

Давид Мермельштейн, директор по продажам ООО «Нера Нетворкс»: «На рынке будет расти спрос на универсальное радиорелейное оборудование, в котором будут заложены новые возможности для развития сетей при переходе от 3G на LTE путем простой замены модулей или обновления на программном уровне»

Стабильность – в инновациях и качестве

В этом году ГК «НАТЕКС» отмечает двадцатилетний юбилей. О том, каких успехов удалось добиться компании за это время, корреспонденту журнала «Стандарт» Екатерине ЛАШТУН рассказал исполнительный директор группы **Денис СОРОКИН.**

– С какими достижениями ГК «НАТЕКС» подходит к 20-летию юбилею?

– История «НАТЕКС» началась в 1990 году с небольшой компании, выпускающей модемы для телефонных линий на скоростях в 2400 бод. За 20 лет компания прошла путь до мощной устойчивой мультиотраслевой группы с широким продуктовым рядом, успешно работающей на рынках России, СНГ и ряда зарубежных стран. Основным нашим достижением за двадцатилетнюю историю можно считать лозунг: «НАТЕКС» знает рынок, рынок знает «НАТЕКС»!

Под единым брендом «НАТЕКС» функционирует ряд предприятий, ориентированных на работу в соответствующих отраслевых сегментах. За 20 лет нарабатаны значительные научно-технические компетенции, сформирован мощный R&D ресурс. С гордостью отмечу, что мы – одна из немногих отечественных компаний – разработчиков и производителей телекоммуникационного оборудования, чьи разработки интересны за рубежом. Продукция, разработанная в России нашим Научно-техническим центром, поставляется в Германию,

Великобританию, Швейцарию, Австрию, Италию, Норвегию, Кубу, ЮАР и другие страны мира. Но все же мы – отечественный разработчик и производитель оборудования, и рынок России для нас приоритетен.

Сформирована структура, способная на предоставление комплексных услуг. Имея необходимые допуски от СРО НП «Международный альянс строителей», мы не только поставляем оборудование собственного производства, но и решаем вопросы по проектированию, осуществляем монтажные и пусконаладочные работы на объектах, предлагаем последующее сервисное сопровождение заказчиков. Большая роль отведена обучению специалистов заказчиков по работе с нашим оборудованием. Примером может служить открытый в октябре 2010 года на базе Учебного центра ОАО «ЮТК» в Краснодаре учебный класс «НАТЕКС», созданный для повышения квалификации специалистов ОАО «ЮТК» и их обучению настройке и эксплуатации оборудования.

– Кто ваши основные заказчики? Как вы оцениваете рыночную долю «НАТЕКС»?

– Мы работаем с широким спектром заказчиков: от индивидуальных предпринимателей до государственных монополий, но если говорить о конкретике, то среди клиентов «НАТЕКС» присутствуют известные компании, лидеры на отечественном рынке, такие как: ОАО «Газпром», ОАО «ФСК ЕЭС», ОАО «Холдинг МРСК», ОАО АК «Транснефть», ОАО «Лукойл», ГК «Татнефть», ОАО АНК «Башнефть», ОАО «Ростелеком», МРК ОАО «Связьинвест», ОАО «ВымпелКом» и многие другие уважаемые заказчики. Входящая в группу компания «НАТЕКС Спецтелеком» ориентирована на работу с силовыми структурами нашей страны.

Разумеется, одни из наших любимых заказчиков – это компании, образующие нашу дилерскую сеть – их более тридцати. Мы их уважаем и ценим, многие из них работают с нами более 10 лет. Спасибо им большое!

Что касается рыночной доли, то ее трудно оценить в отрыве от отрасли и продукта. К примеру, в медных



магистральных решениях и решениях доступа, которые в большом количестве присутствуют у силовых структур и компаний ТЭК, наши флагманские продукты Megatrans и Orion занимают более 50% рынка. Разумеется, мы не останавливаемся на достигнутом, и если в начале 2000-х годов компания «НАТЕКС» никак не ассоциировалась с IP-продуктами, то за последние годы мы серьезно развили это направление. В целом, о нашей доле рынка я бы сказал так: ГК «НАТЕКС» входит в первую пятерку отечественных производителей телекоммуникационного оборудования.

– Какие конкурентные преимущества компании вы хотели бы подчеркнуть?

– Основным конкурентным преимуществом на рынке мы считаем наших сотрудников. На них базируется весь бизнес. У нас замечательная команда профессионалов!

Мы – компания, ориентированная на клиентов. Имея в составе группы Научно-технический центр, «НАТЕКС», в отличие от ряда зарубежных вендоров, всегда готов предложить разработку нового типа оборудования или провести изменение/дополнение функционала существующего. При наличии у партнеров идей по модернизации или внесению технологических изменений, сотрудники «НАТЕКС» и представители заказчика совместно находят оптимальное решение поставленной задачи. Это привлекает новых клиентов.

Для удобства заказчиков функционирует горячая линия технической поддержки. Наличие собственной сервисной и ремонтной базы позволяет предлагать услуги различных форматов с пролонгацией гарантийных обязательств, предоставлять склады оперативной подмены оборудования в регионе заказчика. В центрах шести федеральных округов РФ располагаются Региональные

центры поддержки компании: «НАТЕКС-ДВ» во Владивостоке, «НАТЕКС-Урал» в Екатеринбурге, «НАТЕКС-Волга» в Нижнем Новгороде, «НАТЕКС-Сибирь» в Новосибирске, «НАТЕКС-Дон» в Ростове-на-Дону и «НАТЕКС Северо-Запад» в Санкт-Петербурге.

Кроме того, группа сильна гибким масштабируемым производством, что доказала в ходе реализации национального проекта «Образование». В рамках проекта мы успешно осуществили все необходимые поставки, а это более

более продуманное, с технической и экономической сторон, решение. Во-вторых, объемы поставок укрупняются, что уже радует нас как вендора. Кроме того, рынок продолжает активное движение в сторону IP-решений, поэтому «НАТЕКС», стараясь идти в кильватере рыночных потребностей, расширил продуктовый ряд и предоставляет целый спектр продуктов для построения IP-сетей или уже готовые решения «под ключ». Мы видим подтверждение миграции рынка к IP в том, что доля

связи ОАО «Северсталь». На первом этапе реализации проекта создано решение на 11 тыс. портов. В его основе находится softswitch BTS 10200 Cisco и наши мультисервисные узлы доступа VC-8000 MSAN, а все решение «накрывается» единой системой управления нашего производства. В результате мы получили не только масштабируемое и тиражируемое решение, но, реализовав данный проект как технологический партнер ведущего мирового лидера IP-решений, усилили компетенции по созданию мультибрендовых решений.

Думаю, что будет достойно упомянуть и наше участие в обеспечении государственного контракта 2010 года на выполнение работ по программе цифровизации Вооруженных сил РФ для нужд Минобороны РФ. В рамках проекта мы не только осуществили поставку оборудования, но и по требованиям заказчика провели доработку и расширение функционала наших маршрутизаторов NX-3806, а также привели к соответствию требованиям безопасности и портировали на операционную систему MCBC нашу систему управления.

– На каких технологиях «НАТЕКС» будет делать акцент и каким решениям – уделять повышенное внимание?

– Разумеется, продолжим развитие нашей IP-линейки продуктов. Активно будем инвестировать в направление оборудования для оптических сетей, включая и пассивные сети PON. Планируем попробовать силы на рынке IP TV. Обязательно будем расширять наш аппаратно-программный комплекс VC-8000 на базе softswitch, в том числе и в сегменте малых АТС – IP PBX малой и средней емкости. Также выпустим ряд продуктов для конвергенции голосовых сетей и сетей передачи данных.

В общем, планов много, а двадцать лет – это не срок, это только начало!



В общем, планов много, а двадцать лет – это не срок, это только начало!

52 тыс. комплектов оборудования. Теперь 60% российских школ подключены к Интернету с помощью нашей техники. Для этого нам пришлось научиться динамически менять производственные мощности почти в три раза. Мы гордимся этим «ноу-хау», так как компания может контролировать затраты, не повышая цены на продукцию, а иногда – даже снижая их.

Кратко идеологию компании можно сформулировать так: «Инновации и качество влекут за собой стабильность бизнеса».

– Как происходящие процессы на телекоммуникационном рынке России влияют на позиционирование компании и на формирование в ней бизнес-процессов?

– На отечественном телекоммуникационном рынке явно отмечается тенденция повышения централизации и укрупнения операторских компаний. В усилении централизации и для заказчиков и для вендоров есть свои положительные моменты. Во-первых, проработка проектов становится более тщательной, и заказчик получает

продаж IP-оборудования и решений превысила 20% от общего оборота группы, поднявшись практически с нуля до этого уровня менее чем за три года.

– Какие крупные проекты реализованы «НАТЕКС» в 2010 году?

– Все же интереснее говорить о проектах, крупных не с точки зрения оборота, а о проектах, знаковых для нашей компании, на которые мы будем опираться в дальнейшем развитии. Среди таких следует отметить успешное завершение работ по модернизации транспортной сети в рамках расширения сети 3G в одном из филиалов ОАО «ВымпелКом». Для обеспечения гарантированной доставки пакетной информации в сети SDH установлены последние версии наших SDH-мультиплексоров уровня STM-4/16, реализующие технологию Ethernet поверх SDH. Это позволяет организовывать в сети SDH Ethernet-каналы с динамически-регулируемой полосой пропускания.

В этом году мы совместно с компанией Cisco начали проект модернизации корпоративной сети

Платежи в законе

Анна ШУМИЦКАЯ

Полгода назад платежные системы получили право принимать так называемые «тяжелые» платежи, такие как погашение кредитов или оплата жилищно-коммунальных услуг, за которые они сражались с банками в течение трех лет. Но на этом борьба не закончилась. В сентябре 2010 года Министерство финансов вынесло на рассмотрение правительства РФ законопроект «О национальной платежной системе» (НПС), согласно которому контроль над всеми платежными операциями предлагается передать Центральному Банку России. В середине ноября правительство РФ одобрило этот законопроект. В то же время депутаты Владимир Резник и Юрий Исаев представили на рассмотрение в Государственную Думу отдельный закон, предусматривающий легализацию платежей с помощью мобильного телефона, а в октябре комитет Госдумы по финансовому рынку одобрил этот законопроект в первом чтении.

Электронная коммерция — одна из немногих отраслей экономики, не пострадавших в кризисное время. Даже в самые тяжелые периоды российский рынок электронных платежей сохранял стабильный рост в 20%. Согласно исследованию Комитета по платежным системам и банковским инструментам Национальной ассоциации участников электронной торговли (НАУЭТ), опубликованному в сентябре, оборот отечественной отрасли электронных платежей в первом

полугодии 2010 года достиг 354 млрд руб., что на 18,4% больше, чем за аналогичный период 2009 года. При этом доля платежей за мобильную связь в общем объеме услуг снизилась с 83% (первое полугодие 2009 года) до 78% (первое полугодие 2010 года) за счет увеличения доли «несотовых» платежей. В исследовании также утверждается, что в ближайшие годы тенденция сохранится, причем основным фактором роста будет не увеличение числа пользователей, а внедрение новых услуг.

Рынок пошел в рост

По данным НАУЭТ, более половины всех моментальных платежей отечественные пользователи осуществляют посредством терминалов. По итогам первого полугодия 2010 года лидерами рынка стали компания ОСМП (бренд QIWI), пропускающая через свои терминалы 45% от всего объема моментальных платежей, и платежная система «Киберплат», контролирующая еще 20%.

Как считает председатель совета Национальной ассоциации участников рынка электронных платежей (НАУРЭП) Александр Широковских-Смирнов, развитие отрасли моментальных платежей сдерживает, прежде всего, рост комиссионных отчислений. Если в 2009 году она составляла в среднем 3-5% от внесенной суммы, то теперь этот показатель увеличился до 8-10%. «Повышение комиссии вызвано несколькими факторами. Во-первых, сотовые операторы, которые до сих пор являются основными генераторами выручки систем моментальных платежей, снизили комиссионные отчисления. Во-вторых, в кризис уменьшились размеры платежей. И в-третьих, существенно выросла стоимость аренды площади

под терминалы», — поясняет Александр Широковских-Смирнов. Кроме того, в апреле 2010 года вступил в силу Федеральный закон №103 «О деятельности по приему платежей физических лиц, осуществляемой платежными агентами», который не только усложнил процесс регулирования отношений между системами и платежными агентами, но и ввел обязательную фискализацию платежных терминалов. «Вполне естественно, что расходы на модернизацию оборудования были переложены на плечи плательщиков. Не в силах вынести возложенное бремя по покупке и установке обязательных кассовых аппаратов часть компаний отказалась от бизнеса, а часть ушла под банковское крыло. Если на начало 2009 года в России функционировало более 350 тысяч платежных терминалов, то после вступления в силу Закона, их осталось около 250 тысяч», — рассказал председатель совета НАУРЭП.

Согласно исследованию, опубликованному ассоциацией «Электронные деньги» (АЭД), объем российского рынка электронных денег в 2009 году составил около 40 млрд руб. В 2010 году АЭД ожидает от рынка

Структура рынка моментальных платежей в РФ

(% от общего оборота рынка, I полугодие 2010 года)



Источник: Национальная ассоциация участников электронной торговли (НАУЭТ)



ФОТО: СТАНДАРТ

Руководитель службы новых продуктов и услуг Северо-Западного филиала ОАО «МегаФон» **Михаил Жуков** сообщает, что у компании уже есть ряд проектов, связанных с мобильной коммерцией, которые только ждут изменений в правовом поле



ФОТО: СТАНДАРТ

Управляющий директор i-Free Innovations **Кирилл Петров** выступает за то, чтобы был единый максимально либеральный закон для всех участников рынка электронных платежей

качественного скачка, прогнозируя, как минимум, его удвоение. Из 40 млрд руб. интернет-платежи составили 17 млрд руб., 11 млрд руб. — через кошельки на платежных терминалах, а 12 млрд руб. — через «мобильные кошельки». При этом 90% общего объема отечественного рынка интернет-платежей контролируют системы «Яндекс.Деньги» и WebMoney, чьи обороты в 2009 году выросли почти вдвое по сравнению с 2008 годом. Причиной роста стало значительное расширение спектра товаров и услуг, за которые стало возможным расплачиваться электронными деньгами. В частности, это касается взаимодействия с банковскими продуктами (возврат кредитов, выпуск виртуальных карт и т.д.) и продажи электронных билетов. «Еще одним подтверждением позитивной динамики российского рынка можно считать повышенный интерес к нему таких западных платежных систем, как PayPal, MoneyBookers и UCash», — говорит аналитик ComNews Research Марина Коробкова.

По оценкам консалтинговой компании Arthur D. Little, общий объем транзакций в мобильной коммерции в России на конец 2009 года превысил 9 млрд руб. К 2015 году аналитики компании прогнозируют увеличение объема транзакций до \$2 млрд. Иван Кузнецов, руководитель проекта «Мобильные платежи» Инфокоммуникационного

Союза, считает, что столь оптимистичные прогнозы имеют объективные основания: «Уровень проникновения сотовой связи в нашей стране оценивается в 143%, это — потенциальные пользователи мобильных платежных систем, при этом 70% населения остается «небанковским», то есть не имеет пластиковых банковских карт». По его мнению, именно эти благоприятные факторы, в сочетании с низким уровнем конкуренции среди сервис-провайдеров, делают российский рынок особенно привлекательным для внедрения систем мобильных платежей. Все мобильные операторы предлагают абонентам платежные сервисы, и самая распространенная их форма — платные SMS, однако успешными являются и схемы реализации мобильных платежных услуг с участием банков. «В мире разрабатываются проекты внедрения бесконтактных мобильных технологий, например, мобильные NFC-сервисы (Near Field Communication — беспроводная высокочастотная связь малого радиуса действия) по оплате товаров и услуг. В нашей стране наиболее перспективным направлением для внедрения мобильных платежей является оплата проезда на общественном транспорте», — говорит Иван Кузнецов.

Слабые отсеются

В начале сентября 2010 года Минфин внес в правительство РФ проект закона «О национальной платежной системе», который предлагает

перевести под надзор Центробанка всех участников системы денежных переводов. Согласно документу, платежные агенты, принимающие платежи физических лиц, должны будут получить лицензию небанковской кредитной организации (НКО), минимальный размер уставного капитала которой должен составлять 17 млн руб. Но если ранее в Минфине говорили о том, что минимальный уставный капитал НКО, допущенных в систему, должен составлять 17 млн руб., то из представленного законопроекта это требование исчезло.

Руководитель телекоммуникационной группы юридической компании «Пепеляев Групп» Наталья Иващенко подчеркивает необходимость появления закона, регулирующего отношения на рынке: «На законодательном уровне следует определить статус субъектов данного рынка, их права и обязанности, порядок осуществления деятельности, вопросы контроля и ответственности, создать механизм, препятствующий отмыванию денег через электронные платежные системы, а также сформировать правильное понимание национальной платежной системы с учетом всех реалий». Разработанный законопроект о Национальной платежной системе (НПС), по мнению Натальи Иващенко, в какой-то мере решает все поставленные задачи, однако некоторые пункты все еще нуждаются в доработке. Например, по ее словам, необходимо решить, насколько

сфера, связанная с оборотом электронных денег, должна быть зарегулирована государством, и оправдала ли себя передача Банку России основных функций по контролю и надзору.

С одной стороны, законопроект поставит всех участников рынка в равные условия. С другой — он может повлечь за собой снижение конкуренции. Ведь любая из платежных систем будет вынуждена либо подстроиться под все условия регулирования и неукоснительно их соблюдать, либо вовсе отказаться от своего бизнеса.

Начальник отдела продуктов управления пассивных и комиссионных операций ЗАО «ВТБ24» Елена Дегтева считает, что предложенный законопроект практически не ограничивает возможности операторов моментальных платежей и электронных денег. «Он лишь сформирует легальную основу для построения и сохранения в России устойчивой финансовой системы. Построение стабильной системы невозможно без контроля над ее основополагающими элементами, коими сейчас являются в том числе и эти операторы», — говорит Елена Дегтева.

Ей возражает Александр Широковских-Смирнов из НАУРЭП. По его мнению, принятие закона губительно скажется на отрасли платежных терминалов — в течение ближайших пяти лет она станет нерентабельной. Председатель НАУРЭП уверен, что желание регулятора привязать к себе



ФОТО: «ПЕПЕЛ» ГРУПП

Руководитель телекоммуникационной группы юридической компании «Пепеляев Групп» Наталья Иващенко считает, что необходимо решить, насколько сфера, связанная с оборотом электронных денег, должна быть зарегулирована государством

агентскую отрасль неизбежно повлечет дополнительные издержки со стороны компаний. А это, в свою очередь, приведет к дополнительному скачку комиссий. «Уже при превышении комиссионными отчислениями порога в 7% у клиента возникает недовольство, и он начинает искать новые способы пополнения счетов. Жаль, что отрасль, родившаяся именно в нашей стране, будет здесь же обречена на отмирание только из-за последних законодательных инициатив», – сетует Александр Широковских-Смирнов.

Не все участники рынка согласны с мнением председателя НАУРЭП. Некоторые из них видят спасение в микроплатежах. «В Европе в 80% случаев платежи менее 100 евро оплачиваются наличными. Это именно та ниша, которую мы планируем занять», – говорит PR-менеджер QIWI Юлия Мансурова. Стоит заметить, что платежные терминалы принято считать российским изобретением – на Западе такое явление практически отсутствует. «И именно российские компании выводят этот платежный инструмент на зарубежный рынок. Мы уже работаем в 14 странах мира и планируем развивать бизнес еще как минимум в 20 странах», – говорит Юлия Мансурова. По ее словам, дочерние компании QIWI работают во многих странах ближнего и дальнего зарубежья: Украине, Казахстане, Молдове, Белоруссии, Таджикистане, Грузии, Китае, Панаме,

Малайзии, ЮАР, Румынии, Аргентине и Вьетнаме. Не так давно компания приступила к построению бизнеса в Колумбии и Болгарии.

Платежная система «Киберплат» разработала стратегию, согласно которой продолжит развивать рынок моментальных платежей, прежде всего, предложением новых продуктов и услуг. «В частности, содействующих конвергенции банковского и ритейлового бизнеса, переносу значительной части банковских операций в торговые сети, более приближенные к клиентам», – уточняет исполнительный директор ОАО «Киберплат» Владимир Кузнецов. По его словам, это будет способствовать как росту проникновения банковских услуг, так и повышению комфорта обслуживания клиентов; создаст дополнительные удобства для граждан.

За либерализацию закона

Судьба электронных денег вызывает жаркие споры между участниками рынка. Рынок уже достиг объема в 40 млрд руб. и продолжает расти, однако фактически его до сих пор никто не контролировал. В октябре 2009 года участники рынка электронных платежей, среди которых сервис- и контент-провайдер i-Free, платежные системы WebMoney, «Яндекс.Деньги», QIWI, национальные ассоциации участников микрофинансового рынка (НАУМИР) и участников электронной торговли (НАУЭТ), создали ассоциацию «Электронные

деньги». Целью ассоциации заявлено содействие созданию закона об электронных деньгах. «Закона либерального, адекватного, который был бы удобен также и операторам связи. К сожалению, на каком-то этапе дискуссия сильно отклонилась в сторону закона о НПС, в который потом, по инициативе Центробанка, была включена часть про электронные деньги», – говорит управляющий директор компании i-Free Innovations Кирилл Петров.

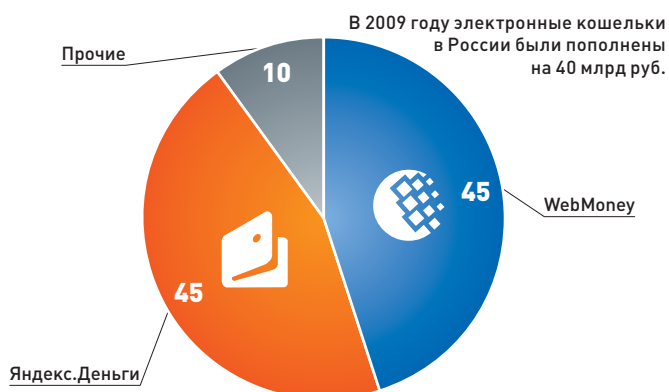
Ужесточение контроля всегда предполагает повышение барьеров для входа на рынок, но отрасль, по данным АЭД, уже сосредоточена в руках двух-трех компаний. Для них важно, чтобы государство признало электронные деньги полноценным средством расчетов, с помощью которого можно выплачивать, например, зарплату или налоги. «Это поможет в отношениях со многими банками и корпорациями, которые ранее не хотели отношений с системами электронных денег, потому что не понимали и боялись этого новшества», – говорит PR-директор WebMoney Transfer Ксения Великина. По ее мнению, необходимо, чтобы закон одинаково применялся без изъятий ко всем сферам электронных платежей – как к интернет-, так и к мобильным и терминальным кошелькам. Ведь

даже подарочные и бонусные карты имеют признаки платежных инструментов.

Последние полтора года между банковским лобби и операторами платежных систем не утихали споры относительно регулирования рынка. «Мы боролись за либерализацию рынка, неоднократно встречались с представителями различных регуляторов и добились многого, но не всего, чего хотели. Предложенный законопроект переводит операторов электронных денег в разряд кредитных организаций, при этом они теряют возможность совмещать различные виды деятельности, например, заниматься предоставлением услуг связи. Кроме того, в новом законе не закреплены упрощенные требования к отчетности», – говорит Кирилл Петров из i-Free Innovations.

Среди спорных моментов проекта закона о НПС – обязательная идентификация пользователей. Документ обозначил пороговые суммы для перевода денег: без идентификации – 15 тыс. руб. в месяц, при идентификации – 100 тыс. руб. в месяц. Участники рынка согласны с введением первого лимита, который обусловлен положениями FATF (Financial Action Task Force on Money Laundering – межправительственная организация, которая занимается выработкой

Структура российского рынка интернет-платежей (по итогам 2009 года, %)



Источник: Ассоциация «Электронные Деньги» (АЭД)

мировых стандартов в сфере противодействия отмыванию преступных доходов и финансированию терроризма] и российским законодательством о противодействии отмыванию средств. «Но второе ограничение мы считаем неправомерным ущемлением электронных денег по сравнению с другими признанными Гражданским Кодексом формами расчетов», — настаивает Ксения Великина из WebMoney. — «Ведь если клиент полностью идентифицирован, почему ему должно быть менее удобно платить электронными деньгами, чем наличными, платежным поручением, чеком или денежным переводом?»

Пока разработка закона еще не завершена, АЭД надеется на внесение изменений. В частности, она предлагает разрешить ЦБ осуществлять надзор опосредованно, через саморегулируемые организации. «Так или иначе процесс, во-первых, не закончен, а во-вторых, появилась вероятность, что значимость закона об НПС, применительно к электронным и мобильным платежам, сильно снизится», — говорит Кирилл Петров из i-Free Innovations. Ведь появился второй законопроект, или, точнее, поправки к закону «О связи» и закону о «Банках и банковской деятельности», который внес в Думу Владимир Резник и который был принят в первом чтении. Его суть заключается как раз в легализации той модели мобильной коммерции, которую самостоятельно разработали и уже реализуют сотовые операторы. Эта модель избавляет оператора от необходимости самостоятельно вести учет и предоставлять его Центробанку в ежедневном режиме. Однако, по мнению Кирилла Петрова, вполне достаточно было бы заключить соглашение с любым банком на основе гарантии возврата аванса. То есть параллельно будут существовать два закона: «большой закон» про электронные деньги, который приравнивает платежные системы

к небанковским кредитным организациям с их сложной моделью отчетов и нормативов, и отдельный закон для операторов, разрешающий с помощью возврата авансов на счет в банке совершать неидентифицированные платежи. «Мы выступаем за то, чтобы был единый максимально либеральный закон для всех участников рынка», — высказывает позицию Кирилл Петров.

Зарплата — на мобильный

На скорейшее принятие закона о мобильной коммерции очень надеются операторы связи. «У нас есть ряд проектов, которые только ждут изменений в правовом поле. И если они произойдут, то количество платежей, которое смогут поддерживать сотовые операторы через свою сеть, то есть при помощи мобильного телефона, будет очень быстро увеличиваться», — говорит руководитель службы новых продуктов и услуг Северо-Западного филиала ОАО «МегаФон» Михаил Жуков.

Мобильная коммерция развивается по двум направлениям. Одно из них — это периодические платежи (ЖКХ, Интернет, ТВ и т. д.), которые, по мнению Михаила Жукова, для удобства пользователей было бы логично объединить на едином портале оператора. Другое направление мобильной коммерции — это прием платежей в пользу небольших предприятий, малого бизнеса, интернет-магазинов. «Когда будет принят закон, это будут не единичные случаи (как, например, уже налаженное сотрудничество с социальными сетями), а появятся новые возможности для работы, что очень сильно упростит всем жизнь», — замечает представитель «МегаФона».

Осенью этого года сотовый оператор МТС запустил услугу, которая позволяет абоненту осуществлять платеж прямо с мобильного счета, без использования банковской карты. До конца 2011 года

компания планирует набрать несколько миллионов пользователей этой услуги. «По нашим прогнозам, доходы отечественных компаний от услуг мобильных платежей в 2013 году составят около \$40 млн, при этом мы планируем к этому времени завоевать до 35% рынка, что составит примерно \$14 млн», — говорит пресс-секретарь ОАО «Мобильные ТелеСистемы» Ирина Осадчая.

Иван Кузнецов из Информационного Союза называет бесконтактные мобильные технологии следующим шагом в развитии мобильных платежей: «Они максимально упрощают процесс оплаты. Бесконтактные сервисы интуитивно понятны, требуют минимум усилий и времени со стороны пользователей». Но, по его мнению, развитие этих технологий в России препятствует рассогласованность действий участников рынка. «Мировой опыт показывает, что системы мобильных бесконтактных платежей

работают эффективно в том случае, если удастся добиться объединения усилий операторов сотовой связи, банков, выполняющих роль расчетных центров, платежных систем и производителей оборудования», — говорит Иван Кузнецов. Он призывает привлечь к активному участию транспортных операторов и предприятия розничной торговли, представляющие, на его взгляд, наиболее перспективные сегменты рынка для внедрения систем мобильной коммерции, и в которых уже отмечается потребность в реализации систем мелких массовых платежей.

Одно из преимуществ электронных платежей заключается именно в возможности заплатить за предложенную услугу здесь и сейчас, чтобы мгновенно ею воспользоваться. На региональном блиц-форуме «Все для VAS», организованном в октябре 2010 года журналом «Стандарт», директор по операционной

УСТАНОВКА ТЕЛЕФОНА И ИНТЕРНЕТ



АБОНЕНТ ВСЕГДА В ВЫИГРЫШЕ!

Специальное предложение:

ТЕЛЕФОН + ИНТЕРНЕТ
подключение бесплатно

- Подключение — в любом месте Москвы и Московской обл.
- Срок подключения в Москве — 14 дней, в Московской обл. — от 14 до 30 дней
- Установка прямого московского телефонного номера
- Многоканальные телефонные номера
- IP-телефония
- Выделенные линии Интернет
- Корпоративные частные сети (VPN)
- Хостинг, услуги data-центра

РМ Телеком www.rmt.ru e-mail: info@rmt.ru (495) 988-8212

Приглашаем специалистов, имеющих опыт работы в области телекоммуникаций

РЕКЛАМА

деятельности Бизнес-инкубатора «Ингрия-ИТМО» и совладелец платежной системы Money-Money Самуил Горелик высказал предположение, что при условии срочности платежа и его малой суммы пользователи могут даже не обращать внимания на взимаемую высокую комиссию. Однако при этом они будут отказываться совершать «тяжелые» платежи: не так много найдется клиентов, желающих в срочном порядке, например ночью, заплатить за коммунальные услуги. В ответ на это Кирилл Петров из i-Free Innovations отметил, что сами операторы видят смысл электронных денег в том, чтобы как раз уменьшить дополнительные затраты на ввод и комиссию. «Многое будет зависеть от законодательной базы – сегодня комиссия высока, в том числе из-за сложного регулирования, которое наложено на агентов по приему денег. Однако есть основания надеяться, что если законодательство будет развиваться в либеральном направлении, то станет возможной ситуация, когда даже заработную плату будут начислять сразу на мобильный счет», – говорит Кирилл Петров.

Разработчик программного обеспечения «Рексофт» в 1998 году создал специально для интернет-магазина «Озон» электронную платежную систему

Assist. Руководитель исследовательского отдела компании Сергей Кузнецов уверяет, что с технической точки зрения задача установить контроль электронных платежей не представляет сложности. По его мнению, существует большое количество способов организовать доставку данных обо всех транзакциях, совершенных через любые средства платежа – от мобильных операторов до банковских систем. «Однако возникает великое множество организационных вопросов: как будет регулироваться передача личных данных пользователя? Как будут регламентироваться платежи, совершаемые с помощью иностранных платежных систем? Ведь можно оформить банковскую карточку через Интернет, получить ее по почте и не пользоваться российскими системами в принципе. Каковы гарантии сохранности пользовательских данных, которые будут переданы государству? Список этих вопросов можно продолжать очень долго, и все они требуют самого внимательного рассмотрения», – говорит Сергей Кузнецов.

В лоно банков

По данным Елены Дегтевой из «ВТБ24», лишь четверть населения России имеет банковские счета, и 90% от числа совершаемых населением банковских



фото: Инфокоммуникационный Союз

Руководитель проекта «Мобильные платежи» Инфокоммуникационного Союза **Иван Кузнецов** считает, что в России наиболее перспективным направлением для внедрения мобильных платежей является оплата проезда на общественном транспорте

операций – это снятие наличных. С 90-х годов прошлого века, когда в России появилась потребность в моментальных платежах, на Западе уже существовала развернутая сеть банкоматов. Различного рода платежные системы в нашей стране были придуманы как альтернативный способ замены «пластиковых платежей». До сих пор нередко можно увидеть, как человек снимает бумажные деньги с банкомата и тут же опускает их в терминал, превращая снова в электронный сигнал.

Популярность платежных терминалов объяснить довольно просто. Во-первых, операторы моментальных и электронных платежей способны предоставить доступ к провайдерам, количество которых превышает стандартные предложения интернет-банков в сотни раз. Во-вторых, пользоваться большими и удобными сенсорными экранами терминалов намного комфортнее, чем большей частью банкоматов с их неуклюжим кнопочным управлением.

Елена Дегтева из «ВТБ24» считает, что было бы некорректно называть это отставанием со стороны банков: «Приоритетным направлением подавляющего большинства интернет-банков по-прежнему остается оказание традиционных банковских услуг. Интернет-банкинг исторически формировался на базе удаленного предоставления традиционных банковских услуг, а осуществление платежей в пользу провайдеров долгое время

воспринималось банками лишь как второстепенная деятельность». Теперь же, по ее словам, интернет-банки ищут модели, которые станут для клиента единой точкой обслуживания всех финансовых потребностей. При этом интернет-банки более придирчивы в выборе партнеров, чем те же электронные кошельки – отсюда и их меньшее число.

Вместе с тем характерна тенденция к постепенному размыванию грани между инструментами платежа. Мобильные операторы и операторы мгновенных платежей стремятся предоставить возможность оплачивать услуги с банковских карт, а интернет-банки думают над перспективами выхода в пространство интернет-коммерции. Елена Дегтева поясняет, что для банка построение прямых двусторонних партнерств с каждым из провайдеров – крайне затяжной и ресурсоемкий процесс. Поэтому банки начали прибегать к услугам компаний-агрегаторов, которые предоставляют свою базу провайдеров и сами осуществляют взаиморасчеты с этими партнерами по всем платежам, проведенным через интернет-банки. «Именно такую роль часто берут на себя многие операторы мгновенных платежей и электронных денег. Для банка – это постоянно растущий пул партнеров при минимуме ресурсов для их поддержки, а для агрегатора – это дополнительный канал дохода», – рассказывает Елена Дегтева.

Рынок электронной коммерции в РФ

(млрд руб.)



* Прогноз

Источник: НАУЭТ и АЭД

Всероссийская
конференция

Telecoms M&A Russia 2010

Telecoms M&A Russia 2010

СЛИЯНИЯ
И ПОГЛОЩЕНИЯ
В ТЕЛЕКОМЕ

Всероссийская конференция

1 декабря 2010 г.

Отель Marriott Royal Aurora,
Москва, ул. Петровка 11/20

ОСНОВНЫЕ ТЕМЫ КОНФЕРЕНЦИИ:

- Обзор последних сделок по слияниям и поглощениям на российском телекоммуникационном рынке, анализ оставшихся независимых привлекательных активов, прогнозы по будущим M&A
- Практика рассмотрения ходатайств по одобрению сделок M&A в России
- Поиск телекоммуникационных активов для приобретения и практика владения
- Как выглядит идеальный телекоммуникационный актив
- Как оценить реальные активы приобретаемой компании
- Как найти покупателя, подготовить компанию к продаже и не продешевить
- Венчурное финансирование в российском Телекоме
- Опыт покупки компаний с сохранением доли учредителей
- Юридические аспекты сделок M&A в Телекоме

ДОКЛАДЧИКИ:



Леонид Коник,
главный редактор
ИГ «КомНьюс Групп»



Татьяна Толмачева,
директор по развитию бизнеса
в России и СНГ
Frost & Sullivan



Владимир Хренков,
директор департамента по интеграции
и развитию бизнеса
ОАО «Мобильные ТелеСистемы»



Дмитрий Багдасарян,
заместитель генерального директора –
коммерческий директор
ЗАО «Комстар-Регионы»



Дмитрий Кононов,
Директор по развитию бизнеса
в области слияний и поглощений
ОАО «МегаФон»



Михаил Афонин,
управляющий партнер
Constanta Capital

Организатор:



Золотой спонсор:



Информационные партнеры:



Зарегистрируйтесь по тел. +7 (495) 775-17-20, 933-54-83,
по e-mail: conf@comnews.ru или на сайте www.comnews-conferences.ru/ma2010

Заявка на brandbook



фото: СТАНДАРТ

Когда в начале этого года Федеральная антимонопольная служба (ФАС) наконец перешла от слов к делу, начав разбираться в ценообразовании на роуминг у «большой тройки», стало очевидным, что скоро операторам придется искать не только способы компенсации «выпадающих» доходов, но и придумывать объяснения для общественности, каким образом решение проблемы вдруг станет возможным. Ведь «сотовики» не один год присягали в лояльности, уверяя, что снизить

тарифы никак невозможно. Однако самостоятельно изобретать ничего не пришлось. Как водится, помощь пришла откуда не ждали – ответ на вопрос дал премьер-министр Владимир Путин. Он объяснил, что операторы изыскивали возможность «добровольно», конкретизировав, что цена звонков в международном роуминге снизится в 1,5-2 раза, передачи SMS-сообщений – в 3 раза, а на услуги мобильного Интернета – в 2-4 раза. Другое дело Европа, где снизить тарифы на роуминг операторов обязал Европарламент, – минута исходящей связи в роуминге не может стоить дороже 0,4 евро, а входящей – дороже 0,15 евро. Абоненту «большой тройки» это обходится в 0,73–2,2 евро.

Глава Минкомсвязи о причине обвала цен высказался более пространно – Игорь Щеголев сослался на аргументы ФАС, которые оказались «очень кстати». Ну что тут сотовым операторам остается добавить?

Аналитики в изменениях ценовой политики увидели компромисс между государством и бизнесом – власть решит задачу по обеспечению населения более выгодной связью, а сотовые компании снизят цены только в странах своего присутствия, так как на других рынках тарифы зависят от расценок их роуминговых партнеров – местных операторов. Хотя глава ФАС Игорь Артемьев пообещал, что в ближайшее время «большая тройка» также направит письма с предложением по роумингу контрагентам в Западной Европе и Северной Америке.

По мнению аналитиков, цена вопроса для сотовых компаний – снижение выручки не более чем на полпроцента. Выручку операторов от роуминга по официальным документам можно будет проследить только по итогам года, но в 2009 году у «ВымпелКома» в России она составила \$298 млн (4,8% от выручки), а у МТС – \$336 млн (3,4%). А могло быть и хуже. Поскольку «большая тройка» начала снижать тарифы, не дожидаясь санкций ФАС, регулятор, которому закон позволяет наложить на нарушителей штрафы в размере до 15% выручки, в данном случае полученной за счет оказания услуг связи, решил ограничиться санкцией всего лишь в 1%.

Допустим, в денежном эквиваленте операторы действительно не понесут колоссальных потерь, но если так пойдет и дальше, то слово «добровольно» или трудно произносимое словосочетание «частно-государственное партнерство», наверно, нужно будет вводить в brandbook. Ведь сотовые компании давно уже практикуют бескорыстную рассылку напоминаний от лица государства о дате выборов или приглашений принять участие в реписи населения.

Инна Ерохина,
корреспондент газеты «Коммерсантъ»,
специально для «Стандарта»

«В нынешнем виде терминальные сети, видимо, не имеют долгосрочных перспектив, но отчетливо обозначилась тенденция миграции рынка приема платежей в сторону банков. В соответствии с этим трендом терминальные сети становятся интересны банкам в качестве части собственной инфраструктуры обслуживания клиентов», – замечает Владимир Кузнецов из «Киберплат». По его мнению, терминалы – это более дешевый канал обслуживания по сравнению с банковскими отделениями, позволяющий с относительно низкими затратами развернуть приличную по размеру инфраструктуру обслуживания клиентов – пусть и с несколько ограниченным по числу операций функционалом. «В частности, наша компания предлагает такие решения, которые значительно расширяют возможности терминалов, в том числе в сфере чисто банковских операций – таких, как денежные переводы, пополнение депозитов, совершение платежей по реквизитам», – говорит Владимир Кузнецов.

Для платежной системы WebMoney основной целью в работе с банками является совершенствование каналов купли-продажи. «Ведь большинство зарплат в стране выплачивается на банковские счета и карты. А для банков система WebMoney Transfer – это новые возможности развития: приток аудитории, появление каналов поступления и списания средств. Понимание этого в банковской среде растет, а вместе с ним – и количество наших банков-партнеров», – говорит Ксения Великина из WebMoney.

Председатель НАУРЭП Александр Широковских-Смирнов считает, что развитие систем платежных терминалов на территории России сыграло для банков положительную роль. По его словам, за последнее десятилетие была подготовлена почва для того, чтобы люди перестали опасаться превращать наличность

в некий электронный сигнал. А у банков было время подготовиться, разработать эффективные решения. «Можно ожидать, что рост интернет-банкинга в течение ближайших пяти лет будет иметь даже более высокие показатели, чем в свое время дали платежные терминалы. Он будет мощным, скоростным, но, к сожалению, малый бизнес уже не будет иметь к этому никакого отношения», – прогнозирует Александр Широковских-Смирнов.

Председатель НАУЭТ Борис Ким, напротив, замечает, что и у платежных систем, и у банков прекрасные перспективы: «Банки нуждаются в электронных платежных системах для того, чтобы дать своим клиентам больше возможностей оплачивать услуги как можно большего числа провайдеров. А электронные платежные системы нуждаются в банках, как источнике пополнения лицевого счета».

По словам Елены Дегтевой из «ВТБ24», востребованность электронных денег в качестве средства платежа в интернет-среде настолько велика, и настолько развита сеть терминалов операторов мгновенных переводов, что объемы их транзакций по порядку стали сопоставимы с банковскими. «Участники рынка платежей постепенно становятся одними из ключевых факторов для обеспечения устойчивости всей финансовой системы. И в этом свете предоставление банковскому регулятору инструмента мониторинга и регулирования этих секторов финансовой системы является вполне логичным решением», – уверена Елена Дегтева. Участники блиц-форума «Все для VAS» ожидают новых инициатив от банковского сообщества в процессе законотворчества. Одна из них – это начисление бонусов при многократном использовании клиентом пластиковой карты. Или даже введение штрафных санкций для организаций, не оборудованных системами приема пластиковых карт.

Революция высокого разрешения

Олег СИНЧА

Телевидение вступило в стадию революционного изменения стандартов вещания. В России лишь 10% из 80 млн телевизоров поддерживают стандарт HD. Однако компании все равно запускают HD-каналы как имиджевую услугу. По мнению экспертов, через четыре-пять лет телевидение высокой четкости станет повсеместным, а операторы, не имеющие HD-каналов, окажутся неконкурентоспособными. К тому времени все оборудование будет поддерживать HD, а «стандартное разрешение» будет вытесняться как с рынка профессионального оборудования, так и с рынка пользовательских устройств.

В декабре 2006 года оператор спутникового телевидения «НТВ-Плюс» запустил первый в России HD-канал «НТВ-Плюс Спорт», что можно считать отправной точкой перехода к новому стандарту телевидения. Однако пока телевидение высокой четкости (HDTV или HD) в нашей стране массовым не стало. По данным заместителя генерального директора по кабельному вещанию и контенту ООО «Платформа Эйч Ди» (ТМ «Платформа HD») Ивана Топчего, в США абонентам предлагается более 100 различных

HD-каналов, в Европе – более 30. В России наибольший HD-пакет собрала компания «Акадо-Столица», оператор предлагает абонентам 13 каналов высокой четкости.

Четкое телевидение
«Спрос на HD находится на стадии формирования и большинство российских потребителей, по-прежнему, смутно представляет, что такое HD и для чего этот формат необходим», – говорит Иван Топчий. По словам генерального директора ЗАО «Акадо-Столица» Дениса Лобанова, массовый потребитель пока не видит ценности

в высокой четкости картинки. При покупке телеприемника его интересуют в первую очередь цена, марка телеприемника и размер экрана. А о том, что телевизор поддерживает HD-формат, люди узнают только дома. При этом Денис Лобанов обращает внимание на то, что потребитель, купив дорогой телевизор, наивно полагает получить картинку более высокого качества. Однако получает обратный эффект, так как на телевизорах с большой диагональю низкое качество отечественного эфирного телевидения становится еще более очевидно.

Развиваться телевидение высокой четкости (с разрешением выше 1280×720 точек) начало давно – работы над ним велись в США и СССР еще в 1950-х годах, но массовым оно стало лишь в XXI веке с появлением недорогих жидкокристаллических и плазменных телевизоров с большой диагональю. Но, несмотря на то, что цена телеприемников с поддержкой HD уже упала ниже 10 тыс. руб. (с диагональю 24 дюйма и меньше), огромный парк устаревших телевизоров – одна из главных причин низкого спроса на HD-контент. По данным коммерческого директора ЗАО «Национальная

спутниковая компания» (ТМ «Триколор ТВ») Сергея Ставропольцева, спрос на каналы высокой четкости сдерживается низким уровнем проникновения HD-оборудования. Из 6,6 млн пользователей «Триколор ТВ» только половина имеют Full HD и HD ready приемники, а 5-7% абонентов до сих пор пользуются черно-белыми телевизорами.

Как отмечает заместитель генерального директора ЗАО «Первый ТВЧ» (ТМ «1ТВЧ») Юрий Осипов, в России – 80 млн телевизоров, из них не более 10% поддерживают стандарты HD (Full HD и HD ready). Причем даже те, кто имеет техническую возможность смотреть телевидение высокой четкости, не всегда ею пользуются. Например, у «Акадо-Столица» из 400 тыс. абонентов цифрового кабельного телевидения только 17 тыс. подписались на HD-пакет. У спутникового оператора «НТВ-Плюс», который первым запустил канал в формате высокой четкости, из 600 тыс. подписчиков лишь немногим более 30 тыс. приобретают HD-каналы. Пожалуй, только операторы IPTV – например, ОАО «ВыпелКом», могут похвастаться тем, что 100% их абонентов имеют возможность смотреть телевидение

Структура парка телевизоров у абонентов спутникового оператора «Триколор ТВ» (%)

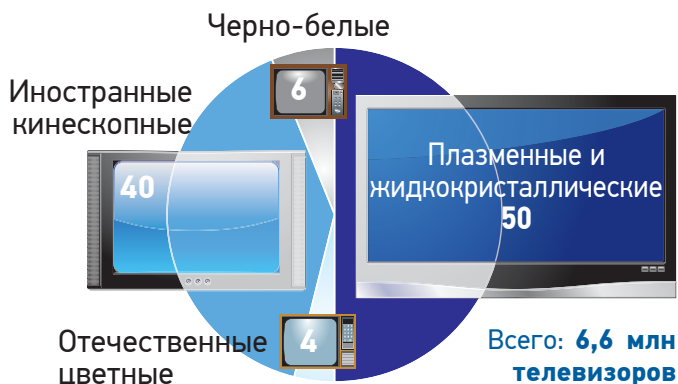




ФОТО: СТАНДАРТ

По словам генерального директора ЗАО «Акадо-Столица» **Дениса Лобанова**, массовый потребитель пока не видит ценности в высокой четкости картинки



ФОТО: СТАНДАРТ

Генеральный директор ЗАО «Синтерра Медиа» **Валерий Крылов** уверен, что в ближайшие годы цены на HD- и SD-оборудование выровняются

высокой четкости. Да и то лишь потому, что несколько HD-каналов включено в базовый пакет.

Лучше/дешевле

Руководитель службы маркетинга ТВ-услуг и контента ОАО «ВымпелКом» Анатолий Сморгонский сообщил, что в 2010 году оператор отказался подписывать контракт с одним из немногих российских производителей и интеграторов HD-контента «Платформой HD». По его словам, выставленные цены оказались слишком высокими по сравнению с ценами западных поставщиков, и компания решила сделать ставку на HD-трансляции и HD-фильмы «по запросу».

Однако, по мнению Юрия Осипова из «1ТВ4», цены вполне обоснованы, так как производство и доставка HD-картинки дороже на всех этапах. Он считает, что пока HD-канал не может стоить для операторов дешевле 15 руб. в месяц на одного абонента. «Создание и доставка сигнала HD-канала

обходится в полтора-два раза дороже, чем канала стандартного разрешения. Причем, если стандартный канал занимает полосу 4-6 Мбит/с, то телеканал высокой четкости – 8-10 Мбит/с, то есть арендовать каналы для транспорта HD – дороже. Стоимость HD-оборудования для съемки и воспроизведения также значительно выше, чем аналогичного оборудования для стандартного разрешения – SD», – поясняет Денис Лобанов из «Акадо-Столица».

Впрочем, генеральный директор ЗАО «Синтерра Медиа» Валерий Крылов уверен, что ситуация стремительно меняется. «Цена оборудования для доставки HD еще год назад была в три раза выше, чем для доставки SD-контента. В течение этого года разница в стоимости оборудования уменьшилась до двукратной», – говорит Валерий Крылов. Кроме того, по его словам, доля производимой техники без поддержки HD сокращается, и в дальнейшем тенденция

только усилится. В ближайшие годы цены на HD- и SD-оборудование выровняются. Причем вытеснение «стандартного разрешения» будет происходить как на рынке профессионального оборудования, так и в сегменте бытовой техники.

Больше HD

«Рынок HD-контента пока не сформировался, поэтому однозначных тарифов нет. Спортивные трансляции – это одна цена, фильмы – другая», – отмечает Сергей Ставропольцев из «Триколор ТВ». Например, спутниковые операторы не спешили развивать HD-вещание, потому что канал высокой четкости на транспондере занимает в четыре-пять раз более широкую полосу. То есть, на полосу, которую занимает один HD-канал, могут транслироваться до четырех-пяти телеканалов стандартного качества. Иван Топчий из компании «Платформа HD» говорит, что с помощью одного транспондера

можно передавать около 25 SD-каналов без существенной потери качества. В случае с HD-контентом количество каналов на транспондере не должно превышать пяти-шести, иначе качество изображения значительно снижается. Аренда же одного транспондера обходится в 250–300 тыс. евро в год.

По словам Юрия Осипова из «1ТВ4», в России более 1500 операторов кабельного телевидения, у многих из них сети не пригодны для вещания HD. «Взрывного роста количества пользователей вряд ли стоит ожидать. Ведь в HD и SD демонстрируются одни и те же программы. По моим оценкам, через четыре-пять лет лишь 40% всего телевидения будет вестись в HD-формате, а картинка стандартного разрешения будет существовать еще очень долго», – говорит он. В России рынок HD-контента только начинает формироваться: всего четыре отечественные компании производят продукты в формате высокой четкости – это



ФОТО: СТАНДАРТ

По данным коммерческого директора ЗАО «Национальная спутниковая компания» («Триколор ТВ») **Сергея Ставропольцева**, оператор рассматривает возможность включения в пакет каналов высокой четкости



ФОТО: СТАНДАРТ

Как отмечает заместитель генерального директора ЗАО «Первый ТВЧ» («1ТВ4») **Юрий Осипов**, в России – 80 млн телевизоров, из них не более 10% поддерживают стандарты HD

Жизнь на яркой стороне



ФОТО: СТАНДАРТ

Я был абонентом сотовой связи «ВымпелКома», предоставляющего услуги под брендом «Билайн», более шести лет. И мне надоело – я сменил оператора.

То, что из-за строительства сетей сотовой связи третьего поколения (3G) качество сигнала, например в Москве, сильно упало у большинства операторов – ни для кого не секрет. И то, что московская 3G-сеть «ВымпелКома» сильно уступает «МегаФону» хотя бы по количеству базовых станций – тоже не новость. Но нацеленность

менеджеров этой компании на тотальную экономию в какой-то момент сказалось на мне и моих коллегах: SMS-оповещение о том, что «абонент снова в сети» – прекрасное изобретение. Но не в таком количестве – порой в день приходит по 5-10 штук. В какой-то момент начинаешь осознавать, что это просто индикатор того, как плохо работает сеть и как часто абоненты выходят за ее пределы.

То, что связь прерывается даже во время разговора с сотрудником пресс-службы «ВымпелКома» по билайновскому номеру – еще один серьезный звоночек. Да, такое бывает и с МТС. Но в случае с «ВымпелКомом» до последнего времени не было ощущения, что менеджмент хотя бы замечает подобные сигналы. Помехи и проблемы со связью топ-менеджеры этой компании предлагали списывать на некачественное абонентское оборудование. А потерю второго места по количеству абонентов в России они не считали проблемой – оператор отказался от гонки за «мертвыми душами», поэтому он не должен тратить средства на привлечение новых абонентов, которые практически ничего не приносят. Но судя по таким «старым» абонентам, как я и мои знакомые, забыв о новых клиентах сотовой связи, компания особо не утруждала себя и проблемами «старичков».

Надеюсь, известие о том, что «ВымпелКом» в сентябре уступил второе место по мобильной выручке в России, как-то отрезвит его руководство. Акционеры еще в конце лета – в начале осени говорили мне, что, разобравшись со сделкой по слиянию активов Vimpelcom Ltd. с компанией египетского миллиардера Нагиба Савириса Weather Investments, задачей номер один «ВымпелКома» станет не продолжение международной экспансии, а улучшение операционной деятельности. Но мне, честно говоря, наскучило ждать этого момента.

Уйдя из мобильного «Билайна», я купился на рекламу и стал абонентом «Билайн Интернет». И уже успел несколько раз пожалеть. За неделю с момента подключения Интернет не работал три дня подряд и без перезагрузки роутера, брендированного провайдером, отказывался включаться. А в абонентскую службу быстрее, чем за 20-30 минут не мог дозвониться даже мастер с надписью «Билайн» на спине, который пришел устанавливать телевизионную приставку. На эту нехитрую операцию, к слову, у него ушло полтора часа. Примерно столько же я потратил на следующий день на «перепрошивку» того самого модема. И вот какое SMS я получил в день сдачи этой колонки: «Уважаемый клиент! Ваше обращение рассмотрено. Приносим извинения за длительный дозвон в компанию. Специалисты предпринимали все возможные действия для того, чтобы все ее службы работали без нареканий со стороны клиентов».

Живите на яркой стороне, а я лучше подожду, когда она станет ярче.

Тимофей Дзядко,
корреспондент газеты «Ведомости»,
специально для «Стандарта»

Доля телевизоров с поддержкой HD, Россия (%)



Источник: «Первый ТВЧ»

ВГТРК, «НТВ-Плюс», «1ТВЧ» и ГК «Ред Медиа». Еще 12 компаний представляют на нашем рынке HD-контент зарубежных производителей. В то же время, по мнению Юрия Осипова, операторы, так или иначе, будут внедрять этот стандарт.

Несмотря на дороговизну ресурса, запуском каналов высокой четкости озабочен оператор-дискаунтер «Триколор ТВ». «У нас пока нет HD-каналов, однако компания рассматривает возможность включения в пакет каналов высокой четкости. В связи с этим мы прорабатываем схемы распространения HD-оборудования. Абонентское оборудование, которым уже пользуются наши клиенты, не в состоянии принимать HD», – говорит Сергей Ставропольцев. Одна из основных проблем, которую придется решать оператору, – это реализация дорогостоящего оборудования с поддержкой HD. Комплект стандартного оборудования «Триколор ТВ» стоит 7,5-10 тыс. руб., в то время как стартовый комплект HD-оборудования обойдется пользователю в 14-15 тыс. руб. Вряд ли кто-то из подписчиков оператора захочет докупить еще один комплект абонентского оборудования. Еще более неоднозначно подобная инициатива выглядит в свете того, что, запуская HD-пакет, «Триколор ТВ» станет прямым конкурентом родственной компании «Платформа HD».

Революционное ТВ

По словам генерального директора ComNews Research Ирины Глуховой, пока HDTV вряд ли можно рассматривать иначе, как имиджевую услугу. «Запускать каналы высокого разрешения, компании, прежде всего, демонстрируют технологический уровень сетей. Пройдет несколько лет, и операторы без HD-вещания будут восприниматься как технологически отсталые», – говорит аналитик. Поэтому компании, претендующие на технологическое лидерство, например, «НТВ-Плюс», «МТС-Стрим» или «ВымпелКом», абонентам уже предоставляют HD-каналы. Так, по словам Анатолия Сморгонского из «ВымпелКома», запуская IPTV, оператор еще на стадии разработки заложил возможность вещания не только контента высокой четкости, но также 3D. То есть, чтобы подключить HD-каналы абонентам оператора, не придется менять оборудование.

Способствовать скорейшему переходу к высокой четкости, по мнению Юрия Осипова из «1ТВЧ», будут производители контента и оборудования. По словам эксперта, большинство западных кинокомпаний уже снимают фильмы в HD, спортивные трансляции также ведутся в формате высокой четкости, а в течение следующего года наиболее популярные программы обзаведутся HD-клонами. Словом, мы стали свидетелями очередной революции в телевидении. ●



2-я Международная конференция участников рынка цифрового телерадиовещания России ЦИФРОВОЕ ТВ и МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В РОССИИ 2011

30 – 31 марта 2011 г. • Гостиница «Ренессанс Москва», Москва, Олимпийский проспект, д. 18/1

Организаторы:



Партнеры:



Космическая связь



При поддержке:



Докладчики:



Юрий Прохоров,
генеральный директор
ФГУП «Космическая
связь»



Андрей Романченко,
генеральный директор
ФГУП «Российская
телевизионная
и радиовещательная
сеть» (РТПС)



Себастьян Моритц,
Президент
MPEGIF



Олег Кислов,
директор Дирекции
регионального развития
и мониторинга филиал
ФГУП ВГТРК «ГТРК
«Культура»



Дмитрий Воробьев,
начальник
ТЦ «Шаболовка»
ФГУП «Космическая
связь»

Главные темы конференции:

- Ход работ по реализации ФЦП «Развитие телерадиовещания в РФ на 2009-2015 гг.». Запуск сетей ЦТВ в регионах
- Спутниковая группировка ГПКС как основа развития цифрового телерадиовещания в России
- Развитие цифрового вещания в Европе и мире
- Технические и регуляторные аспекты включения в 1-ый мультиплекс девятого регионального телеканала
- Принципы и схемы формирования 2-го и 3-го мультиплексов
- Возможности сохранения сетевого партнерства региональных вещателей с федеральными сетями
- Региональное вещание и реклама в рамках программы развертывания ЦТВ
- Использование технологии ремультимплексирования (сплайсинга) для врезки региональной рекламы и программ
- Создание Национального банка видео-контента
- Бизнес-модели федерального и регионального вещания в новых условиях
- Будущее городских и муниципальных телеканалов, формирование локальных мультиплексов
- Независимые сети цифрового эфирного ТВ в регионах России (запущенные до старта национальной программы цифровизации эфира)
- Российский рынок платного ТВ
- Мобильное цифровое телевидение
- Абонентские устройства ЦТВ, стратегии
- Участие сетей кабельного ТВ и непосредственного спутникового вещания в цифровизации телевидения в России
- ТВ вещание в Интернете и его перспективы
- Развитие услуг IPTV
- Сети доставки и дистрибуции контента
- Телевидение высокой четкости (HD) и идея включения одного HD-канала в третий мультиплекс
- 3DTV в России и мире
- Корректировка сроков отключения аналогового вещания в РФ

Информационные спонсоры:



Для регистрации: телефон +7 (495) 933-54-83, e-mail: conf@comnews.ru, www.comnews-conferences.ru/dtv2011

Мобильный vs проводной

Анна ШУМИЦКАЯ

ПАРТНЕР РУБРИКИ



Через два года услуги мобильного Интернета будут приносить операторам вдвое больше прибыли, чем проводной широкополосный доступ. Сотовые компании считают, что на фоне слабого распространения проводных подключений в российских регионах фиксированный ШПД престанет быть конкурентным мобильному. Однако операторы магистральных сетей убеждены, что обе технологии будут успешно сосуществовать и дополнять друг друга.

По данным международной консалтинговой компании J'son & Partners Management Consultancy, доходы российских компаний от предоставления услуг мобильного широкополосного доступа (ШПД) в Интернет в России к 2013 году составят свыше 160 млрд руб., что почти вдвое превысит показатели проводного ШПД.

Одним из недостатков мобильного ШПД (МШПД) Алексей Потряхаев, руководитель службы технологического развития

систем беспроводного широкополосного доступа ОАО «ВымпелКом», называет его ограниченную максимально достижимую скорость передачи данных, так как спектральная эффективность любой, даже самой передовой радиотехнологии – величина конечная. «При этом МШПД позволяет с высокой скоростью разворачивать сети и начинать предоставлять услуги там, где в силу различных причин невозможно или экономически неоправданно прокладка кабеля», – подчеркивает Алексей

Потряхаев. «Инвестиции в организацию фиксированного ШПД в населенных пунктах с количеством жителей менее 100 тысяч человек могут не окупиться. И прежде всего потому, что обслуживание территориально разрозненных абонентов потребует значительных инвестиций в «провод» и больших временных затрат на строительство инфраструктуры», – уточняет директор по стратегическому развитию ЗАО «Скай Линк» Иван Шарков.

Среди преимуществ мобильных операторов в борьбе за абонента Иван Шарков выделяет быстрые сроки запуска сети в коммерческую эксплуатацию, более развитую, чем у фиксированных операторов розничную сеть продаж и обслуживания, а также большой опыт в формировании тарифных планов для пользователей с различным профилем потребления. В то же время он считает, что пока рано говорить о конкуренции между мобильным и фиксированным ШПД, так как последний используется в качестве высокоскоростной «трубы» для скачивания «тяжелого» контента, а первый – в качестве дополнительного инструмента,

позволяющего быть на связи в любом месте. «Для многих граждан нашей страны мобильная связь – это единственный способ для получения доступа в Интернет, так как далеко не все населенные пункты обеспечены проводной инфраструктурой. Даже в Москве далеко не каждый дом подключен к фиксированному доступу в Интернет», – уточняет Иван Шарков.

Директор департамента домашних сетей ЗАО «ВестКолл Лтд» в Петербурге Александр Нижегородцев соглашается, что мобильный Интернет сможет конкурировать с фиксированным, и, возможно, займет определенную долю рынка. «Это разные ниши одного рынка. Мобильный Интернет подходит для нетребовательных к объему и времени отклика сервисов, но которые должны быть доступны в любой момент. Проводной Интернет – для сервисов, требующих большой синхронной скорости и малого времени ответа, таких, как передача видео и голоса, игры или многопользовательские приложения», – говорит Александр Нижегородцев. Он полагает, что уровень проникновения фиксированного ШПД

Российский рынок мобильного и фиксированного ШПД (млрд руб.)



* Прогноз

Источник: ComNews Research



ФОТО: «Скай Линк»

Иван Шарков,
директор
по стратегическому
развитию ЗАО «Скай Линк»:
«Инвестиции в организацию
фиксированного ШПД
в населенных пунктах
с количеством жителей
менее 100 тыс. человек
могут не окупиться»



ФОТО: СТАНДАРТ

Михаил Хаустов,
генеральный директор
ЗАО «Норильск Телеком»:
«Мы планируем развивать
широкополосный
доступ в малых городах
Красноярского края
и Новосибирской области,
не ограничиваясь
только Норильском
и Красноярском»

не будет существенно снижаться, но определенно стоит ожидать замедления темпов его роста. При этом фиксированная связь всегда будет на шаг впереди по качеству и скорости доступа.

При этом, по словам технического директора ОАО «МегаФон» Олега Николаенко, география присутствия мобильных сетей существенно больше, чем фиксированных. По его мнению, активное развитие технологий МШПД позволяет ежегодно увеличивать скорости передачи данных в мобильных сетях в два раза. «Это создает условие для появления большого парка нового терминального оборудования – коммуникаторов, iPad и других устройств, позволяющих получить скоростной доступ к Интернету в любой точке в рамках зоны покрытия мобильной сети», – уверен Олег Николаенко.

Стимул роста

Участники рынка пока не могут прийти к единой оценке того, как влияет развитие мобильного ШПД на темпы роста стационарного доступа. Одни уверены, что технологии развиваются параллельно, и сферы их влияния не пересекаются, а другие убеждены, что эволюция мобильного трафика передачи данных провоцирует фиксированных операторов на развитие магистральных сетей.

К примеру, заместитель генерального директора по коммерческим вопросам ЗАО «ЭР-Телеком Холдинг» Михаил Воробьев считает, что развитие 3G пока

никак не отражается на росте абонентской базы домашнего Интернета, поскольку фиксированный и мобильный Интернет – это принципиально разные услуги, позволяющие пользователям удовлетворять различные информационные потребности. Если предлагаемые мобильными операторами тарифы на передачу данных нацелены на пользователей самых «легких» сервисов – мессенджеров, электронной почты, социальных сетей, то фиксированный Интернет дает абонентам доступ к «тяжелому» мультимедийному контенту в практически неограниченных объемах. «Наш среднестатистический абонент в месяц скачивает до 47 ГБ контента», – иллюстрирует мысль Михаил Воробьев. Но Олег Николаенко из «МегаФона» уверен, что наличие услуг мобильного ШПД все же оказывает влияние на развитие проводного Интернета: «Он стимулирует операторов фиксированного доступа к ускорению темпов строительства сетей, увеличивая покрытие и снижая тарифы».

По прогнозам коммерческого директора ЗАО «Комстар-Регионы» Дмитрия Багдасаряна, абонентская база фиксированного ШПД компании в России по итогам 2010 года вырастет на 30%. «Так как уровень проникновения фиксированного Интернета в России составляет всего около 28%, на ближайшие два года сохраняется высокий потенциал роста. Но все-таки этот рост линейен, тогда как абонентская база беспроводного

доступа растет экспоненциально» – говорит Дмитрий Багдасарян. При этом проникновение мобильной связи в стране превышает 150%, что дает огромный потенциал рынку мобильного Интернета. «Бурное развитие беспроводных сетей передачи данных благоприятно сказывается и на рынке фиксированного доступа в Интернет. Во-первых, высокая маркетинговая активность операторов обеспечивает рост интереса массовой аудитории к услугам передачи данных в целом. Во-вторых, положительное влияние оказывает наличие пакетных и конвергентных предложений, при которых абонент становится пользователем сразу нескольких видов доступа», – поддерживает Дмитрий Багдасарян коллегу из «МегаФона».

Развитие мобильного ШПД неизбежно вызовет и увеличение доходов от предоставления этой услуги, однако, по мнению Александра Нижегородцева из «ВестКолл», это не вызовет пропорционального снижения доходов в сегменте фиксированного доступа. «Скорее, произойдет рост рынка за счет увеличивающейся ниши мобильного Интернета. К тому же надо учитывать, что стоимость мобильного ШПД заметно выше», – предполагает он. Кроме того, большинству абонентов неважно, как именно они подключены – по радио или по кабелю. «Главное – соотношение скорости доступа и стоимости. У конвергентного оператора есть больше возможностей

управлять этими процессами, чтобы одно не шло в ущерб другому», – уверен Алексей Потряхаев из «ВымпелКома».

Вопрос цены

На конкурентных рынках мобильный Интернет может оказаться не дороже фиксированного. На ценообразование влияют несколько факторов: себестоимость, развитие рынка и его емкость, конкурентная среда. Как замечает Дмитрий Багдасарян из «Комстар-Регионы», в зависимости от сочетания этих факторов, а также от выбранной стратегии, операторы могут использовать разные модели. Например, происходящее ценообразование, при котором путем снижения маржинальности можно набрать большую абонентскую базу. Он поясняет, что доля магистрального Интернета в конечной цене колеблется. Это зависит, в том числе, и от себестоимости магистрального трафика в регионе. При этом Дмитрий Багдасарян отмечает тенденцию увеличения скорости доступа для пользователей без изменения абонентской платы, что приводит к снижению маржинальности услуги и росту доли затрат оператора на трафик. «Как правило, доля затрат на магистральный трафик в абонентской плате колеблется в диапазоне от 18% до 25%. Операторы, которые имеют собственные магистральные сети, могут оптимизировать эти затраты, в частности, мы активно используем магистральные каналы группы компаний МТС», – говорит он.



Александр Нижегородцев,
директор департамента
домашних сетей
ЗАО «Вест Колл Лтд»
в Петербурге:
«Уровень проникновения
фиксированного ШПД
не будет существенно
снижаться, но определенно
стоит ожидать снижения
темпов его роста»



Михаил Воробьев,
заместитель
генерального директора
по коммерческим вопросам
ЗАО «ЭР-Телеком Холдинг»:
«Мобильный
и фиксированный Интернет
будут развиваться
параллельно – на рынке
найдется достаточно места
для обеих технологий»

Алексей Потряхаев из «ВымпелКома» подтверждает существование практики мобильных операторов по умышленному снижению цен в попытке захвата части рынка, принадлежащей фиксированному оператору. «Для нас как конвергентного оператора – это не проблема», – говорит он.

Интернет для малых

Олег Николаенко из «МегаФона» отмечает, что рынки ШПД в малых городах и в областных центрах существенно различаются. Наиболее остро вопрос конкуренции мобильного и фиксированного Интернета стоит в малых городах, население которых не превышает 100 тыс. человек. «Активное использование передачи данных на сетях 2G в таких городах подтверждает готовность и потребность людей к действительно скоростному доступу», – говорит Олег Николаенко. По мнению Алексея Потряхаева, потребность в доступе к сети Интернет благодаря инициативам государства в ближайшие два-три года будет стремительно расти, однако удовлетворить ее будет по силам лишь мобильным технологиям «четвертого поколения».

Оператор фиксированной связи «Комстар» уже присутствует в ряде городов с населением менее 100 тыс. человек и рассматривает выход в новые. «Принимая такое решение, мы исходим из экономической целесообразности проектов. Если мы видим, что в небольшом городе при низком проникновении услуги и слабой

конкуренции мы сможем развить бизнес с нуля или приобрести значимого местного игрока, то мы это делаем», – говорит Дмитрий Багдасарян.

«В малых городах сложнее развивать бизнес, потому что там часто правят бал небольшие операторы, связанные тесными отношениями с местной администрацией. Из-за этого там достаточно сложно выстроить процессы, особенно если входить в город „с нуля“, – комментирует Александр Нижегородцев из «ВестКолл». Поэтому оператор предпочитает работать на рынке крупных городов, считая его наиболее конкурентным. По его словам, компания ориентируется в своей стратегии на города с населением 400-500 тыс. человек и планирует развитие сети вокруг этих городов на базе местных операторов.

Региональная группа компаний «Норильск Телеком» также планирует укреплять позиции в малых городах Красноярского края и Новосибирской области, не ограничиваясь только Норильском и Красноярском. Об этом «Стандарту» рассказал генеральный директор ЗАО «Норильск Телеком» Михаил Хаустов. «Если будут интересные активы по приемлемой цене в сопредельных областях Восточной Сибири, мы рассмотрим возможность покупки», – сказал он.

Конвергенция как выход

Сотовые операторы сходятся во мнении, что разные технологии доступа

в Интернет должны не конкурировать, а взаимно дополнять друг друга. «Проводной и беспроводной доступ имеют преимущества и ограничения, поэтому оптимальным является их сочетание», – утверждает Дмитрий Багдасарян из «Комстар-Регионы». По его словам, внутри компании не возникает конкуренции технологий МШД и ПШД – вопрос решают за счет их интеграции в рамках создаваемого на базе активов Группы МТС универсального оператора. «Мы активно развиваем как проводные, так и беспроводные сети. В регионах проводим масштабную модернизацию сетей с переходом на технологию «оптика до дома» (FTTB), а также ведем активное строительство новых сетей по этой технологии», – говорит Дмитрий Багдасарян.

Михаил Воробьев из «ЭР-Телеком Холдинг» по-прежнему не видит для фиксированного ШПД угрозы со стороны мобильных операторов. По его словам, стоимость развития и постоянной модернизации сетевой инфраструктуры мобильных компаний, которая необходима для обеспечения экспоненциально растущих объемов негосового трафика, настолько высока, что ведущие американские сотовые операторы уже прекратили продажи безлимитных тарифов на передачу данных: вложения не окупаются. «И совсем уж симптоматично, что в США этот процесс начался накануне старта сетей

LTE, с которыми российские оптимисты связывают столько надежд», – говорит Михаил Воробьев. Он убежден, что мобильный и фиксированный Интернет будут развиваться параллельно – на рынке найдется достаточно места для обеих технологий. «Потенциал этих рынков изначально различен. Беспроводной Интернет предназначен для индивидуального пользования, а проводной – рассчитан на квартиру, семью. Очевидно, что количество частных пользователей значительно превышает количество домохозяйств», – говорит Михаил Воробьев. Но при этом он убежден, что от 50% до 75% всех абонентов будут пользоваться и фиксированным, и мобильным Интернетом, в зависимости от потребностей.

Олег Николаенко из «МегаФона» согласен с мнением, что в рамках одного конвергентного оператора мобильные и фиксированные сети взаимно дополняют друг друга, и это является конкурентным преимуществом на рынке. Однако Иван Шарков из «Скай Линк» считает, что столкновения все же возможны. По его мнению, в процессе развития беспроводных технологий передачи данных четвертого поколения фиксированные операторы, переоценив потенциал развития МШПД, могут попытаться выйти на этот рынок, хотя это будет достаточно сложно, так как ведет к существенной перестройке компании – прежде всего в сфере продаж.

УСЛУГИ СВЯЗИ НА ЛЮБОЙ ВКУС



Oyster Telecom привык удовлетворять самые разнообразные потребности самых взыскательных клиентов, поэтому нам действительно есть, что предложить. Если ваш девиз «всё лучшее сразу», значит вы один из тех, с кем мы привыкли сотрудничать – активные и амбициозные выбирают Oyster Telecom, ведь мы предлагаем услуги связи на любой вкус.



+7 (812) 601 07 05
WWW.OYSTER-TELECOM.RU

Тест на социальную зрелость

Марина КОРОБКОВА, аналитик ComNews Research

В России внедрение социально ориентированной политики в бизнес компаний находится на этапе становления и происходит крайне медленно, а информация о некоммерческих инициативах компаний в большинстве случаев остается малодоступной. Это показал анализ, проведенный компанией ComNews Research осенью 2010 года. И хотя социальная политика пока не рассматривается бизнесом как серьезный инструмент неценовой конкурентной борьбы, ситуация постепенно меняется.

Телекоммуникационные сервисы по своей природе выполняют важную социальную функцию – объединяют услугами связи население страны, и при этом редко наносят вред окружающей среде. В совокупности это лишает связистов, в отличие от коллег из сырьевых и обрабатывающих отраслей, необходимости возмещать ущерб

обществу, поскольку его практически нет. Однако одним из основных принципов корпоративной социальной ответственности (КСО) является добровольность обязательств, принимаемых на себя бизнесом в дополнение к основной деятельности и выходящих за рамки требований, прописанных в законодательстве или уставе компании.

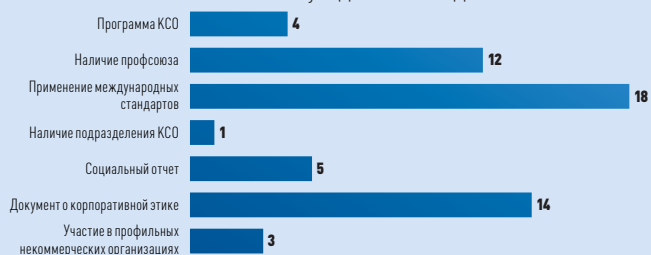
Итоги исследования свидетельствуют, что в большинстве случаев стратегических планов развития и целевых инвестиций в это направление у компаний сектора нет. Это обусловлено не только тем, что социально ориентированная деятельность является необязательным, а в большинстве случаев – и неприбыльным видом деятельности,

но и стереотипами общества. С одной стороны, считается, что компании проводят социально-окрашенные мероприятия только ради рекламы, с другой – действует противоположный стереотип завышенных ожиданий, когда компания, двигаясь в направлении улучшения взаимодействия с обществом и стремящаяся к повышению уровня его

Справка

Для анализа уровня внедрения принципов корпоративной социальной ответственности (КСО) в крупнейших отечественных телекоммуникационных компаниях аналитики ComNews Research выбрали 23 оператора, занимающих ведущие позиции в области предоставления основных услуг. Эти компании имеют разветвленную филиальную сеть и многочисленную абонентскую базу как среди физических, так и среди юридических лиц, что позволяет им оказывать влияние на развитие инфраструктуры регионов, местных сообществ и страны в целом.

КСО в телекоммуникационных компаниях в России*
(по итогам I полугодия 2010 года)



* Количество компаний, имеющих официально утвержденные документы, мероприятия и самостоятельные внутренние структуры в рамках проведения политики КСО

Источник: ComNews Research

Участники исследования:

ГК «Акадо»
ОАО «ВолгаТелеком»
ОАО «ВымпелКом»
ЗАО «Гарс Телеком»
ОАО «Дальсвязь»
ЗАО «Компания ТрансТелеКом»
ГК «Комстар-ОТС»
ОАО «МегаФон»
ОАО «Межрегиональный ТранзитТелеком»
ОАО «Мобильные ТелеСистемы»
ОАО «Национальные телекоммуникации»
ООО «Нэт Бай Нэт Холдинг» (Netbynet)
ОАО «Ростелеком»
ОАО «Северо-Западный Телеком»
ОАО «Сибирьтелеком»
ГК «Синтерра»
ЗАО «Скай Линк»
ОАО «Уралсвязьинформ»
ОАО «Центральный Телеграф»
ОАО «ЦентрТелеком»
ЗАО «Эр-Телеком Холдинг»
ООО «Эквант» (Orange Business Services)
ОАО «Южная телекоммуникационная компания»

развития, автоматически становится «ответственной» за всевозможные социальные проблемы.

Несмотря на то, что о важности и значимости социальной политики и ее внедрения в основы бизнеса говорит почти каждый участник телекоммуникационной отрасли, за 2009-2010 годы в России было выпущено всего пять социальных отчетов, а независимое подразделение КСО существует только в одной компании. Весьма характерно, что не более половины компаний отрасли имеют профсоюзную организацию, хотя все они обладают обширным штатом разнообразных и высококвалифицированных специалистов. Программа корпоративной социальной ответственности в том или ином виде описана только в 4 компаниях из 23 рассмотренных, а 14 компаний имеют официально утвержденные документы корпоративного поведения, этики и взаимодействия с партнерами и клиентами, что можно считать началом формализации социальной стратегии компаний. Только три компании, предоставляющие услуги по передаче данных, состоят в Хартии операторов связи России по борьбе с детской порнографией.

В большинстве рассмотренных компаний предоставляются лишь базовые некоммерческие услуги: «Личный кабинет», сервисы информирования и консультирования абонентов, а также развлекательные сервисы. Однако есть примеры сознательного расширения операторами сферы своей ответственности перед пользователями услуг. Так, ОАО «МГТС» в 2009 году перевело услугу «Родительский контроль» из платных сервисов в некоммерческие, а «Центральный телеграф» предоставляет услуги по бесплатному консультированию детей и родителей психологами по теме безопасности и взаимоотношений в Интернете. На решение схожей задачи – повышения безопасности юных пользователей услуг связи – направлен и общероссийский проект Линия помощи «Дети

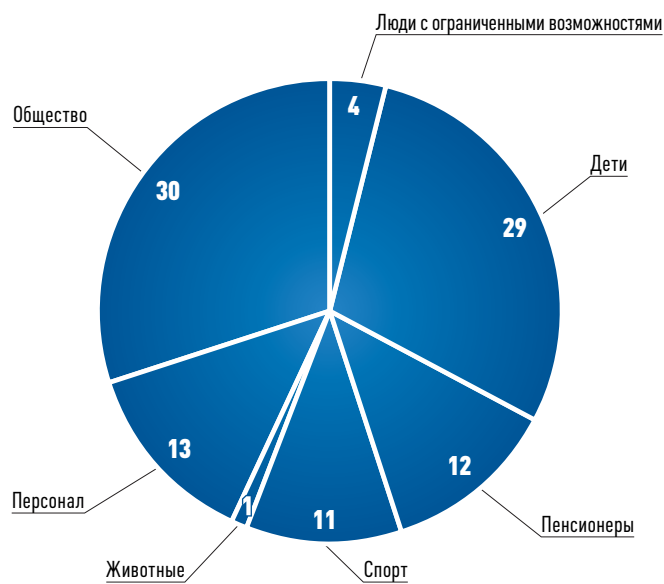
онлайн», партнерами которой стали ОАО «Комстар-ОТС» и ОАО «МГТС».

Само по себе наличие стратегии КСО – хороший, но не единственный показатель. Мало принять стратегию, ее необходимо эффективно воплотить на практике. В течение 2009 года рассмотренные компании в совокупности реализовали более трехсот проектов и инициатив, направленных непосредственно на социальные нужды. Наиболее популярными у высокотехнологичных телекоммуникационных компаний являются проекты в области телемедицины, высшего образования, безопасности, повышения информационной и компьютерной грамотности, а также участие в жизни детей – помощь детским домам, проведение общеобразовательных и развлекательных мероприятий и т.д. Почти 60% инициатив было реализовано именно в данных направлениях. После них следуют проекты, связанные с персоналом и семьями сотрудников компаний, пожилыми людьми, и, затем, спортивные мероприятия. В наименьшей степени в отрасли развита помощь людям с ограниченными возможностями – лишь 7 компаний из 23 реализовали хотя бы один проект в этом направлении, и только 3 компании реализовали проекты, направленные на защиту природы.

В личных интервью представители телекоммуникационных компаний основными преградами на пути реализации стратегии КСО называют: отсутствие четкого законодательного регулирования данной деятельности и поддержки со стороны государства, высокие затраты (финансовые, временные и человеческого ресурса) на реализацию, конфликт интересов с желаниями акционеров, стереотипы общества и неравномерные географические и социально-экономические условия страны. Однако около 30% респондентов отметили, что внешних препятствий для реализации КСО в отрасли нет.

Направления социально ориентированных проектов, реализуемых телекоммуникационными компаниями в рамках КСО стратегий

(2009 год – I полугодие 2010 года, %)

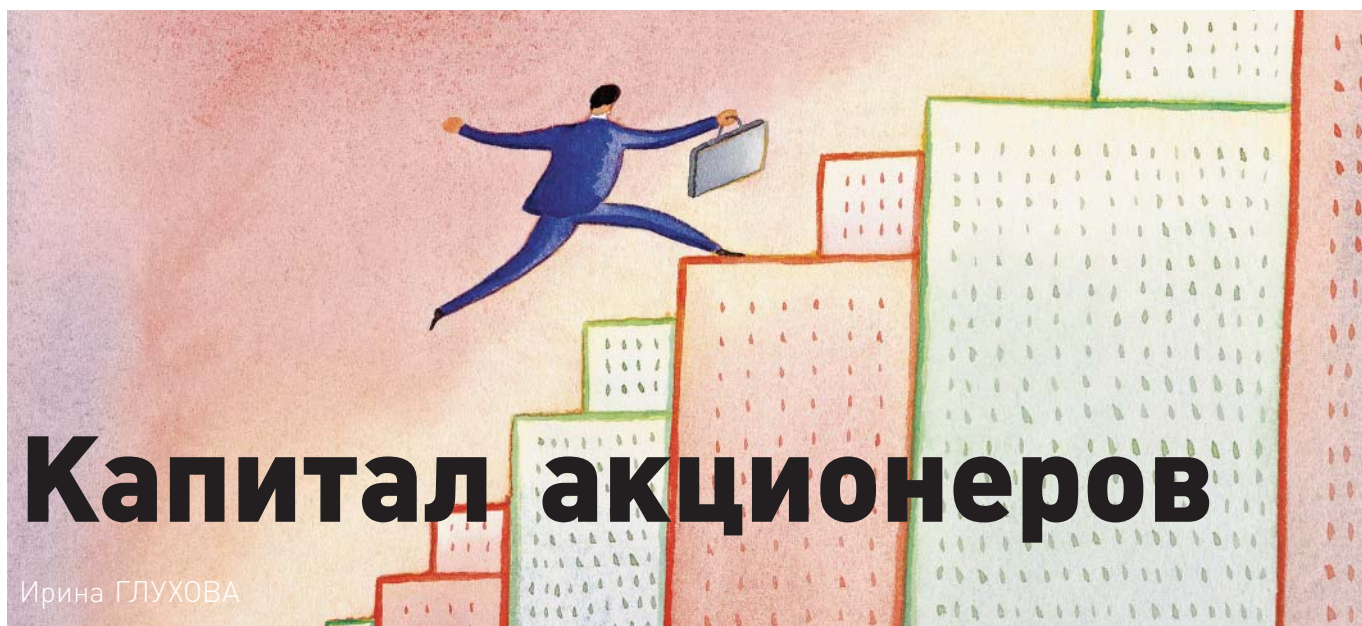


Источник: ComNews Research

Кроме того, все респонденты отмечали, что телекоммуникационная отрасль обладает рядом преимуществ для осуществления социальной активности по сравнению с другими отраслями экономики: изначально социально ориентированные сервисы, высокая технологичность услуг и отсутствие вредного воздействия на окружающую среду, близкий контакт с потребителями. Все это позволяет подстраиваться под потребности клиентов и знать настроения как местного сообщества, так и общества в целом.

Конечно, первое и главное, чего ждут от компаний потребители, – это качественные и удобные услуги. Надо отметить, что ведущие российские операторы уже встали на путь социально ответственного поведения, начинают включать КСО в стратегию и отчитываться о «благих делах». Остается надеяться, что наши телекоммуникационные компании этим не ограничатся, а пойдут по стопам успешных иностранных компаний-гигантов на пути последовательного

внедрения лучшего мирового опыта не только в технологиях, но и в отношении к людям. В 2009 году в мире 126 телекоммуникационных компаний (50 сотовых операторов и 76 операторов фиксированной связи и широкополосного доступа в Интернет) выпустили нефинансовые социальные отчеты по международным стандартам GRI 3 или A1000 (в России международным стандартам соответствуют социальные отчеты ОАО «Комстар-ОТС» и ОАО «Северо-Западный Телеком»). Среди них присутствуют крупнейший оператор Европы BT Group, который отчитывается ежегодно с 1996 года, Deutsche Telecom – с 1997 года, France Telecom – с 2000 года. При этом компании в своих отчетах не только рассказывают об уже проделанной работе, но и прописывают фактические цели и задачи на краткосрочную и среднесрочную перспективу, а также открыто оценивают успешность реализации ранее заявленных социально ориентированных задач.



Межрегиональные компании (МРК) холдинга «Связьинвест» и ОАО «Ростелеком» выплатят первые в своей истории промежуточные дивиденды за девять месяцев 2010 года. Процедура потребует от дочек холдинга (без учета ОАО «Дагсвязьинформ») и «Ростелекома» около 8 млрд рублей – таков уровень совокупных расходов за лояльность инвесторов при создании объединенного оператора. На дивиденды по обыкновенным акциям компании направят 15% неаудированной чистой прибыли по РСБУ, по привилегированным – 10%.

О решении выплатить дивиденды по результатам 9 месяцев 2010 финансового года акционерам, проголосовавшим за реорганизацию в форме присоединения к ОАО «Ростелеком», руководство ОАО «Связьинвест» объявило еще в мае 2010 года.

Это бонус тем, кто поверил в будущее единого оператора и не стал предъявлять акции к выкупу. В соответствии с этой идеологией, реестр акционеров на получение девятимесячной прибыли закрывался на следующий день после окончания выкупа акций у акционеров, несогласных с реорганизацией, либо не участвовавших в этом вопросе (см. таблицу). В сентябре 2010 года восемь компаний – участников объединения в полном объеме выполнили обязательства по выкупу ценных бумаг, предъявленных акционерами в рамках текущей реорганизации, а в течение

октября–ноября во всех МРК и «Ростелекоме» прошли внеочередные собрания акционеров в форме заочного голосования, на которых акционеры приняли решение о выплате дивидендов по результатам 9 месяцев 2010 финансового года.

Акционеры ОАО «Сибирьтелеком» на внеочередном собрании, проходившем 20 октября в заочной форме, первыми среди МРК утвердили решение о выплате промежуточных дивидендов по итогам 9 месяцев 2010 года. В частности, на каждую обыкновенную акцию номиналом 0,15 руб. будет выплачено 0,0000000012659577% чистой прибыли «Сибирьтелекома» за 9 месяцев 2010 года; на одну привилегированную акцию номиналом 0,15 руб. – 0,0000000025125909%. «Учитывая, что по итогам 9 месяцев 2010 года, ОАО «Сибирьтелеком» получило

чистой прибыли в размере 3,185 млрд руб., владельцы обыкновенных акций получат 0,04 руб. на акцию, владельцы привилегированных акций – 0,08 руб. на акцию», – подсчитала аналитик ComNews Research Марина Коробкова. Список лиц, имеющих право на получение доходов по ценным бумагам, составлен по состоянию на 31 августа 2010 года. Срок выплаты дивидендов по привилегированным и обыкновенным акциям – не позднее 60 дней со дня принятия решения о выплате дивидендов. Соответственно, до 19 декабря 2010 года (включительно) акционерам компании будет выплачен доход.

Акционерам «Сибирьтелекома» также было предложено одобрить изменения в положении о совете директоров и рассмотреть вопрос о годовом вознаграждении членам совета. По этим вопросам решения приняты не были. Предложенные

изменения в положение о совете директоров учитывали, что в результате реорганизации «Сибирьтелеком» будет присоединен к «Ростелекому» и прекратит существование как отдельное юридическое лицо. В частности, предлагалось внести в положение пункт, согласно которому годовое вознаграждение выплачивается членам совета, осуществляющим свои функции в период с момента проведения годового общего собрания акционеров до момента прекращения деятельности компании. Кроме того, акционерам предлагалось утвердить норматив (процент) отчислений для расчета годового вознаграждения членам совета директоров, осуществляющим свои функции после годового общего собрания акционеров по итогам 2009 года, в размере 0,41% от OIBDA по РСБУ по результатам 2010 года.

Следом за сибирской МРК, решение о выплате

промежуточных дивидендов по итогам 9 месяцев 2010 года приняли акционеры ОАО «Северо-Западный Телеком» (СЗТ) и владельцы акций ОАО «Южная телекоммуникационная компания» (ЮТК).

Акционеры СЗТ утвердили решение о выплате промежуточных дивидендов за 9 месяцев 2010 года из расчета 0,000 000 035 353 966 6% чистой прибыли за этот период на каждую привилегированную и 0,000 000 017 130 961 2% – на каждую обыкновенную акцию. В решении вопроса о выплате дивидендов приняли участие акционеры, обладающие в совокупности 54,6% голосующих (обыкновенных) акций. «За» проголосовали 99,96% акционеров из числа голосовавших по данному вопросу.

По итогам 9 месяцев 2010 года чистая прибыль СЗТ составила 3,725 млрд руб. Таким образом, на каждую привилегированную акцию будет выплачено по 1,32 руб., а на каждую обыкновенную – по 0,64 руб. Уставный капитал компании разделен на 881,45 млн обыкновенных и 250,369 млн привилегированных акций. Таким образом, общая сумма дивидендов составит 891,94 млн руб. (329,720 млн руб. по «префам» и 562,22 млн руб. – по обыкновенным акциям).

Акционерам также было предложено внести изменения в положение о совете директоров и решить вопрос о годовом вознаграждении членам совета, осуществляющим свои функции после годового собрания акционеров 19 июня 2010 года. Решения по этим вопросам приняты не были.

Акционеры ЮТК утвердили решение о выплате промежуточных дивидендов по итогам 9 месяцев 2010 года из расчета 0,24 руб. на каждую привилегированную и 0,11 руб. на каждую обыкновенную акцию. Уставный капитал ЮТК состоит из 972,15 млн привилегированных и 2,96 млрд обыкновенных акций. Таким образом, общий объем дивидендов составил 583,942 млн руб., в том числе по «префам» – 242,697 млн руб., по обыкновенным акциям – 341,245 млн руб. Дивиденды получают 98,6% акционеров компании, одобивших на годовом собрании в июне реорганизацию компании.

Собрание акционеров ОАО «ВолгаТелеком», состоявшееся 8 ноября, утвердило выплату дивидендов за 9 месяцев 2010 года в размере 0,000 000 061 850 772 0% чистой прибыли на обыкновенную акцию и 0,000 000 121 968 699 0%



фото: СТАНДАРТ

Александр Провоторов,
президент
ОАО «Ростелеком»:
«Менеджмент совместно с советом директоров разработает изменения в устав, которые позволят обеспечить баланс интересов владельцев различных категорий ценных бумаг ОАО «Ростелеком»

чистой прибыли на привилегированную акцию.

«Согласно отчету за 9 месяцев 2010 года, чистая прибыль ОАО «ВолгаТелеком» по РСБУ увеличилась на 38,6% и составила 4,403 млрд руб., что в целом соответствует нашим прогнозам», – говорит Марина Коробкова из ComNews Research. Владельцы обыкновенных акций «ВолгаТелекома», по ее словам, получают по 2,72 руб. на акцию, а владельцы привилегированных – 5,37 руб. на акцию.

Дочерняя компания «Связьинвеста» на Урале – ОАО «Уралсвязьинформ» – также 8 ноября провела внеочередное собрание в форме заочного голосования. Кворум внеочередного общего собрания составил 60,2% от общего числа голосов лиц, включенных в список лиц, имеющих право на участие. Он составлен по состоянию на 20 сентября 2010 года. Собрание акционеров ОАО «Уралсвязьинформ» утвердило выплату дивидендов за 9 месяцев 2010 года в размере 0,000 000 000 467 523 8% чистой прибыли на обыкновенную акцию и 0,000 000 001 363 213 7% чистой прибыли на привилегированную акцию. Поскольку чистая прибыль ОАО «Уралсвязьинформ» за 9 месяцев 2010 года в соответствии с российскими стандартами бухгалтерского учета составила 6,071 млрд руб., акционерам в срок до 31 декабря 2010 года включительно будут выплачены дивиденды

в размере 0,08 руб. на одну привилегированную акцию и 0,02 руб. на одну обыкновенную акцию. Общая сумма, направляемая на выплату дивидендов, составит 1,518 млрд руб. или 25% чистой прибыли за январь – сентябрь 2010 года.

Помимо вопроса о выплате дивидендов держателям акций «Уралсвязьинформа» оператор вынес на повестку дня вопросы о внесении изменений в положение о совете директоров компании и о годовом вознаграждении членам совета директоров компании по итогам 2010 года, подведенным на годовом общем собрании акционеров летом 2010 года. Однако решения по этим вопросам приняты не были. За принятие решения о выплате дивидендов по результатам 9 месяцев 2010 финансового года на внеочередном собрании акционеров ОАО «ЦентрТелеком», проведенном в форме заочного голосования, проголосовало 99,6265% акционеров.

Общий размер дивидендов по результатам 9 месяцев 2010 финансового года, начисленных на обыкновенные акции, составил 798 111 тыс. руб., на привилегированные акции – 532 075 тыс. руб. Таким образом, общая сумма, направленная на выплату дивидендов, составляет 1,330 млрд руб. (25% чистой прибыли по результатам 9 месяцев 2010 финансового года), и превышает сумму дивидендов по итогам 2009 финансового года – 1,265 млрд руб.

Даты закрытия реестра акционеров, на основе которых выплачиваются промежуточные дивиденды за 9 месяцев 2010 года

Компания	Дата закрытия реестра в 2010 году
ОАО «Сибирьтелеком»	31 августа
ОАО «ЮТК»	13 сентября
ОАО «СЗТ»	14 сентября
ОАО «ВолгаТелеком»	20 сентября
ОАО «Уралсвязьинформ»	20 сентября
ОАО «ЦентрТелеком»	20 сентября
ОАО «Дальсвязь»	23 сентября
ОАО «Ростелеком»	21 сентября

Источник: Данные МРК, ОАО «Связьинвест»

Эффект плацебо



ФОТО: СТАНДАРТ

Вскоре после того, как Alimo и Telenor после длившейся несколько лет «войны» все же объединили активы, я встретался в Барселоне с главой Vimpelcom Ltd. Александром Изосимовым. Г-н Изосимов, который был, по слухам, основным идеологом сделки, с энтузиазмом рассказывал о грандиозных возможностях, открывающихся перед объединенной компанией. Основными тезисами было то, что благодаря эффекту масштаба объединенная компания сможет входить в сделки совершенно иного размера, чем до объединения.

Не подумайте, что я злорадную – тем более, что Александр кажется мне одним из наиболее харизматичных топ-менеджеров нашей индустрии, – но, похоже, первый из альянсов, в которые хотел войти Vimpelcom Ltd., пользуясь эффектом масштаба, так и останется на бумаге. «ВымпелКом», судя по всему, не согласен брать на себя проблемы с алжирскими властями, а Нагиб Савирис, владелец Orascom, в свою очередь не хочет заходить в сделку, из которой «вычеркнут» Djazzy. На рынке уже шутят, что скоро у Orascom обнаружится миноритарный акционер, который подаст на компанию иск в суд города Омска и потребует компенсации за несостоявшуюся сделку.

Что касается влияния эффекта масштаба на закупки и маркетинг – здесь все так же оказалось непросто. Как не так давно выяснилось (в результате неких событий, которые не стоит упоминать по причинам юридического характера), «большая тройка» закупает операторское и абонентское оборудование в большинстве случаев абсолютно по тем же ценам, что и первая пятерка европейских операторов. На что пока не могут напрямую влиять россияне, так это на так называемые roadmaps – глобальные планы вендоров по развитию линеек оборудования и технологий. Стоит ли это влияние таких серьезных рисков, как в случае с Orascom, каждый будет решать сам.

Желание российских телеком-компаний развивать бизнес за пределами стран СНГ понятно – «родной» рынок перенасыщен, а возможности роста в других государствах СНГ не обеспечат увеличения оборотов в разы, о котором мечтают акционеры. В этом смысле можно понять и АФК «Система». В отличие от «Альфы», корпорация решила строить бизнес с нуля. И начала с индийского рынка – в этой стране проживает шестая часть населения планеты. Сейчас ни для кого не является большим секретом, что в АФК недовольны положением дел в индийском проекте. Корпорация верит, что он все же «выстрелит» через пять или более лет, но уже не за счет дешевого голосового трафика, а за счет роста объемов передачи данных в десятки раз. Параллельно с развитием индийского проекта глава бизнес-единицы «Телекоммуникационные активы» АФК Рон Зоммер ведет переговоры с «большинством крупнейших европейских операторов», говорит осведомленный источник. Правда, получится ли что-то из этих переговоров, пока нельзя сказать даже приблизительно.

Мне сложно судить, чем руководствуются Михаил Фридман и Владимир Евтушенков, раз за разом пытаясь добиться альянсов с крупнейшими мировыми игроками. Впрочем, когда г-н Евтушенков обещал, что у МТС будет более миллиона абонентов, многие над ним смеялись.

Антон Бурсак,
корреспондент газеты «РБК daily»,
специально для «Стандарта»

На каждую обыкновенную акцию размер дивиденда составит 0,50 руб., или 0,0000000095579889% чистой прибыли. На одну привилегированную акцию – 1,11 руб., или 0,0000000209802046% чистой прибыли компании по результатам 9 месяцев 2010 финансового года.

Последними из МРК внеочередное собрание провели акционеры ОАО «Дальсвязь», где «за» выплату дивидендов проголосовало 99,7481% акционеров. Акционеры «Дальсвязи» утвердили решение о выплате промежуточных дивидендов по итогам 9 месяцев 2010 года из расчета 3,43 руб. на одну обыкновенную акцию и 6,85 руб. – на привилегированную.

Чистая прибыль компании по итогам 9 месяцев 2010 года составила 2,173 млрд руб. Всего на выплату промежуточных дивидендов «Дальсвязь» направит 480,8 млн руб. Выплаты будут осуществлены до 12 января 2011 года.

В соответствии с решением акционеров внеочередного собрания акционеров, ОАО «Ростелеком» по итогам 9 месяцев 2010 года выплатит дивиденды в размере 1,11 и 1,67 руб. на одну обыкновенную и одну привилегированную акцию соответственно. Дивиденды акционерам, состоявшим в реестре акционеров на 21 сентября 2010 года, будут выплачены в течение 60 дней после проведения собрания.

На собрании акционеры компании также должны были принять поправки в устав «Ростелекома», касающиеся дивидендной политики будущего объединенного оператора. Однако собрание акционеров ОАО «Ростелеком» их отклонило, и теперь оператор намерен разработать новый механизм расчета дивидендов. Инициатором поправок называют экс-главу холдинга «Связьинвест» Евгения Юрченко. Он инициировал поправки в Устав оператора, согласно которым на выплату дивидендов предлагалось направлять 30% чистой прибыли

компании, из которых 20% – выплачивать держателям обыкновенных акций и 10% – владельцам привилегированных.

Директор департамента внешних коммуникаций «Связьинвеста» Игорь Пшеничников сообщил, что основной акционер «Ростелекома» проголосовал против поправок. Внешэкономбанк, который управляет почти 40% акциями «Ростелекома» и у которого со «Связьинвестом» заключено акционерное соглашение, также проголосовал «против». Ранее совет директоров Ассоциации по защите прав инвесторов (АПИ – представляет интересы миноритариев в советах директоров МРК) признал поправку несоответствующей интересам акционеров МРК «Связьинвеста» и владельцев обыкновенных акций «Ростелекома». С точки зрения ассоциации, рост дивидендной доходности «префов» повлечет ущерб для владельцев обыкновенных акций.

Теперь компания планирует разработать новый вариант поправок в Устав, касающихся механизма расчета дивидендов на привилегированные акции. «Понимая значимость дивидендной политики для повышения инвестиционной привлекательности компании, менеджмент совместно с советом директоров разработает необходимые изменения в устав, которые позволят обеспечить баланс интересов владельцев различных категорий ценных бумаг ОАО «Ростелеком», – сообщил президент компании Александр Провоторов.

Поправки в Устав уже выносились на голосование на годовом общем собрании акционеров в июне, однако тогда не было кворума (явка владельцев привилегированных акций на собрание оказалась 15% вместо необходимых 75% голосов от общего количества «префов» в уставном капитале). При подготовке к нынешнему собранию редакция поправок была изменена, и в голосовании по этому вопросу могли принять участие только владельцы обыкновенных акций.

Интеграционная платформа InterSystems Ensemble для электронного правительства

В 2011 г. все органы государственной власти в России должны перейти на оказание услуг в электронном виде. Это невозможно без системы межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ), которая обеспечивает надежный управляемый обмен информацией между ведомственными ИС. Поскольку большая часть услуг оказывается на региональном уровне, задача межведомственного взаимодействия должна решаться не только в центре, но и в регионах. Для этого на федеральном и региональном уровнях потребуются развертывание решений класса «корпоративная шина предприятия» (Enterprise Service Bus).

При внедрении СМЭВ, как и при выполнении любого крупного интеграционного проекта, основные сложности носят организационный, а не технический характер, но на успех проекта существенно влияет выбор интеграционной платформы.

Рассмотрим на примере платформы для интеграции и разработки приложений InterSystems Ensemble основные требования, которым должна удовлетворять интеграционная платформа для СМЭВ.

Поддержка web-сервисов и XML-стандартов

Прежде всего, интеграционная платформа должна удовлетворять стандартам XML, поддерживать web-сервисы и обеспечивать возможность интеграции с унаследованными системами, которые не поддерживают web-сервисы.

InterSystems Ensemble соответствует стандартам:

- ▶ XML 1.0, XML Schema Definition 1.1, XSL 1.0, Xpath
- ▶ SOAP 1.1, SOAP 1.2, UDDI 1.1, WS-Addressing 1.0, MTOM, SOAP Messages with Attachments, WS-Security.

Все web-сервисы Ensemble совместимы с WS-I. Кроме того, платформа предоставляет набор интеграционных адаптеров к источникам данных, протоколам, технологиям и приложениям, а также средства разработки специализированных адаптеров.

Управление бизнес-процессами

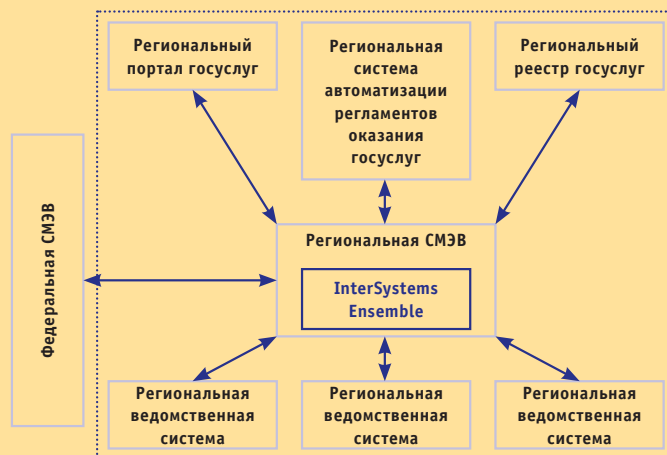
Для реализации сложных алгоритмов межведомственного взаимодействия и композитных сервисов необходимо на уровне интеграционной платформы иметь средства описания, выполнения и мониторинга интеграционных бизнес-процессов. InterSystems Ensemble предоставляет аналитикам и разработчикам средства автоматизации как интеграционных бизнес-процессов, так и бизнес-процессов управления потоками работ (workflow). Технология workflow более востребована в системах автоматизации регламентов оказания услуг, которые также можно разрабатывать на интеграционной платформе Ensemble.

Управление НСИ

Важной задачей при внедрении СМЭВ является управление нормативно-справочной информацией. В InterSystems Ensemble встроена объектная СУБД Cache, используемая для хранения служебных данных Ensemble, интеграционных сообщений, состояний бизнес-процессов. Встроенная СУБД и средства разработки композитных приложений позволяют разрабатывать специализированную систему управления НСИ для ведения эталонных данных и правил преобразования НСИ при взаимодействии систем.

Информационная безопасность

При внедрении СМЭВ стоит обратить внимание на информационную безопасность. Интеграционная платформа InterSystems Ensemble сертифицирована ФСТЭК по 4-му уровню НДВ (недекларируемых возможностей) и по 5-му классу СВТ (средств вычислительной техники), что позволяет использовать Ensemble в информационных системах персональных данных (ИСПДн) до 1-го класса включительно.



Стоимость владения, лицензионная политика и поддержка вендора

Низкая стоимость владения InterSystems Ensemble определяется не только скромными требованиями к аппаратному обеспечению, возможностью работать как на коммерческих операционных системах, так и на СПО, но и простотой внесения изменений в код благодаря объектному подходу. Кроме того, лицензии необязательно покупать, их можно арендовать по программе подписки.

Большое содействие при внедрении СМЭВ оказывает вендор. Компания InterSystems помогает партнерам и заказчикам выполнять сложные интеграционные проекты на Ensemble. В роли ведущих разработчиков и архитекторов выступают технические консультанты компании, имеющие опыт разработки подобных проектов по всему миру, в том числе и в России.

INTERSYSTEMS
InterSystems.ru

Не вылететь в «трубу»

ПАРТНЕР РУБРИКИ



фото: СТАНДАРТ

Дискуссии о том, как операторам широкополосного доступа в Интернет не превратиться в «трубу», по которой сторонние поставщики услуг передают постоянно нарастающие объемы трафика, в мире ведутся уже несколько лет. Как развиваться российским операторам, нужно ли создавать мультимедийные направления и какие проблемы возникают на этом пути, обсуждали участники «круглого стола» журнала «Стандарт».

СТАНДАРТ: Каковы основные тренды ШПД-рынка в России? Что предлагают операторы, чтобы повысить лояльность пользователей, какие ресурсы действуют, чтобы не превратиться в «трубу», какие бизнес-модели при этом используют?

Дмитрий Багдасарян,
коммерческий директор
ЗАО «Комстар-Регионы»:

В числе основных трендов я бы назвал мультисервисность: double play,

triple play, quadro play и прочее — они все востребованы. Опыт «ВымпелКома» и группы компаний МТС показывает, что будущее — за пакетными предложениями. Кроме того, известный в ИКТ-отрасли «закон Мура» активно проявляет себя и в сфере услуг широкополосного доступа в Интернет: рост скорости доступа и снижение стоимости налицо. Также среди трендов я бы отметил развитие платного ТВ на основе инфраструктуры широкополосных

сетей связи. Американские аналитики утверждают, что через Интернет передается до 17% телевизионного трафика, а к 2013 году этот показатель достигнет 48%.

При этом я бы не ставил вопрос именно так: «как оператору не превратиться в «трубу»? По большому счету, быть «трубой» тоже неплохо, если оператор умеет зарабатывать деньги на продаже трафика. И если у него есть возможность добавить сервисы, которые предоставляются не ядром сети,

а дополнительными платформами, то почему бы оператору не развивать это направление?

Валерий Фаткуллин,
директор по маркетингу
ООО «СиТиАй» (СТИ):

Со стороны компании-интегратора я ограничусь четырьмя основными тенденциями: в 2010 году возобновилась активная консолидация рынка, оптика почти везде уже доходит до дома, большинство операторов использует технологию



фото: СТАНДАРТ

Валерий Фаткуллин,
директор по маркетингу
ООО «СиТиАй» (СТИ):
«В 2010 году с новой
силой возобновилась
консолидация рынка,
оптика везде доходит
до дома, в IP-трафике
становится больше
видео, компании
серьезно работают
над пакетированием
услуг»

Fiber-To-The-Home (FTTH), а в IP-трафике все больше места занимает видео. И еще один тренд, который важно отметить, — компании серьезно занялись пакетированием услуг.

Андрей Вдовин,
программный директор
ООО «СиТиАй» (СТИ):

Прежде чем размышлять о том, как операторам не превратиться в «трубу», я бы вернулся на 20 лет назад, когда в России только начиналось коммерческое телевидение. Связисты в радиотелевизионных передающих центрах (РТПЦ) стали первыми получать связные лицензии на вещание эфирных каналов, сдавая их потом в аренду телекомпаниям, имевшим, в свою очередь, вещательные лицензии: по сути, предоставляя те самые «трубы» для доставки чужого сигнала. Многие, также не желая быть только «трубой», получали и вещательные лицензии. Но при этом всегда вставал вопрос — кто,

собственно, будет наполнять «трубу»? В результате все равно шли к телекомпаниям-производителям.

Павел Ребров,
директор по развитию
ООО «Видимакс»:

Я не вижу ничего плохого в том, чтобы оператор оставался «трубой». В мире существует немало успешных примеров. К примеру, в Прибалтике ряд операторов использует в качестве модели бизнеса так называемую открытую сеть. Сеть в виде закрытого пространства, как это строилось раньше, приносит все меньше доходов. Абонентам нужны возможности социальных сетей, они хотят пользоваться коммуникациями в агрегированном виде. Поэтому идея, что услуги будут жить только в сети оператора, себя изжила. Сервисы уходят в Интернет — принадлежность к сообществу определяется не оператором связи. Мы движемся к тому, что на рынке ШПД появится множество бизнес-моделей, но все они будут открытыми. На базе своих платформ операторы будут реализовывать не только свои услуги, но и сервисы партнеров. Очевидно, что ТВ-сервис лучше реализуется на сети оператора, где обеспечено гарантированное качество доставки сигнала, проще привлечь клиентов. Однако все, что касается «обвязки», VAS — эти сервисы качественнее производят небольшие, оперативные команды. Есть, конечно, и услуги, которые никто не сделает лучше операторов — это корпоративные сервисы, требующие гарантии качества.

Кирилл Аношин,
заместитель
генерального директора
ООО «Интеллектуальные
Интернет технологии»
(2it):

Здорово, конечно, что традиционные операторы предоставляют конечным абонентам цифровое ТВ или IPTV — сто и более каналов, но смотреть-то хочется то, что интересно в данный момент, а не просто оплачивать сервис. Как и большинство

коллег, в числе основных трендов развития ШПД в России я бы назвал то, что голос, видео и телевидение уходят в Интернет, где можно посмотреть все — от фильма до матча. Но до тех пор, пока в России существуют небольшие локальные операторы, живущие по своим бизнес-моделям, таким как построение собственных точек обмена трафиком (локальные IX), построение сетей передачи данных (ПД) на оборудовании и технологиях, не всегда соответствующих идеологии построения сетей крупных компаний, а в сети Интернет остается масса ресурсов, позволяющих бесплатно использовать практически любой вид контента, ведущим операторам будет очень сложно зарабатывать на дополнительных сервисах, в том числе на видео.

Максим Раевский,
ведущий менеджер ОАО
«Центральный телеграф»:

Лет 10 назад я читал статью в английском PC Magazine о том, что в Великобритании появилась тенденция — Интернет становится бесплатным. При ближайшем изучении материала выяснилось, что доступ в Интернет для пользователя далеко не бесплатный, но модель оплаты была очень интересной. Абонент не перечислял ни пенса в сторону интернет-провайдера, зато оплачивал местный телефонный звонок. При этом телефонная компания перечисляла деньги за приземление звонка на оборудование интернет-провайдера. Их вполне хватало для оплаты интернет-трафика. Там же рассказывалось и о другой модели, когда услуги связи и доступа в Интернет оплачивает потребитель, и прогнозировалось, что со временем денежный поток в сторону оператора связи пойдет с другой стороны — правообладатель станет оплачивать услуги доступа абонента к информации. Я тогда подумал, что этого никогда не будет. Но теперь вижу, что в смежных областях эта модель работает — в частности, операторам эфирного или спутникового ТВ за доступ к аудитории платят



фото: СТАНДАРТ

Алексей Крайнов,
директор по развитию
широкополосного доступа
ОАО «ВымпелКом»
(«Билайн»):
«Задача оператора —
найти решение, которое
обеспечит рост доходов
пропорционально или
четко в корреляции с тем
трафиком или услугами,
что мы предоставляем
абонентам»

правообладатели — «генераторы трафика».

В некоторых случаях услуги доступа в Интернет в России также оплачивает правообладатель: у операторов появились тарифы, в которых доступ к «Яндексу» или другим сетевым ресурсам для абонента бесплатен, и возможность доступа к ресурсу есть даже тогда, когда у пользователя заблокирован счет. А в эпоху диал-апа бесплатный доступ к интернет-магазину «М-Видео» можно было получить, дозвонившись по определенному номеру модемного пула. Эта модель, скорее всего, имеет право на жизнь.

Что же далее? Абоненту интересно смотреть контент бесплатно — те же футбольные матчи, но кто-то должен оплатить и услуги оператора связи, и сделать бизнес правообладателю. Последний, кстати, прекрасно зарабатывает на рекламе, и почему бы ему самому не оплатить услуги оператора? Впрочем, это уже происходит. Правообладатели



фото: СТАНДАРТ

Дмитрий Багдасарян, коммерческий директор ЗАО «Комстар-Регионы»: «Если с рынка платных услуг будут «выдворены» операторы, на их место придут другие поставщики сервисов, но это не принесет позитива, ведь операторы уже инвестировали огромные средства и готовы обеспечивать абонентов услугами»

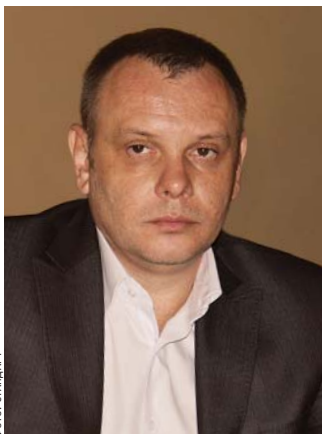


фото: СТАНДАРТ

Павел Минаев, генеральный директор УК «РусИнтерКом»: «Мы развиваем медийное направление, но сразу сделаю оговорку: для нас медийное направление не продакшн – это средство коммуникации с абонентом»

оплачивают трансляцию эфирных телеканалов операторам связи. Если произойдет слияние телевидения и Интернета, о котором все говорят, то оплачивать услуги связи провайдеру логично не абоненту, а правообладателю. Да, тогда оператор связи будет просто «трубой». Но если исходить из этой логики, такой же «трубой» являются вышки, которые используются для эфирного вещания, или спутники.

Павел Минаев, генеральный директор ООО «РусИнтерКом», УК группы компаний «Норильск Телеком»:

Соглашусь с основной мыслью, высказанной коллегами. Ведущий тренд развития широкополосного доступа в Интернет у нас в стране пока такой же, как в Америке. Там развитие телекоммуникаций базировалось на Интернете. Вот и у нас широкополосный доступ к Сети становится ядром развития отрасли, и роль оператора в данном случае – быть «трубой», но интеллектуальной.

Что имеется в виду? С одной стороны, ШПД – это проводник между агрегаторами контента и абонентами, с другой – технологическая цепь, последнее звено которой – пользователь с его индивидуальными потребностями. Соответственно, «труба» должна интеллектуально управляться, чтобы абонент получал желаемые сервисы, а у оператора была возможность регулировать ситуацию.

Алексей Крайнов, директор по развитию широкополосного доступа ОАО «ВымпелКом» («Билайн»):

Идеологию, которую мы исповедуем в «Билайне», можно назвать «умной трубой». Мы строим сети, развиваем телевидение, обеспечиваем взаимодействие с партнерами; важно понимать, что в долгосрочной перспективе – это роль оператора связи. Будучи «умной трубой» мы отмечаем, что нам нужны внешние партнеры – от небольших

инициативных групп до крупных лицензионных контент-провайдеров. Но для нас этот бизнес – смежный. Контентная составляющая потенциально может приносить прибыль, но это не означает, что оператор может прийти к крупному поставщику контента или интернет-порталу и сказать: «Заплатите за то, что вы в моей сети». В ближайшие пять лет такая схема работать не будет, но если я отключу эти ресурсы – потеряю абонента.

Операторы будут работать над развитием VAS, но пока их главная задача – найти решение, которое обеспечит рост доходов пропорционально или четко в корреляции с тем трафиком или услугами, которые он предоставляет. Объем трафика на пользователя растет экспоненциально – драйверы мы уже упомянули: видео, тяжелый контент. Инвестиции, необходимые для поддержки растущего трафика, также растут линейно или по экспоненте. Но рынок реагирует таким образом, будто ничего не происходит. В результате операторские затраты на предоставление сервисов растут, а доходы падают. Если эта задача будет решена, не будет острой необходимости в получении дополнительных средств от производителей и поставщиков контента.

Мы согласны, что телевидение уходит в Интернет, и делаем ставку на IPTV. Но и в этом сегменте много особенностей, к примеру, крупные операторы оплачивают то, что никогда не оплатят мелкие игроки: «доступ к дому», цифровой контент. Ориентироваться на «серые» бизнес-модели не хочется – они просуществуют недолго. Но крупные операторы от их наличия несут потери. Ведь половина цифрового контента в сетях небольших компаний – это «пойманный» эфирный канал, переведенный в «цифру» и проданный по цене, значительно ниже той, что мы можем предложить, официально заплатив партнерам за цифровой контент.

Тренд, когда пользователь и правообладатель хотя бы бесплатного Интернета, лежит на поверхности. Ведь чем дешевле доступ в Сеть, тем выше проникновение, соответственно – больше показов, рекламных ссылок и, как следствие, больше рекламная выручка. Наша модель не совсем вписывается в такую стратегию. Многомиллиардные инвестиции операторов в развитие сетей, качество услуг и сервисов нужно оправдывать.

Дмитрий Багдасарян:

Когда звучит фраза «бесплатный Интернет», у меня возникают ассоциации с «бесплатным» ТВ, хотя индустрии платного ТВ в России уже 18 лет. При этом до сих пор операторы платного телевидения страдают от того бесплатного телевидения, которое было раньше – очень сложно перестроить сознание людей и доказать, что за качественное ТВ надо платить.

Мы сторонники прозрачного и эффективного бизнеса, и каждый должен понимать, что достойное телевидение кто-то должен оплачивать. Если с рынка платных услуг будут «выдворены» операторы, то на их место придут другие поставщики сервисов, готовые контролировать трафик и денежные потоки, но это не принесет позитива, ведь операторы уже инвестировали огромные средства и готовы обеспечивать абонентов услугами – в отличие от новых участников рынка.

Кирилл Аношин:

Абоненты не хотят платить за дополнительные услуги и ТВ-сервисы. Интернет приучил, что их бесплатно можно найти в Сети.

Говоря о «страдающих» операторах платного ТВ, соглашусь с Дмитрием – за продукт надо платить. Но только за качественный продукт, а основная масса каналов, ретранслируемых в сетях ПД, – это «жвачка», причем неоднократно использованная. И это уже проблема не столько операторов связи, сколько общества. Масса примеров перед

глазами. Споры между «НТВ-Плюс» и ВГТРК из-за трансляции чемпионата России по футболу, показ английской премьер-лиги и т.д. Чем, кроме технологии, отличается трансляция канала в эфире от трансляции в сети Интернет? По большому счету — ничем. Только в приведенном примере все мы опять стали заложниками общества, спрятавшись за высокими словами «социальная значимость», «федеральные каналы». И что получилось в итоге? Конечный абонент так и не получил полной свободы выбора. Куда пойдет интернет-пользователь? Конечно же, в Интернет — там найдет все, и, как следствие, возрастет нагрузка на оператора доступа.

Мы видим, как растет трафик в сетях операторов и их инвестиции в расширение сетей. «Трубой», конечно, быть здорово, но и они небезграничны — необходимо инвестировать не только в расширение сетей, но и в технологии. Надо исследовать поведенческие модели абонентов и на основании этого перестраивать сети.

СТАНДАРТ: Как монетизировать постоянно растущий трафик, который генерируют абоненты «Яндекса», Torrents, Google и других сторонних провайдеров?

Николай Окладников, заместитель директора Центра сетевых решений ЗАО «Инфосистемы Джет»:

Операторы вынуждены разрабатывать новую стратегию ухода от модели простой «трубы». Думают об этом все, а большая часть операторов уже начала действовать: рассматриваются новые модели оказания услуг и планы ценообразования, тестируются технологии контроля сети, трафика, сетевых приложений и пользователей. И происходит это во всем мире, в том числе и в России. Среди новых моделей оказания услуг рассматривается, например, дифференциация пользователей по доступу к Сети, основная цель которой — установить контроль

за «тяжелыми» пользователями, которые активно применяют торренты, постоянно скачивают большие файлы, мешая другим пользователям, и оградить от них свою сеть путем перераспределения ресурсов канала.

Стремительный рост потребления трафика и необходимость оптимизировать инфраструктуру сети — все это стало катализатором рынка систем визуализации сетевого трафика, его глубокого анализа и управления политиками сетей, в частности, с применением технологии DPI (Deep Packet Inspection), и систем кэширования трафика. DPI может, например, обеспечивать оптимизацию нагрузки, создаваемой такими приложениями, как торренты, и контроль трафика на уровне магистральных провайдеров, что, как правило, решает задачи управления доступом к тем или иным ресурсам. Технологии DPI позволяют с большой точностью идентифицировать широкий спектр сетевых приложений и тем самым реализовать дополнительную дифференциацию предоставляемых сервисов. Появились возможности контроля сессий каждого абонента, визуализации трафика на уровне приложений и конкретных пользователей, привязки профиля трафика к соответствующему тарифному плану.

Кирилл Аношин:

Если говорить про частных пользователей, то, к сожалению, как только оператор ограничивает доступ, абонент тут же переключается на другого оператора. Благо, сейчас не 2000 год, и предложений на рынке очень много. Но для корпоративного клиента такая модель сработает. Мало того, многие корпоративные пользователи при отсутствии ИТ-подразделения, сами просят операторов поставить ограничения на использование определенных ресурсов. Хотя, с точки зрения монетизации, как раз оплата корпоративным клиентом «тяжелого» контента по трафику для оператора — очень лакомый кусочек.

Если рассматривать общий бизнес-процесс компании клиента и поставить себе цель повышения лояльности персонала, а также допустить, что взаимоотношения между оператором и клиентом строятся по партнерскому принципу, то явно напрашивается модель разного учета «тяжелого» трафика, а не полное его закрытие. В этой схеме и оператор заработает, и компания много не потеряет, да и сотрудник будет лоялен и доволен, что его не заставляют «пахать как раба на галерах», а позволяют отвлечься от основной работы. Но повторюсь — боюсь, наше общество в целом к этому не готово.

Николай Окладников:

Ограничение доступа коснется, прежде всего, тех 10% клиентов, которые генерируют 90% трафика. Зато для остальных 90% качество доступа улучшится. Клиенты, которым важно качество сервисов, готовы за это платить. Если абоненты еще не готовы оплачивать контент, то факт, что за хороший доступ в сеть нужно платить, пользователи уже осознали.

Павел Ребров:

Почему только оператор должен задумываться о монетизации? Трафик порождается YouTube, Netrix и другими порталами — они заинтересованы в том, чтобы «труба» была широкой. Нужно ожидать, что поставщики контента включатся в процесс, поскольку они заинтересованы в разделении доходов с оператором.

Алексей Крайнов:

На мой взгляд, такие видеопорталы до сих пор не нашли модель монетизации. Пока они потребляют терабайты трафика, а зарабатывают микропешки.

Максим Раевский:

Посмотрите, какое количество мультимедийных проектов и интернет-телеканалов открылось после того, как стало возможно вещать через Интернет! Ранее такой возможности не было, а потому инвестиции в структуру



фото: СТАНДАРТ

Павел Ребров, директор по развитию ООО «Видимакс»: «Сервисы уходят в Интернет — принадлежность к сообществу определяется не оператором связи. Мы движемся к тому, что на рынке широкополосного доступа будет множество бизнес-моделей, но все они будут открытыми»



фото: СТАНДАРТ

Максим Раевский, ведущий менеджер ОАО «Центральный телеграф»: «Если произойдет слияние телевидения и Интернета, оплачивать услуги связи логично не абоненту, а правообладателю. Тогда оператор станет «трубой». Но если исходить из этой логики, «трубой» являются вышки для эфирного вещания, спутники и т. д.»



фото: СТАНДАРТ

Кирилл Аношин, заместитель генерального директора ООО «Интеллектуальные Интернет технологии» (2it): «До тех пор, пока существуют локальные операторы, живущие по своим бизнес-моделям, а в Интернете огромное количество бесплатных ресурсов, ведущим операторам будет сложно зарабатывать на дополнительных сервисах»



фото: СТАНДАРТ

Андрей Вдовин, программный директор ООО «СиТиАй» (СТИ): «Если не хочешь быть просто «трубой», привлекай партнеров. С другой стороны, ничего зазорного в этой модели нет, при отсутствии амбиций она кого-то вполне устраивает»

распространения были астрономические. Теперь, когда появился Интернет, инвестиции в инфраструктуру для каналов и вещателей минимальные — ведь они не оплачивают «последнюю милю».

СТАНДАРТ: Как операторам справиться с этой задачей и при этом зарабатывать?

Алексей Крайнов:

Системы DPI и подобные должны использоваться правильно. Приоритизация трафика позволяет высвободить объемы и скорости для абонентов, которые не загружают канал с утра до вечера передачей интернет-радио или ТВ-каналов. Мы считаем, что правильно предлагать пользователям различные дополнительные услуги и виды контента по различным тарифам, соответствующим потребляемому трафику. Это гарантирует качество доступа в Сеть и другим пользователям. Такого рода нововведения можно выводить на рынок, если ключевые игроки это понимают и разделяют. Если конкурент играет по другим правилам, сложно работать — надо ждать суперконсолидации, когда 90% участников рынка смогут договориться. А пока рынок находится в состоянии бурного роста объемов трафика и необходимости дальнейших инвестиций в инфраструктуру, а его незрелость и неорганизованность мешают изменениям на рынке.

Павел Минаев:

Мы также сталкиваемся с проблемой нецивилизованной работы на рынке и стараемся ее решать. К тем участникам, которые не соблюдают правила, нужно применять цивилизованные меры.

Алексей Крайнов:

Крупные операторы играют «в белую», в то время как большинство мелких участников рынка широкополосного доступа в Интернет работают по «серым» схемам. Если мы не объединимся — не факт, что сможем одолеть эти нецивилизованные методы работы.

Дмитрий Багдасарян:

В одном из регионов, где «Комстар» оказывает услуги, мы обратились в Роспотребнадзор с жалобой на то, что один из местных операторов ворует у нас контент и продает в своей сети за меньшие деньги. Надзорный орган нам ответил, что жалобы принимают только от абонентов. Маловероятно, что абонент придет жаловаться на то, что платит меньше, но даже в этом случае ведомство ничего не гарантирует. Мы сообщили правообладателям, что у них воруют контент, на что они ответили, что ничего не могут сделать, так как у них нет с этими компаниями договорных отношений.

Ситуация сложилась кристическая. С одной стороны, раздаются голоса, что операторы получают высокую маржу. С другой — говорят о том, что Интернет должен стоить меньше и быть социально ориентированным. При этом на рынке немало компаний, которые ведут бизнес нелегально. В этой ситуации сложно говорить о взрывном росте инновационных технологий.

Что касается монетизации растущего трафика, то в 2002–2004 годах я участвовал в Ассоциации GSM, где мы развивали рынок мобильного контента. В результате число российских контент-провайдеров к 2005 году выросло с 20 до 260. За счет чего это было сделано? Ведь не за счет же превращения операторов в «трубу»!

Операторы стали «умными трубами»: установили интеллектуальные платформы, обеспечили провайдеров интерфейсами для создания новых услуг, донесли эту информацию до абонентов, построили тарификацию, контроль качества. Но даже после этого, как только операторы убрали руку с пульса, начались проблемы: стало возникать много скандалов на тему некачественного контента.

Полагаю, поставщики контента должны осознавать, что именно тот, кто имеет доступ к пользователю, и должен монетизировать контент,

и ему надо не мешать, а помогать. Он имеет ресурсы, желание, инструменты и, в конце концов, связь с абонентами, чтобы убедить их платить.

СТАНДАРТ: Был позитивный опыт монетизации контента в сетях мобильной связи, почему в фиксированном ШПД не выстроится понятная и прозрачная структура?

Александр Андрианов, директор по продажам ООО «Интраком связь»:

Я думаю, успешно монетизировать трафик удастся тогда, когда Интернет потеряет одно из главных своих преимуществ — анонимность. Вы всегда должны знать, с кого вы собираетесь получить деньги. Те же, кто предоставляет «последнюю милю», всегда знают, с кем имеют дело.

Максим Раевский:

Тогда оператор связи окончательно станет «трубой». Я имел в виду противоположный тезис: мне нравится, что сотовые операторы становятся «кошельками». Сейчас, чтобы воспользоваться, например, Skype, я должен заплатить в два места: ШПД-оператору и Skype. Для того чтобы скачать книгу — оператору связи и владельцу сайта, где книга «лежит», и т.д.

Оператор «последней мили» знает своего абонента и в какой-то степени является держателем «кошелька» пользователя. Поэтому монетизация должна идти по принципу «сделай так, чтобы абоненту было удобно платить». Соответственно, если я со счета своего ШПД-оператора смогу оплатить Skype, покупку книжки, любую услугу, которую я потребляю через Интернет, значит, я больше буду платить «трубе», которая получит с этого комиссию.

Алексей Крайнов:

Тогда логичны следующие размышления абонента: зачем я должен хранить у оператора средства на расходы, когда я через Интернет могу оплачивать услуги



ФОТО: СТАНДАРТ

Александр Андрианов, директор по продажам ООО «Интраком связь»: «Успешно монетизировать трафик удастся тогда, когда Интернет потеряет одно из главных своих преимуществ – анонимность. Вы всегда должны знать, с кого вы собираетесь получить деньги»

с банковской карты? Это бес-
процентный сервис.

Кирилл Аношин:

Тут все просто. Если абонент имеет у оператора лицевой счет, то явно на нем есть средства. А вот наличие банковской карты – условие необязательное. Тем более, если мы говорим про весь рынок ШПД, а не только про города-миллионники. Да и страшилки по воровству средств с пластиковых карт в Интернете появляются в прессе с достаточной регулярностью.

СТАНДАРТ: Нужно ли операторам ШПД самостоятельно заниматься контентом? Его производством например?

Павел Минаев:

Мы развиваем медийное направление, но сразу оговорюсь: для нас медийное направление – это не про-
дакшн, а средство коммуникации с абонентом. На медийном рынке и так достаточно компаний, которые

занимаются производством контента, в том числе для продажи в сетях операторов. Если в ШПД есть средство общения – обратный канал, то в массовом телевидении, которое пока еще не перешло на IP, обратный связи со зрителем нет.

Мы уже сравнивали деятельность оператора с «трубой», на выходе из которой находится абонент со своими потребительскими свойствами и желаниями. Они крайне важны для оператора, и он на них ориентируется. Но если в ШПД есть возможность получить информацию от интернет-ком-
пьюнити, то в ТВ невозможно пока ничего придумать, кроме как иметь собственный канал, не считая, конечно, маркетинговых акций.

Поэтому еще раз подчеркну: медийная часть нашего бизнеса – это не продакшн, в полном смысле этого слова, а инструментарий оператора, благодаря которому мы доносим информацию до абонента и получаем отклик.

Алексей Крайнов:

Решение запустить IPTV позволило нам избежать создания подобных структур, так как в природе самого продукта заложена обратная связь с абонентом, которая может использоваться вплоть до адаптации контента под потребителя.

Павел Минаев:

Во многих городах регионов пользователь даже не знает, что такое IPTV.

Дмитрий Багдасарян:

Каждый оператор развивается по-своему. Создание собственного канала – скорее, маркетинговый вопрос, нежели привязка к технологии, выбор которой для предоставления телевизионных сервисов зависит от того, с каких позиций стартовала компания. Если компания вырастает из провайдера широкополосного доступа в Интернет в оператора ТВ-услуг, она, как правило, развивает IPTV. У этой технологии есть свои плюсы и минусы: пользователи пока не готовы платить

серьезные деньги за телевидение, и ARPUсервиса фактически на уровне аналогового ТВ. Кроме того, запуск технологии достаточно дорого обходится оператору, а приставки для абонентов существенно дороже, чем для цифрового кабельного телевидения (DVBC). Ситуация будет меняться – все движется в сторону IP. Произойдет это и с телевидением.

Если вернуться к вопросу создания контента, хочу напомнить, что в структуре бизнеса АФК «Система» (куда входит «Комстар-Регионы») есть компания, которая профессионально занимается производством и дистрибуцией контента (ОАО «Система Масс-медиа», – прим. «Стандарта»), а в некоторых регионах у нас работают студии, которые производят новости для жителей региона, детские программы и прочее. Вопрос в том, насколько эффективно присутствие производителя и агрегатора контента в структуре оператора? Я уверен, что все зависит от конкретной ситуации. Если есть в компании креативные ресурсы и возможность заниматься этим бизнесом – нужно это делать. Если ресурсов нет, то вряд ли проект будет хорошо развиваться. Если кейс компании разработан для работы на открытом рынке и не дотируется оператором – он вполне может быть успешным.

Максим Раевский:

У «Центрального телеграфа» есть промоканал, который специально создан для продвижения услуг. Контент для него создают внешние компании по заказу нашего маркетингового подразделения. Мы считаем этот промоканал эффективным: по «смотрибельности» он занимает 9-е место из 137.

Кирилл Аношин:

Иметь промоканал хорошо было бы каждому федеральному игроку. Тем более, если бы он был интересным и широкоформатным с точки зрения контента и наши соотечественники имели возможность смотреть его, например, за рубежом.



ФОТО: СТАНДАРТ

Николай Окладников, заместитель директора Центра сетевых решений ЗАО «Инфосистемы Джет»: «Операторы вынуждены разрабатывать стратегию ухода от модели прос-
той «трубы», рассматриваются разные модели, например дифференциация пользователей по доступу, основная цель которой – установить контроль за «тяжелыми» пользователями»

Узнаваемость торговой марки выросла бы в разы.

Дмитрий Багдасарян:

Я считаю, что каждый должен заниматься делом, которое может делать хорошо. Оператор связи обязан предоставлять качественные сервисы и пакетировать услуги. Создание контента – это совсем иные процессы, и люди, работающие в этом бизнесе, имеют другое мышление.

Павел Минаев:

В структуре нашей группы компаний есть эти «совсем другие» команды, перед которыми мы ставим конкретные задачи. Творческий процесс мы направляем в нужное для целей общения с абонентами русло, поэтому наши медиаподразделения не будут снимать сериалы или фильмы. Важно заранее понимать, какие цели оператор ставит перед студией. Эти цели варьируются в зависимости от ситуации в регионе.

Повороты судьбы

Леонид КОНИК

У генерального директора ФГУП «Космическая связь» (ГПКС) Юрия Прохорова могло быть вполне «отраслевое» хобби – радиолюбительство. Но к первым детским опытам с паяльником, радиоприемниками и динамиками вскоре добавилась новая страсть – горные лыжи. Эта страсть, как неизлечимая болезнь, осталась с ним навсегда – несмотря на серьезную травму в 16-летнем возрасте и приостановку занятий горнолыжным спортом на 21 год, каждый сезон Юрий вместе с друзьями – такими же фанатами горных лыж, выходит на любимые склоны.

«С паяльником я познакомился лет в семь», – рассказывает Юрий Прохоров, вспоминая первый самодельный радиоприемник модели 2-V-3, собранный собственными руками и вдруг случайно «заговоривший». Потом было множество проводов от динамиков, которые работали как некий прообраз телефона между двумя квартирами, самодельные передатчики, домашняя автоматика. Юрий надолго мог погрузиться в это увлечение, но... Деденевская средняя школа, в которой учился будущий глава ГПКС, находится в удивительном подмосковном регионе, где горными лыжами занимались практически все школьники, благо склоны рядом. Юрию тоже пришлось отчасти забросить провода и встать на лыжи, чтобы не быть «ущербным» и отдать дань новой моде в среде одноклассников. Ведь тогда, в конце 1960-х годов, горные лыжи были в новинку – практически до того момента люди в СССР занимались, в основном, беговыми «гладкими» лыжами.

Тяжесть первых горных лыж и ботинок Юрий Прохоров помнит до сих пор. Помнит, как впервые вышел на склон, и как сначала было страшно, а маленький пологий спуск казался жуткой непреодолимой пропастью. Но первые движения по склону, и все понеслось, как под гору: горнолыжные тренировки по три раза в неделю, в любую погоду, подготовка к сезону, новые лыжи, которые всегда словно праздник, первый снег...

«Не пойти на тренировку – для меня было все равно, что уроки прогулять», – рассказывает Прохоров. – Хотя я и понимал, что не стану профессиональным спортсменом – это были занятия для себя». Несмотря на декларируемое любительство, первым наставником Прохорова стал удивительный молодой тренер – Анатолий Леонидович Комаров, подготавливавший многих известных спортсменов.



Забыть про горы навсегда

Однако в один не самый лучший в жизни день занятия горными лыжами для Юрия Прохорова оборвались более чем на 20 лет. В тот мартовский день 1976 года тяжелый последний снег поставил подножку, и падение на большой скорости обернулось серьезной травмой голеностопа. Мама-врач тогда сказала: «Забудь про лыжи, это – навсегда». Шла учеба в девятом классе, надо было думать об окончании школы и принимать решение, чем заниматься дальше.

«Тогда я понял, что нужно остановиться в занятиях лыжами, и я это сделал. Но именно тогда за годы тренировок у меня сформировался тот дух горнолыжника, который остался со мной навсегда», – говорит гендиректор ГПКС. «Несмотря на прекращение занятий, мне еще долго снились соревнования и тот коварный мартовский снег», – признается Юрий Прохоров.

Лучший на детском склоне

Возвращение в горнолыжный спорт произошло неожиданно. Юрий Прохоров отдыхал зимой в Финляндии с семьей, и сыновья стали подначивать поехать покататься на расположенный недалеко курорт Лома-Коли, повторяя: «Ведь ты же когда-то катался». Он сдался, взял лыжи напрокат. «Сердце выскакивало из груди, когда я вышел на детский склон, – вспоминает Прохоров. – И я съехал, не упал!». Дети юморили: «Папа, после финского тренера ты на этом склоне рядом с малышами самый крутой».

Так и началось возвращение в замечательный горнолыжный мир. С того момента Юрий непрерывно на протяжении 12 лет каждый сезон встает на лыжи и катается с самых крутых «черных» склонов, оттачивая и совершенствуя технику и стиль, вложенные в голову и мышцы на тренировках в детстве.

Упирается в каждом повороте

Многому пришлось учиться заново: за 21 год перерыва и лыжи, и экипировка, и техника ушли далеко вперед. «Современные горные лыжи – это хайтек, основанный на последних достижениях материаловедения, полимерной индустрии и даже электроники», – поясняет глава ГПКС. Он уверен, что неважные результаты, которые в последнее время показывают российские горнолыжники, связаны не со слабостью в технике спуска или физической подготовке, а с недоступностью хайтек-моделей горнолыжного оборудования, которое используют зарубежные спортсмены.

Технологии технологиями, но техника и стиль, отработанные в детстве, все равно помогают кататься с удовольствием, чувствовать себя уверенно и выходить на сложные склоны. Юрий вспоминает, как владелец спортивного магазина на Гребном канале, в котором он обычно покупает лыжи, сказал ему: «Тебя же учили классической технике, а она никогда не подведет, поэтому покупай любые...». Конечно, новые высокие технологии упрощают работу горнолыжника, и современные лыжи могут даже исправлять ошибки в движении. Но каждый раз, выходя на склон, Юрий Прохоров концентрируется на том, что будет делать в следующие мгновения, и вспоминает слова первого тренера: «Надо упираться в каждом повороте». Эта фраза стала практически девизом его жизни.

Горный пляж

Юрий Прохоров отмечает, что в последние годы горнолыжный спорт вошел в моду, и появились «горнопляжники», для которых главное – красиво стоять на склоне. «Но ведь гораздо важнее показать на склоне мастерство техники прежде всего самому себе, – говорит он. – Когда солнечным морозным утром выходишь на нераскатанный, ровный, только отработанный склон первым, отталкиваешься

Нельзя быть на «ты» со склоном, – он этого не прощает. И любое твоё кажущееся превосходство гора мгновенно может свести на нет



палками и летишь вниз, делая правильную дугу, дух так захватывает! А спустившись вниз, ты поднимаешь голову и видишь: на склоне будто расписался пером. Вот тут уж никого не обманешь».

Юрий считает, что для занятий горными лыжами нет необходимости безвылазно находиться в Европе – Швейцарии, Франции или Австрии: «В Подмосковье много замечательных мест, где можно кататься, – например Шуколово или Сорочаны». Правда, не удержавшись, вспоминает, как однажды его пригласили кататься на горных лыжах в Саров, на гору с фантазмагорическим названием Глубокая. На поверку гора оказалась небольшим спуском в овраг.

Скоростной спуск в детство

Совершенно увлеченный горными лыжами Юрий Прохоров не может оставить в стороне от любимого занятия своих друзей и знакомых, которых тоже пытается приучить к катанию. И зачастую ему это успешно удается. «Это доставляет мне настоящее удовольствие, – не скрывает он. – И все, кого мне удалось поставить на лыжи, об этом не жалеют». Кстати, не так давно одним из тех, кого Прохоров поставил на лыжи, стал генеральный директор НИИ Радио Валерий Бутенко. Всем ученикам Юрий Прохоров повторяет, что на склоне нужно бояться – получая удовольствие, ни в коем случае нельзя терять осторожности: «С горой нельзя быть на «ты» – она этого не прощает. И любое твоё превосходство гора все равно сведет на нет, она всегда сильнее». И добавляет: «Горные лыжи – это не спорт миллионеров, а отдых души и телом, который при этом заставляет упираться. Гора не прощает слабости и рассеянности – сразу раскидываешься: лыжами, палками, руками, ногами...».

Но, помимо удовольствия от погоды, снега и воздуха, помимо радости от владения собственным телом и лыжами, Юрий Прохоров отмечает в горнолыжном спорте еще и ностальгические нотки. «Глядя на склон, понимаешь, как хочешь кататься сегодня – жестко или вразвалочку. Можно взять лыжи, которые почти как домашние тапочки, а можно те, что ближе к спортивному стилю. И все это дает ощущение детства, периода взросления и становления. И каждый раз это чувство – как вхождение в ту воду, в которую время уже никогда снова не позволит войти».

Дата	Название	Место	Организаторы	Контакты
1 декабря	Всероссийская конференция «Слияния и поглощения в телекоме – Telecoms M&A Russia 2010»	Россия, Москва, гостиница Marriott Royal Aurora	ComNews Conferences	Тел. +7 495 933-5483, +7 495 775-7120
			Telecoms M&A Russia 2011	
1 декабря	VI Форум «Центры обработки данных 2010»	Россия, Москва, отель «Марриотт Тверская»	АНConferences	Тел. + 7 495 790-7815
1-2 декабря	Outsourcing & Managed Services for Telecoms World Summit 2010	Сингапур	Symphony Global Pte Ltd.	Тел. +65 6221-8119
1-3 декабря	Carrier Ethernet World APAC congress	Гонконг	IIR Ltd.	Тел. + 44 0 20 7017-7483
2 декабря	II Ежегодная конференция European E-Commerce Conference 2010	Бельгия, Брюссель	Forum Europe	Тел. +44 0 2920-78-3022
2 декабря	Пиринговый форум MSK-IX 2010	Россия, Москва, Экспоцентр на Красной Пресне	АНО «Центр взаимодействия компьютерных сетей МСК-IX»	Тел. + 7 495 737-9296
2-3 декабря	II Annual Future TV Advertising Forum	Великобритания, Лондон	Keynote World Media Ltd.	Тел. + 44 0 845 519-1230
2-3 декабря	IV Телекоммуникационный форум «ИНТЕРКОМ 2010»	Россия, Санкт-Петербург, Sokos Hotel Olympia Garden	Компания «ICF-Международные конференции»	Тел. + 7 495 646-0151
7 декабря	Международный консультационный семинар «Smart Grid: конвергенция возможностей инфокоммуникационных и энергетических технологий»	Россия, Москва, гостиница «Националь»	Учебный центр «Экспо-Телеком» при поддержке Министерства связи и массовых коммуникаций РФ	Тел. +7 495 692-1105
7-8 декабря	OTTtv World Summit	Великобритания, Лондон	Informa Telecoms & Media	Тел. +44 0 20 7017-5533
7-9 декабря	IV Международная выставка-форум Integrated Systems Russia 2010	Россия, Москва, Гостиный двор	МИДЭКСПО, Integrated Systems Events	Тел. +7 495 737-7479
9 декабря	I Всероссийская конференция «Борьба с мошенничеством в сфере высоких технологий. Профилактика и противодействие – AntiFraud Russia 2010»	Россия, Москва, Конгресс-центр Торгово-промышленной палаты РФ	Торгово-промышленная палата РФ, Комитет безопасности предпринимательской деятельности ТПП РФ, Академия информационных систем	Тел. +7 495 231-3049
14-17 декабря	Семинар «Новое в организации деятельности в области радиосвязи с учетом изменений в действующем законодательстве»	Россия, Санкт-Петербург, Учебный комплекс ЦНТИ «Прогресс»	ЦНТИ «Прогресс» при информационной поддержке ФГУП «ГРЧЦ»	Тел. +7 812 331-8888
15 декабря	Конференция «Telecoms Loyalty & Churn: удержание абонентской базы операторами связи»	Россия, Москва, отель «NOVOTEL Москва Центр»	SVM Media & Events Group	Тел. +7 495 943-0174



НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ Большая Цифра

**ПРЕМИЯ ПРОВОДИТСЯ ПО НОМИНАЦИЯМ
В СЛЕДУЮЩИХ КАТЕГОРИЯХ:**

Категория «КОМПАНИЯ-ОПЕРАТОР»

Категория «ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНОЛОГИИ»

Категория «ПРОЕКТЫ»

Категория «НОВОЕ РОССИЙСКОЕ ТВ»

Категория «ЗАРУБЕЖНОЕ ТВ В РОССИИ»

СПЕЦИАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ

www.bigdigit.ru



РЕКЛАМА

Национальная премия «БОЛЬШАЯ ЦИФРА» проводится в рамках 13^й выставки и конференции CSTB'2011.

Участники

Федеральные и региональные операторы многоканального ТВ России; производители и дистрибьюторы оборудования для сетей кабельного и спутникового ТВ России и стран СНГ; российские и иностранные телеканалы, вещающие в сетях кабельного и спутникового ТВ на русском языке на территории России и стран СНГ, а также российские телеканалы, вещающие за рубежом.

Заявки на участие в Премии и все дополнительные материалы принимаются до 15 октября 2010 года.

Контактная информация: тел.: +7 (495) 737-74-79, факс: +7 (495) 737-68-45

Менеджер проекта: Вера Качаева [vera_k@midexpo.ru]

Организаторы:



MIDexpo
международные выставки и мероприятия

eutelsat
COMMUNICATIONS

Генеральный партнер:

Золотой спонсор:



Партнер:



Космическая связь

Официальное
мультимедийное агентство:

РИА НОВОСТИ

Генеральный
информационный спонсор:

ТЕЛЕСПУТНИК
ЖУРНАЛ О ЦИФРОВОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ

Генеральный
медиа-партнер:

«Евробизнес»

Генеральный
интернет-партнер:

COMNEWS

Отраслевой
медиа-партнер:



Издание зарегистрировано
в Министерстве РФ по делам печати,
телерадиовещания и средств массовых
коммуникаций.

Свидетельство ПИ № 77-26396
от 01 декабря 2006 г.

Учредитель и издатель
Издательская группа ComNews
ООО «КомНьюс Групп»

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Леонид Коник
издатель Ирина Глухова
шеф-редактор Иван Коломацкий
выпускающий редактор
Ксения Прудникова
заместитель главного редактора
Алексей Ефименко
корреспонденты Александр Калигин,
Марина Коробкова, Екатерина Лаштун,
Дмитрий Петровский, Олег Синча,
Данила Шеповальников, Анна Шумицкая,
дизайн и верстка Олег Башкин,
Александр Шаров
фотограф Александр Фомкин
фото на обложку СТАНДАРТ

РЕКЛАМА

Лилия Забирова, Ольга Лазарева,
Анна Федосина, Елена Шкоропад

ИНФОСПОНСОРСТВО

Максут Жафяров

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК

Ольга Егорова

РАСПРОСТРАНЕНИЕ

Сергей Болдырев

Отпечатано в типографии
«ПремиумПресс»,
Санкт-Петербург, ул. Оптиков, 4
Тираж 10 000 экземпляров

Запрещается воспроизводить, сохранять
в любой поисковой системе, передавать
электронные, твердые или любые другие
копии материалов «Стандарта»
полностью или частично
без письменного разрешения издателя.

При использовании информации
ссылка на «Стандарт» обязательна.
Ответственность за содержание
рекламных объявлений несет
рекламодатель.

107140, Москва, Верхняя
Красносельская ул., д. 2/1, стр. 1
Тел. +7(495) 933-5483, 933-5485

191186, Санкт-Петербург,
Казанская ул., д. 11, пом. 2
Тел. +7(812) 314-6656, 600-2030

E-mail: info@comnews.ru

Ваши замечания, пожелания, идеи,
пожалуйста, направляйте
по адресам редакции или по нашему
электронному адресу
info@comnews.ru

Электронная версия журнала:

<http://www.comnews.ru>

© ООО «КомНьюс Групп», 2010

**Оформление подписки на журнал «СТАНДАРТ»
на нашем сайте: <http://www.comnews.ru/podpiska>**

**Оформить подписку на журнал «СТАНДАРТ»
можно через партнеров Издательской Группы ComNews**

1. КАТАЛОГ АГЕНТСТВА «РОСПЕЧАТЬ», ПОДПИСНОЙ ИНДЕКС 11015

Оплата наличными во всех почтовых отделениях РФ

Оплата по безналичному расчету:

- центральная группа подписки, Москва, тел. +7 (495) 623-2189
- центральная группа подписки, Санкт-Петербург, тел. +7 (812) 751-1088
- для других городов РФ оформление подписки с оплатой по безналичному расчету осуществляется через центральную группу подписки вашего города. Контакты уточняйте в любом местном отделении Почты России.

2. «ИНТЕРПОЧТА»

Тел. +7(495) 500-00-60 или www.interpochta.ru

3. КАТАЛОГ «ИНФОРМНАУКА» – ПОДПИСКА ЗА РУБЕЖОМ

Тел. +7 (495) 787-3873 или www.informnauka.com

4. ЗАО «ЦЕНТР ДЕЛОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ «ОРИКОН-М»

Тел. +7 (495) 937-4959/58

5. ГРУППА КОМПАНИЙ «УРАЛ-ПРЕСС»:

Москва

ул. Нижняя Масловка, 11-13
Тел. +7 (495) 789-8636
E-mail: moscow@ural-press.ru

Екатеринбург

ул. Мамина-Сибиряка, 130
Тел. +7 (343) 262-6543
(многоканальный)
E-mail: info@ural-press.ru

Представительства «Урал-Пресс» за рубежом:

ФРГ

13581, Berlin Seeburger Strasse 87
Тел. +49 30 351-05-203
Waldemar Besler
E-mail: frg@ural-press.ru

Казахстан

Петропавловск, ул. Токсан Би, 35, офис 4
Тел. +7 (152) 42-6873
Семигулина Ольга
E-mail: kazakhstan@ural-press.ru

Полный список представительств ГК «Урал-Пресс» www.ural-press.ru

6. ЗАО «МК-ПЕРИОДИКА»

Тел. +7 (495) 672-7042
Факс +7 (495) 306-3757
E-mail: export@periodicals.ru

7. СТОИМОСТЬ ПОДПИСКИ И ЗАКАЗ НОМЕРОВ ЖУРНАЛА В РЕДАКЦИИ

Стоимость оформления подписки на журнал «Стандарт»
через агентство «Роспечать» составляет 900 рублей за полугодие.

Стоимость подписки в других агентствах уточняйте по указанным телефонам.

Вы можете заказать любой номер журнала «Стандарт»
(при наличии остатка) с доставкой.
Стоимость журнала – 150 рублей. Стоимость доставки – 150 рублей.

Заказ можно сделать по телефонам
+7 (495) 933-5483, +7 (495) 933-5485
Сергей Болдырев
E-mail sr@comnews.ru

ACCESS Master



SunSet MTT



IXIA

Компания SYRUS SYSTEMS предлагает широчайший спектр измерительного и испытательного оборудования для всех видов сетей проводной и беспроводной связи, как существующих, так и сетей нового поколения. От простейших тестеров, позволяющих оценить параметры кабелей и состояние соединений до мощных анализаторов и систем мониторинга сетей, включая:

- Проводные сети доступа (**datacom, xDSL, ISDN, E1, Ethernet**)
- Транспортные проводные сети (**PDH, SDH, Metro/Carrier Ethernet, EoSDH, OTN**)
- Волоконно-оптические линии связи (включая **FTTx, PON, xWDM**)
- Беспроводные сети (**GSM, GPRS, UMTS, WiMax**)
- NGN-сети (**IP, MPLS**)
- Сети кабельного телевидения
- и другие виды

Компания SYRUS SYSTEMS обеспечивает полную техническую поддержку измерительного оборудования. Также мы предлагаем приборы в аренду, в лизинг, проводим работы, связанные с анализом/аудитом сетей, сертификационными испытаниями оборудования и паспортизацией линий. Кроме того мы готовы к сотрудничеству на условиях аутсорсинга для обслуживания сетевых ресурсов.



107140, РФ, Москва, 3-й Новый пер., д.5 Телефон: +7 (495) 937 5959 www.syrus.ru info@syrus.ru
СЕРТИФИЦИРОВАННЫЕ ТЕХНИЧЕСКИЙ И СЕРВИСНЫЙ ЦЕНТРЫ

COMNEWS

СТАН

ПРОГРАМНОЕ
ОБЕСПЕЧЕНИЕ

PETER



SERVICE

НА ЗАЩИТЕ
ВАШИХ
ПЕРСОНАЛЬНЫХ
ДАННЫХ



НАЗНАЧЕНИЕ

Программный комплекс PETER-SERVICE SECURITY MANAGER предназначен для защиты информации в решениях, построенных на базе трехзвенной архитектуры, и позволяет обеспечить соответствие эксплуатируемой информационной системы требованиям по защите персональных данных до класса K1 включительно.

ПРЕИМУЩЕСТВА

- наличие сертификата на защиту персональных данных для трехзвенной архитектуры;
- универсальность, позволяющая применять данное средство защиты как для решений, построенных на базе PETER-SERVICE HAS, так и для защиты Web и мобильных приложений других производителей;
- высокая производительность и надежность, подтвержденная опытом эксплуатации с десятками миллионов пользователей в режиме 24/7;
- масштабируемость, достигаемая возможностью системы увеличивать свою производительность при добавлении аппаратных ресурсов;
- простота администрирования, обеспечиваемая за счет централизованного хранения авторизационных данных и управления процессом предоставления доступа ко всем Web-системам и мобильным платформам в инфраструктуре Заказчика;
- мультиплатформенность, позволяющая Заказчику выбрать оптимального поставщика аппаратной платформы и эксплуатировать решение под управлением операционных систем HP-UX, Linux, Sun Solaris, Windows.

О КОМПАНИИ

ЗАО «ПЕТЕР-СЕРВИС» с 1992 года является ведущим разработчиком решений для телекоммуникационной отрасли, специализируясь на разработке, внедрении и обслуживании OSS/BSS систем для крупных операторов связи. Подробную информацию о компании «Петер-Сервис» можно найти на сайте:

<http://www.billing.ru>

РЕКЛАМА

ТРИНАДЦАТАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА И КОНФЕРЕНЦИЯ

CSTB' 2011

1-3 февраля, Москва, Крокус Экспо



Рождение новых технологий

КАБЕЛЬНОЕ И СПУТНИКОВОЕ ТВ, ЦИФРОВОЕ ЭФИРНОЕ ТВ, IPTV, HDTV, 3DTV, BROADBAND, МОБИЛЬНОЕ ТВ, КОНТЕНТ, УСЛУГИ ОПЕРАТОРОВ МУЛЬТИСЕРВИСНЫХ СЕТЕЙ, СПУТНИКОВАЯ СВЯЗЬ

www.cstb.ru

Организаторы:



ТВ-партнер:



При поддержке:



Генеральный информационный партнер:



Секции конференции при содействии:



Генеральный медиа-партнер:



Золотой спонсор:



Генеральный интернет-партнер:



Официальное мультимедийное агентство:



Отраслевой медиа-партнер:



РЕКЛАМА

ПРИГЛАСИТЕЛЬНЫЙ БИЛЕТ

13^я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА И КОНФЕРЕНЦИЯ

CSTB' 2011

Время работы:

1 февраля – с 11:00 до 18:00
2-3 февраля – с 10:00 до 18:00

ВНИМАНИЕ! Предварительная регистрация на посещение выставки на сайте www.cstb.ru

Проезд: от станции метро «Мякинино» - 3 мин. пешком
За дополнительной информацией обращайтесь по тел.: +7 (495) 737-74-79, факс: +7 (495) 737-68-45

1-3 февраля 2011

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»
Павильон 1, залы 1, 2, 3

В программе:

- Международная Конференция CSTB'2011
- World Content Show'2011
- Уникальная экспозиция ТВ каналов
- Вторая Национальная Премия «Большая Цифра»

www.cstb.ru

Стандарт