

Издается с мая 1992 г.

Издатель
ЗАО «ИКС-холдинг»



Генеральный директор
Ю.В. Овчинникова – jo@iks-media.ru

Учредители:
ЗАО Информационное агентство
«ИнформКурьер-Связь»,
ЗАО «ИКС-холдинг»,
МНТОРЭС им. А.С. Попова

Главный редактор
Н.Б. Кий – nk@iks-media.ru

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Ю.Б. Зубарев – председатель
Л.Е. Варакин, А.П. Вронец, Н.Б. Кий,
М.Н. Кожакин, А.С. Комаров, А.В. Коротков,
К.И. Кукк, Б.А. Ластович, Ю.Н. Лепихов,
В.В. Макаров, Т.А. Моисеева, Г.Е. Моница,
Н.Ф. Пожитков, Н.Н. Репин, В.С. Ромбро,
С.К. Сергейчук, В.В. Терехов,
И.В. Шибалева, М.А. Шнепс-Шнеппе,
В.К. Шульцева, М.В. Якушев

РЕДАКЦИЯ

iks@iks-media.ru

Ответственный редактор
Н.Н. Шталтовная – ns@iks-media.ru

Обозреватели
И.А. Богородицкая, Г.Н. Большова,
А.Е. Крылова, Л.В. Павлова

Корреспондент
Е.А. Волынкина

Редактор
Ю.М. Севрюкова – js@iks-media.ru

Зав. редакцией
В.И. Якунина

Технический редактор
О.П. Арман

Дизайн и верстка
Н.В. Прохорова, Е.Ю. Давыдова

КОММЕРЧЕСКАЯ СЛУЖБА

commerce@iks-media.ru

Коммерческий директор
Т.В. Шестоперова – ts@iks-media.ru

Д.С. Барский, зам. коммерческого
директора – db@iks-media.ru
Е.О. Самохина – es@iks-media.ru
Ю.В. Шаповалова – ys@iks-media.ru
Д.Ю. Жаров, координатор – dim@iks-media.ru

СЛУЖБА РАСПРОСТРАНЕНИЯ

Т.В. Романенко – tr@iks-media.ru

Журнал зарегистрирован в Министерстве РФ
по делам печати, телерадиовещания и средств
массовых коммуникаций 25 февраля 2000 г.;
ПИ № 77-1761. Мнения авторов не всегда
отражают точку зрения редакции.

Статьи с пометкой «бизнес-партнер»
публикуются на правах рекламы.
За содержание рекламных публикаций и объявлений
редакция ответственности не несет. Любое
использование материалов журнала допускается
только с письменного разрешения редакции и со
ссылкой на журнал.
Рукописи не рецензируются и не возвращаются.

© «ИнформКурьер-Связь», 2008

Адрес редакции:

127254, Москва,
ул. Добролюбова, 3/5.
Тел.: (495) 604-4888.
Факс: (495) 604-4825.
E-mail: iks@iks-media.ru
Адрес в Интернете: www.iksmedia.ru

Редакция пользуется услугами
сети «МегаФон-Москва»
Тел.: (495) 502-5080

№ 06/2008 подписан в печать 05.06.08.
Тираж 15 000 экз. Свободная цена.
Формат 64×84/8

ISSN 0869-7973



Логика развития событий пред- и поствыборных месяцев восторжествовала и прорвалась наружу в виде нового министерства, объединившего связь со СМИ всех мастей. Получилось что-то вроде Минсвязьмасскома, волею премьер-министра поименованного как Минкомсвязь (правда, до канувшей в Лету Россвязьохранкультуры этой новой лексической единице в любом виде далеко).

Связь, достигшая этапа скучной стабильности, уходит в политическую тень и начинает обслуживать политические державные интересы. Для чего и было проведено слияние технологического (Мининформсвязи) и политического (Министерство культуры и массовых коммуникаций) ведомств. Это с одной стороны.

С другой, рождение сверхновой звезды телеком-рынка – цифрового контента привело к рождению сверхнового министерства и сверхнового министра – теперь Главного по контенту в стране.

Министерство связи и массовых коммуникаций возглавил человек откровенно политический, из поколения президента Медведева. Отнюдь не связист и даже не айтишник.

Игорь Щеголев – лингвист, редактор, журналист, пресс-секретарь и протоколист. Так что какой протокол теперь будет доминировать – технологический или политический, думаю, сомнений ни у кого нет. А связь – она сама пойдет.

В противовес преемнику экс-министр Леонид Рейман – из поколения Путина, человек технический (инженер электросвязи по образованию) и бизнесмен (с чередой скандалов за плечами). Вернувшийся Госкомтелекому гордый статус министерства. Переживший четыре смены правительства. Чуть больше года не дотянувший до десятилетия пребывания на министерском посту. При нем рынок связи был локомотивом, точкой роста, лидирующим сектором, надеждой и опорой, гордостью государства. Его отставка была неожиданной – никакие международные судебные скандалы и нелестные публикации на первых полосах ведущих газет в течение многих лет не могли поколебать его интравертное спокойствие. А встречи с журналистами превратились в посиделки добрых и давних знакомых, которые, ах, наконец повидались и обменялись. Теперь человек с отчеством, которое все давно и с удовольствием научились произносить, оказался в сомнительной компании Михаила Зурабова советником у нового президента.

А что же новое ведомство? Думается, чиновникам понадобится не менее полугода, чтобы поделить полномочия, кресла и вновь приступить к полноценной работе. А что же связь? А что же печать? Будут работать – только бы частоты, лицензии да свидетельства о регистрации выдавали исправно.

До встречи.
Наталья Кий,
главный редактор

ОТКРОЙ ИКС

WWW.IKSMEDIA.RU

реклама



ИКС Медиа – мой деловой ресурс
Телеком • ИТ • Медиа

Нацелены на развитие бизнеса?
Делайте это вместе с "ИКС"!



"ИнформКурьер - Связь"
журнал
для бизнеса
с высоким IQ

Подпишитесь на свой
экземпляр "ИКС" сейчас,

И ВРЕМЯ
УМНОГО БИЗНЕСА
станет
ВАШИМ
ВРЕМЕНЕМ!



Подписка - 2008

ТОЛЬКО ПОДПИСЧИКИ ЖУРНАЛА
ИМЕЮТ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЛУЧАТЬ:

- Уникальные аналитические материалы «ИКС»: карта собственности кабельного ТВ, BWA- карта, VSAT- карта, Triple Play/Dual Play- карта и др.)
- Доступ к электронной версии журнала «ИКС» в день его выхода в свет
- **СКИДКУ 10%!** (при оформлении годовой подписки в редакции)

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЖУРНАЛА «ИКС»:
Тел: (495) 604-48-88, E-mail: ab@iksmedia.ru

ПОЧТОВЫЕ ОТДЕЛЕНИЯ:

Каталог «Роспечать»	полугодовой индекс 73172
	годовой индекс 71512
Каталог «Пресса России»	полугодовой индекс 43247
Каталог «Почта России»	полугодовой индекс 12417

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ АГЕНТСТВА
ПОДПИСКИ РФ И СНГ:

Вы можете выбрать удобное для вас
агентство на сайте www.iksmedia.ru
или по телефону: (495) 604-4888

НОВОСТИ

- 1 КОЛОНКА РЕДАКТОРА
- 8 АКТУАЛЬНЫЙ КОММЕНТАРИЙ
А. МИШУШИН. Регулятор изменился в лице
- 10 ЛИЦА
- 11 ПЕРСОНА НОМЕРА
Д. ЛОБАНОВ.
Неслучайный результат
- КОМПАНИИ
- 14 Новости от компаний
- СОБЫТИЯ
- 21 ЦОД: маленький, зато свой
- 22 Малый бизнес не просит преференций
- 23 BWA в перманенте перемен
- 25 Виртуальные розы продаются лучше живых
- 26 FMC, обреченная на светлое будущее
- 28 Детская болезнь «желтизны» в Рунете
- 30 ТВ-интерактив: начало новой битвы?
- 32 Инновации без определения?
- 34 OSS/BSS на кипящем рынке
- СУБЪЕКТ ФЕДЕРАЦИИ
- 35 К. АНКИЛОВ.
Тверичи за три моря не спешат
- 36 КАЛЕНДАРЬ СОБЫТИЙ
- 92 НОВЫЕ ПРОДУКТЫ

ЦЕНТР ТЕЛЕКОМ
ОПЕРАТОР СКОРЕННОСТИ ОБЩЕСТВО «ЦЕНТРАЛЬНАЯ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННАЯ КОМПАНИЯ»
спонсор рубрики



11
Персона номера
Д. ЛОБАНОВ



26
FMC, обреченная
на светлое будущее

КОМСТАР > СВЯЗЬ > БИЗНЕС



на правах рекламы

Большой масштаб Серьезный партнер

Современный бизнес движется вперед, используя свежие идеи и адаптируясь к новым условиям. Постоянные изменения стали нормой нашей жизни. Как опытный и надежный партнер, мы предлагаем передовые технологии для того, чтобы вы могли достичь большего. Телекоммуникационные технологии «КОМСТАР – Объединенные ТелеСистемы» обеспечивают свободное и постоянное развитие вашего бизнеса.



ОАО «КОМСТАР – ОТС»
119121, Москва, Смоленская-Сенная пл., д. 27, стр. 2
тел.: (495) 956-00-00 info@comstar-uts.ru www.comstar-uts.ru



ТЕМА

Державные

амбиции и реалии

38

Фокус

- 40 Л. ПАВЛОВА. Олимпийский трамплин для амбиций гражданского применения

Ракурс

- 43 И. БОГОРОДИЦКАЯ. ГЛОНАСС. Перемен, мы ждем перемен
44 Дюжина вопросов про ГЛОНАСС. Отвечают Н. ТЕСТОЕДОВ, Я. ШИХИЕВ, В. БАБАКОВ, В. СВИРИДЕНКО

Игроки

- 49 Г. БОЛЬШОВА. Рынок еще держит тепло
49 Г. БОЛЬШОВА. Профессиональная мобильная: амбиции возрождаются?

Концептуальный поворот

- 53 Н. КИЙ. Пробка национального масштаба
54 А. КРЫЛОВА. Вузы и бизнес: надежды на совпадение

Сценарий

- 58 Л. ПАВЛОВА. Амбиции высокого разрешения: будущее все четче?

Партнерство

- 60 Г. БОЛЬШОВА. Светят, но не греют
62 Н. КИЙ. Американцы оглядываются на государство и конкурируют с китайцами

Подробности

- 64 Е. ВОЛЫНКИНА. Кабельный мейнстрим: вдали от магистралей
65 А. КРЫЛОВА. Питание: в моде все легкое и зеленое

ДЕЛО

Бизнес-модель

- 68 А. ГАЛИАХМЕТОВ. Беспроводка в поисках бизнес-модели
72 Т. ТЕМКИНА. IPTV наращивает абонентскую базу и интерактив

МБА-комментарий

- 76 А. ВОРЫХАЛОВ. Треть «МегаФона» будет контролировать новый совладелец

Доля рынка

- 77 Е. КРЫЛОВА. Музыка, попавшая в сети

Технологии

- 80 И. ЧИЖ. Согласуем видеоформаты?

Проблема

- 81 А. КОСТРОМИТИН. Электронные паспорта: что дальше?

Право

- 85 Д. ГАЛУШКО. Лицензирование деятельности операторов: следуй букве закона!

На портале IKS MEDIA.RU

- 88 Блог, еще раз блог!

Решение

- 80 Г. БОЛЬШОВА. Двойной контроль

- 95 Читайте в следующем номере



88

Блог, еще раз блог!

Системный интегратор, поставляем решения для операторов связи для построения NGN и наполнения их услугами. Поставляем телекоммуникационное оборудование ведущих производителей (медиа-шлюзы, VoIP шлюзы, IP-телефоны)



технологии
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЕ
СИСТЕМЫ

РФ, 107076, Москва
Колодезный пер., д.3, стр.26
Тел.: +7 (495) 589-90-55
+7 (495) 748-31-04
Факс: +7 (495) 748-31-06
contact@intechologies.ru
www.intechologies.ru



NEWS

- 1 EDITOR'S COLUMN**
- 8 TOPICAL COMMENTARY**
A. MISHUSHIN.
Regulator has changed its countenance
- 10 PROFILES**
- 11 PERSON OF THE ISSUE**
D. LOBANOV. Nonrandom result
- COMPANY**
- 14 Company News**
- EVENTS**
- 21** Data center: small but ours
- 22** Small business asks for no preferences
- 23** BWA in the vortex of changes
- 25** Virtual roses are sold better than the real ones
- 26** FMC destined for the bright future
- 28** Infantine sickness of «yellowness» in Runet
- 30** TV-interactivity: is it a new struggle?
- 32** Innovations without definition?
- 34** OSS/BSS in the boiling market
- SUBJECT OF FEDERATION**
- 35** K. ANKILOV. Tver is slow
to start its journey beyond three seas
- 36 CALENDAR OF EVENTS**
- 96 NEW PRODUCTS**

ЦЕНТР ТЕЛЕКОМ
спонсор рубрики

How can IKS help YOU succeed in the Russian market?



COVER STORY

State

ambitions and reality 38

Focus

- 48** L. PAVLOVA.
Olympic spring-board for civil ambitions

Aspect

- 43** I. BOGORODITSKAYA. GLONASS
We are waiting for changes...
- 44** Dozen of questions about GLONASS.
Answered by N. TESTOEDOV,
J. SHIKHIEV, V. BABAKOV, V. SVIRIDENKO

Players

- 49** G. BOLSHOVA. The market is still warm
- 49** G. BOLSHOVA.
Professional mobile radio:
revived ambitions?

Conceptual Turn

- 53.** N. KIY. Traffic jam on a national scale
- 54** A. KRYLOVA.
Higher schools and business:
hopes for coincidence

Scenario

- 58** L. PAVLOVA.
Ambitions in high resolution:
is future becoming more definite?



11

Person of the Issue.
D. LOBANOV



26

**FMC destined
for the bright future**

1. IKS is the leading business inter-industry publication for new converged Telecom-Media-Technologies market – essential information source about market trends and analysis for your investment and strategy policies.
2. Our readers are the leaders of business community – your chance to talk to the market leaders directly through IKS publications and www.iksmedia.ru and share your views on the most popular topics.
3. Effective distribution channels – personalized subscriptions and focused distribution at key industry events.
4. Wide range of MarCom services – PR, ads, sponsorships, direct marketing, special projects on demand – round tables, pre-sale events.



YOUR SUCCESS IS OUR GOAL!

Contact us for 2008 editorial calendar!

Partnership

- 60 G. BOLSHOVA. Light without warmth
62 N. KIY. The Americans look back at the state and compete with the Chinese

Details

- 64 E. VOLYNKINA.
Cable mainstream is far from highways
65 A. KRYLOVA.
Feeding: everything green and light is in fashion now



BUSINESS

Business-model

- 68 A. GALIAKHMETOV.
BWA is in search for business-model
72 T. TEMKINA.
IPTV is gaining subscriber base and interactivity

M&A-comment

- 76 A. VORYKHALOV.
A new co-owner will control one-third of MegaFon

Market share

- 77 E. KRYLOVA. Music caught in the net

Technologies

- 80 I. CHIZH. Let's agree upon video-formats

Problem

- 81 A. KOSTROMITIN.
Electronic passports: what comes next?

Law

- 85 D. GALUSHKO.
Licensing operators' activity: comply with the law!

On IKS MEDIA.RU portal

- 88 Blog, blog once again!

Solution

- 80 G. BOLSHOVA. Double control

- 95 Read in the next issue

81

Electronic passports:
what comes next?



88

Blog, blog once again!

Регулятор изменился в лице

актуальный
комментарий

ПОДГОТОВИЛ
Алексей МИШУШИН



Май 2008 г. оказался исключительно богат на события в высших эшелонах государственной власти. Вступил в должность новый Президент России, переформировано правительство, началось очередное переустройство системы и структуры федеральных органов исполнительной власти. Замелькали новые лица и имена. Чем обернулась майская реформа для телекоммуникаций?

Ничто так не постоянно, как перемены

К переменам нам не привыкать. За последние четыре года до Указа Президента РФ от 12.05.2008 № 724 федеральный отраслевой орган государственного управления свое название менял дважды. Причем это была не простая «смена вывески», а коренное переустройство всей системы. Существенно изменялись функции регулятора, внутренняя организационная структура, компетенция рассматриваемых вопросов и штат сотрудников. Чего стоит только предпринятая в 2004 г. попытка объединить под одной крышей сразу три министерства: Министерство по связи и информатизации, Министерство путей сообщения и Министерство транспорта!

Что повлекла за собой майская реформа? Оставим кадровые изменения в руководстве министерства соответствующим специалистам и ограничимся сугубо правовым регулированием отрасли.

Итак, перемены заключаются в следующем.

1 Министерство информационных технологий и связи РФ преобразовано в Министерство связи и массовых коммуникаций РФ с наделением вновь образованного ведомства функциями по выработке и реализации государственной политики и нормативному правовому регулированию в сфере массовых коммуникаций и средств массовой информации (в том числе электронных).

2 Россвязьохранкультуры практически вернулась на круги своя, разделившись на Федеральную службу по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций и Федеральную службу по надзору за соблюдением законодательства в области охраны культурного наследия.

3 Функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации (в том числе электронных) и массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, в том числе функция по регистрации средств массовой информации оставлены за Федеральной службой по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций.

4 Функции по охране авторского права и смежных прав переданы Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в области охраны культурного наследия.

5 Министерству связи и массовых коммуникаций РФ подчинены Федеральная служба по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций, Федеральное агентство по информационным технологиям, Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям и Федеральное агентство связи.



6 Министр связи и массовых коммуникаций РФ получил право давать руководителям подведомственных федеральных служб и федеральных агентств обязательные для исполнения указания, приостанавливать в случае необходимости решения федеральных служб и агентств (их руководителей) или отменять эти решения, если иной порядок их отмены не установлен федеральным законом.

7 Федеральные органы исполнительной власти, которым в соответствии с Указом Президента РФ № 724 переданы функции иных федеральных органов исполнительной власти, стали их правопреемниками по обязательствам, в том числе по обязательствам, возникшим в результате исполнения судебных решений.

А что в итоге?

Министерство связи и массовых коммуникаций РФ не просто восстановило утраченные около года назад возможности в сфере государственного управления, но и заметно их расширило. Регулятор, можно сказать, изменился в лице. В чем это заключается?

Во-первых, из прямого подчинения правительству в подчинение министерству вернулся надзорный орган в области связи, традиционно выполняющий важную государственную функцию – лицензирование услуг связи и контроль за соблюдением лицензиатами лицензионных условий. При этом полномочия данного органа несколько изменились. Так, в его компетенции сохранилась унаследованная от Россвязьохранкультуры функция по регистрации средств массовой информации, а вот полномочия по охране авторского права и смежных прав изъяти в пользу Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в области охраны культурного наследия, подчиненной теперь Министерству культуры РФ.

Во-вторых, Министерству связи и массовых коммуникаций РФ переданы функции по разработке и реализации государственной политики и нормативному правовому регулированию в сфере массовых коммуникаций и средств массовой информации (в том числе электронных). Эти вопросы всегда имели преимущественно телекоммуникационный, «связной», характер, но волею судеб оказались под контролем иного федерального органа управления (напомню, что еще недавно они находились в компетенции Министерства культуры и массовых коммуникаций РФ).

В-третьих, в дополнение к двум ранее имевшимся федеральным агентствам и одной федеральной службе в ведение министерства передана Федеральная служба по печати и массовым коммуникациям, которая ранее подчинялась Министерству культуры и массовых коммуникаций и которую теперь придется встраивать в собственную «вертикаль власти». Новое приобретение министерства среди прочего расширит его компетенцию такими полномочиями, как комплектование фонда обязательных бесплатных экземпляров печатных изданий; проведение сценарных конкурсов по созданию социально значимых телерадиопрограмм, телевизионных и мультипликационных фильмов; принятие решения об управлении находящимся в федеральной собственности фондом законченных производством и прошедших в эфир телерадиопрограмм, передач, фонограмм, а также других аудиовизуальных произведений (за исключением кинофильмов).

Повышение управленческой значимости министерства распространяется и на должностное лицо, его возглавляющее: вес руководителя Министерства связи и массовых коммуникаций, без всякого сомнения, увеличится.

Сейчас, когда с момента принятия Указа Президента РФ от 12.05.2008 № 724 времени прошло совсем немного, прогнозировать перспективы его применения и последствия непросто. Новой системе федеральных органов исполнительной власти еще предстоит отладить внутреннюю организацию, выстроить новые управленческие механизмы и устояться.

Пока с уверенностью можно только сказать, что в ближайшие месяцы реорганизация продолжится: согласно п. 19 Указа новое правительство должно уточнить функции федеральных органов исполнительной власти. Рискну предположить, что в отношении Министерства связи и массовых коммуникаций передел полномочий коснется прежде всего Федеральной службы по печати и массовым коммуникациям. Представляется, что компетенция этого органа еще далека от сферы деятельности нового министерства.

■ ■ ■

То, что преобразованное министерство сочетает в себе регулирующие функции как в области оказания услуг связи и применения информационных технологий, так и в сфере массовых коммуникаций и СМИ, вполне соответствует масштабной конвергенции услуг и технологий, которую мы все, специалисты и пользователи, наблюдаем и испытываем на себе. И теперь отечественный телеком вправе рассчитывать на более благожелательное отношение нормотворческого органа к этим конвергентным процессам. Эпоха взаимного проникновения услуг связи и СМИ вплотную подошла к нашему порогу. ИКС

Автор ждет комментариев
в своем блоге на
www.iksmedia.ru



На «Связь-Экспокомме-2008» доминировали российские компании – 60% (450 из 750). Китайские и тайваньские участники составили чуть более 13%, американские – 5%. Но и в зарубежных компаниях работают наши люди – гости данной рубрики тому свидетельство.



Виктор Владимирович ИВАНОВ,
директор Научно-технического центра «СИМОС»

Родился в 1947 г. в Комсомольске-на-Амуре. После окончания в 1970 г. Пермского авиационного техникума им. Швецова служил в Ракетных войсках. В 1976 г. окончил Пермский политехнический институт (специальность – авиационные двигатели). В 1980 г. стал лауреатом премии Ленинского комсомола за работы по созданию систем регулирования авиационных двигателей.

В 1986 г. окончил Донецкий политехнический институт с квалификацией организатора управления НИОКР. В период с 1977 по 1988 г. получил более 20 авторских свидетельств на изобретения.

В 1999 г. основал и возглавил НТЦ «СИМОС».

Член-корреспондент Международной академии общественных наук, академик Международной академии управления, кавалер ордена «За обустройство земли российской» I степени Международной академии общественных наук.

Женат. Имеет двух дочерей и двух внуков.

Хобби – волейбол, водное поло.



Александр ГРИУК,
глава представительства канадской группы компаний Advantech AMT

Родился в 1982 г. В 2005 г. окончил радиотехнический факультет МЭИ, в 2006 г. – факультет повышения квалификации по специальности «менеджмент – управление проектами» Школы менеджеров МЭИ (ТУ). С 2003 по 2006 г. работал в ОКБ МЭИ, где прошел путь от инженера-радиотехника до начальника сектора систем спутниковой связи. С 2006 г. – представитель по развитию бизнеса канадской группы компаний Advantech AMT, руководит работой московского представительства.

Хобби – спорт, музыка.

Родилась в Москве. В 2005 г. с отличием окончила МГТУ им. Баумана по специальности «радиоэлектронные системы» и была приглашена в Agilent Technologies на должность консультанта по контрольно-измерительному оборудованию: системам тестирования БС, решениям для анализа и оптимизации сетей проводной и беспроводной связи, ВЧ- и СВЧ-оборудованию.

Сегодня Татьяна – ведущий специалист по системе анализа зоны покрытия Agilent (drive test). В качестве ведущего технического консультанта входит в группу по работе с клиентами аэрокосмической отрасли, оказывает техническую поддержку клиентам из образовательных учреждений.

Увлечения – английская литература в оригинале, велосипед и рукоделие.



Татьяна Александровна СЕНИНА,
ведущий технический консультант Agilent Technologies

Родился в 1974 г. в Хабаровске. В 1994 г. с отличием окончил физический факультет Новосибирского государственного университета. До 2003 г. занимался телекоммуникационными проектами во Владивостокском университете экономики и сервиса, в системном интеграторе «ЛАНИТ Дальний Восток».

С 2003 г. – в «АМТ-ГРУП», с 2004 г. – руководитель направления корпоративных систем связи и унифицированных коммуникаций.

Руководил разработкой технического решения для ситуационного центра Московского метрополитена и колонн экстренного вызова. С 2003 г. – главный инженер комплекса проектов по внедрению IP-телефонии и унифицированных коммуникаций на Уральском оптико-механическом заводе. В настоящее время руководит проектом IP FORUM разработки «АМТ-ГРУП» для организации селекторных совещаний в сетях IP-телефонии.

Хобби – составление путеводителей.



Максим МАМАЕВ,

руководитель направления корпоративных систем связи и унифицированных коммуникаций «АМТ-ГРУП»



Михаил ГРЕБЕННИКОВ,
директор по продажам систем бесперебойного питания Delta Energy Systems, Russia

Родился 15 марта 1970 г. В юности на профессиональном уровне занимался спортом: в 1986–1988 гг. – голкипер юношеской сборной России по водному поло. В 1988–1989 г. проходил срочную службу в Погранвойсках СССР.

В 1993 г. окончил факультет автоматики и электромеханики Нижегородского технического университета. В 1997 г. получил диплом Всероссийской академии внешней торговли по специальности «экономист-международник».

В 1993–2001 гг. работал в Департаменте ВЭС и ресурсов администрации Нижегородской области, где занимался созданием ряда региональных ИТ-проектов. С 2001 по 2006 г. – торговый представитель финских компаний Kaukomarkkinat и Tescomen в СНГ.

В ноябре 2006 г. назначен директором по продажам систем бесперебойного питания Delta Energy Systems, Russia.

Женат, воспитывает дочь.



Денис Лобанов

Неслучайный результат

Его Величество Случай помогает не каждому, а лишь тем, кто не боится перемен и готов меняться вместе с ними.

Д. Лобанов, гендиректор ОАО «Комкор» (бренд «АКАДО Телеком»), в жизни которого было немало случайностей, убежден, что каждая из них в конечном счете помогала получить Результат.

→ Досье «ИКС»

Денис ЛОБАНОВ родился 22 апреля 1969 г., закончил МГТУ им. Н.Э. Баумана, аспирантуру при Государственной академии приборостроения и информатики. Кандидат технических наук. До прихода в «Комкор» работал заместителем гендиректора по коммерческой деятельности ОАО «МГТС».

Когда впервые вмешался случай

Денис Лобанов родился в подмосковном Жуковском, центре проектирования и испытаний самолетов, в семье работников авиационной промышленности. Мама работала техником в подразделении ЦАГИ, занимавшемся системами автоматического управления приводных гидравлических машин, папа служил на одном из военных заводов.

Окончив школу с серебряной медалью, Денис поступил в 1986 г. на факультет приборостроения МГТУ им. Н.Э. Баумана. Но тут в его судьбу впервые вмешался случай, причем случай беспрецедентный: студентов его курса призвали в армию. Такого в уважаемом вузе не было даже в суровые военные годы. Так со студенческой скамьи Д. Лобанов попал на срочную службу в войска ПВО.

Именно этот эпизод своей биографии Денис Лобанов не без иронии называет самым ярким впечат-

лением юности. «В армии для меня тяжелее всего было постоянно находиться в коллективе людей, который я не мог изменить, — вспоминает он и тут же добавляет: — все остальное ерунда».

В институт Денис вернулся в 1989 г., с началом перестройки, которая затронула и вуз. Изменились название факультета и его учебная программа, другой стала и специальность Лобанова — «системы автоматизированного управления».

«Нам давали математический аппарат и на разных примерах — системах автопилота или наведения ракет — учили реализовывать теоретические принципы», — рассказывает Денис. Из институтских стен он вынес умение системно подходить к решению задач, что очень пригодилось потом в работе.

ГАИ по воле случая

Куда лежал путь молодого специалиста от порога alma mater в начале 90-х? На этот раз случай Денису помог: в институт пришло приглашение из НИЦ ГАИ, где тогда началась разработка автоматизированной информационной поисковой системы «Розыск». Поскольку заниматься программированием ему нравилось, а необходимость носить погоны не смущала, Денис приглашение принял.

Бичом тех лет был угон машин, которые переправлялись в другой регион и там спокойно регистрировались. Для того чтобы перело-

→ Беседа по случаю

— **Что для вас успех?**

— По-моему, успех — это чувство внутреннего комфорта, которое ты испытываешь, когда делаешь то, что тебе нравится. Скажем, тема моей кандидатской не имеет отношения ни к ГАИ, ни к связи. Однако мне хотелось защитить диссертацию именно по той теме, которая мне была интересна. Проблема была открыта, у меня был материал, наработанный еще в институте. В итоге удалось защитить диссертацию и получить удовлетворение от работы.

— **А как вы относитесь к бизнес-образованию?**

— Я сейчас как раз его получаю и лишний раз убедился, что оно хорошо для тех, у кого за плечами опыт. Самое интересное в обучении MBA — обмен опытом и структурирование этой информации.

— **Коммерческая жилка у вас врожденная?**

— Я считаю, что особой коммерческой жилки у меня нет, и потому долгое время сознательно избегал занятий коммерцией. Мне ближе и понятнее были наука, техника, конструирование.

В коммерческой деятельности достигать хороших результатов мне всегда помогают люди, которые работают рядом со мной.



...солдат, даже
не мечтающий
стать
директором
«Комкора»

мать ситуацию, МВД поставило перед НИЦ ГАИ задачу – обеспечить при регистрации возможность проверки автомобиля на предмет угона. Денис присоединился к разработке «Розыска» еще на этапе формулировки задачи, а затем занимался внедрением системы по всей России.

Неслучайная связь

В связи Денис Лобанов с 1997 г. – когда перешел на работу в МГТС. Сегодня этот шаг он считает знакомым: «Первые девять месяцев в инспекции МГТС были для меня полны открытий. Я ходил на работу, как в библиотеку: узнавал много нового, знакомился и общался с интересными и умными людьми». В МГТС Лобанову пришлось столкнуться с огромным потоком информации, вот тут-то и пригодилось умение структурировать информацию, полученное в студенческие годы. Поэтому, войдя в курс дела, начал работать на результат. Вскоре Денису поступило предложение возглавить создаваемый в МГТС отдел межоператорских отношений. Его он тоже относит к стечению обстоятельств. Однако на этот раз с ним трудно согласиться. Очевидно, что в действие вступил закон диалектического материализма: количество достигнутых положительных результатов перешло в качество и вывело Дениса на новый профессиональный уровень.

Следующим этапом карьеры стала работа в сфере маркетинга и обслуживания клиентов. Руководство компании ее оценило, назначив Д. Лобанова коммерческим директором МГТС. В 2007 г. компания добилась хороших финансовых результатов, в чем, конечно, и заслуга Дениса Лобанова. Успехи Д. Лобанова заметили в «Комкоре» и предложили возглавить компанию.

Сегодня амбициозную задачу – сделать «АКАДО Телеком» (под таким брендом теперь работает ОАО «Комкор») лидером во всех сегментах столичного телекоммуникационного рынка – он воспринимает как свою личную и не рассчитывает на случай.

→ Беседа по случаю

– Вы их или они вас вдохновляют?

– По-моему, роль руководителя состоит в том, чтобы обеспечить сотрудников необходимыми ресурсами, правильно поставить перед ними задачу, а потом проконтролировать ее выполнение. Ну и, конечно, не давать в обиду. Поверьте, что, ничего не дав людям, добиться от них каких-то результатов можно только на короткий период.

– С какими людьми вам комфортно работать?

– С теми, у кого есть характер и свое мнение, кто думает, кто хочет участвовать в процессе и участвует в нем. В идеале это должны быть люди, которые значительно сильнее меня, тогда мне хочется за ними тянуться.

– Что приносит вам удовлетворение?

– Когда комфортно и мне, и всем тем, кто рядом. А так бывает только, если добился результата, успешно выполнил свою работу и при этом душой не покривил.

– Легко ли вы воспринимаете перемены?

– В детстве и юности относился к ним очень болезненно. Выезд из родного города был для меня событием, к которому я готовился заранее. Сейчас я считаю себя адаптивным. Если бы сегодня мне сказали, что через час нужно лететь в командировку, я бы ответил: «Я готов, только предупреджу домашних». Жизненный опыт подсказывает, что перемены неизбежны и постоянны, поэтому болезненные моменты сгладились. Сегодня мне даже нравится жить в предвкушении нового и неизвестного.

– Как вы проводите свой досуг?

– Если бы у меня появилось свободное время, я бы с удовольствием играл в бадминтон и читал книги об авиации. Мне очень интересно изучать авиастроение с точки зрения его эволюции.



Первые пробы
делового стиля

– Каким вы хотели бы видеть себя в будущем?

– Живым, здоровым, рядом со своими близкими людьми. Человеком, который имеет свободное время и может заниматься любимым делом.

Беседовала Александра КРЫЛОВА

Нет пределов для доступа!

Хорошо спланированный сетевой доступ
дает результаты

RAD Data Communications предлагает широкий спектр инновационных решений сетевого доступа, отвечающих технологическим и коммерческим потребностям провайдеров, операторов связи и предприятий в следующих сферах применения:

- **Ethernet-доступ операторского класса**
- **Сети сотовой связи**
- **Мультисервисный доступ**
- **Оптимизация голосового трафика**
- **Отраслевые решения для транспортных и ведомственных сетей**

Для более точного планирования сетевого доступа можно скачать каталог RAD по адресу
www.rad.ru www.rad.com



data communications
Innovative Access Solutions

E-mail info_russia@rad.ru

ТТК обзавелся собственным триколором

Новый бренд ТТК, который, по расчетам компании, должен принести «ТрансТелеКому» удачу в освоении розничных рынков услуг связи и широкополосного доступа в Интернет, выведен в свет в конце мая.

Как сообщил на посвященной этому событию пресс-конференции Ф. Крупянский, вице-президент ТТК по маркетингу, разработкой нового бренда (логотипа, образов, позиционирования, брендбука, регламентирующих документов) в течение 10 месяцев занималась команда международного рекламного агентства Yourbrand. Инвестиции в ребрендинг составили более \$500 тыс.

Президент ТТК С. Липатов отметил, что ребрендинг – часть новой стратегии компании на 2008–2015 гг. В частности, розничная стратегия предусматривает развертывание более 30 тыс. км домовых сетей в 120 городах России (уже в нынешнем году – в 55 городах с техническим охватом не менее 450 тыс. домохозяйств), причем не только за счет строительства, но и за счет покупки региональных компаний.



Руководство ТТК под новым триколором

«Яркий, необычный, динамичный, радостный» – так характеризуют свой «триколор с двумя плюсами» руководители «ТрансТелеКома». «Я влюблен в наш новый бренд!» – публично признался А. Семин-Вадов, первый вице-президент ТТК по коммерческой деятельности. Споры нет, три ярких цвета радуги действительно радуют. А вот «плюсы» неочевидны: у кого-то из журналистов, принимавших участие в пресс-конференции, оранжевый «+» вызвал ассоциацию с «Красным крестом» и скорой помощью, у кого-то – со Швейцарией... В любом случае неоднозначность лучше, чем скука.

www.transtk.ru

24 млн абонентов

– сертификат на использование в сетях с такой максимальной емкостью получила ACP PETER-SERVICE BIS, предназначенная для автоматизации деятельности операторов как мобильной

(GSM, CDMA), так и фиксированной связи, а также операторов, одновременно эксплуатирующих несколько сетей. Предыдущая версия решения «Петер-Сервиса» была сертифицирована на сети емкостью не более 16 млн абонентов.

www.billing.ru

«Евросеть» запустила SIP-телефонию

К этому ритейлера подтолкнула логика развития его направления телекоммуникационных услуг. Проект в области IP-телефонии «Евросеть» развивает с лета 2005 г. К концу 2007 г. доступом к услугам МГ/МН-связи, а также коммутируемым доступом в Интернет воспользовалось более 500 тыс. человек из 15 российских городов. По сравнению с 2006 г. выручка от этих услуг в 2007 г. выросла на 139% и достигла \$24 млн.

Запуская услугу SIP-телефонии, ритейлер рассчитывает на дальнейший рост выручки – до \$45–50 млн, а также на распространение географии своих услуг IP- и SIP-телефонии еще на 10 городов России.

При этом, по словам президента компании А. Чуйкина, было сделано все, чтобы услуга стала понятной массовому пользователю: разработано коробочное решение – набор из USB-те-

лефона и подарочной универсальной карты «Евросеть» номиналом 50 руб. Подключив телефон к компьютеру, установив интернет-соединение и активировав карту на сайте «Евросети», можно звонить в любой уголок земного шара по цене за минуту, выгодно отличающейся от предложений как сотовых операторов, так и операторов дальней связи.

Наиболее продвинутые и экономные пользователи вместо USB-телефона могут прибегнуть к веб-софтфону, размещенному на сайте ритейлера, а также свободно скачиваемому ПО для установки на ПК/ноутбуке и в памяти USB-терминала/флэш-карты.

Инвестиции в техническую часть проекта составили около \$1,5 млн, еще \$0,5 млн компании потребуется для реализации видеотелефонии.

www.euroset.ru

Кадровые назначения

Министерство связи и массовых коммуникаций РФ
Игорь ЩЕГОЛЕВ назначен министром.

Администрация Президента РФ
Леонид РЕЙМАН назначен советником по вопросам ИТ и микроэлектроники.

Правительственная комиссия по федеральной связи и информационным технологиям
Игорь ЩЕГОЛЕВ назначен председателем.

Госдума РФ
Ольга УСКОВА включена в Совет по науке, наукоёмким технологиям и инновационному развитию.

АФК «Система»
Леонид МЕЛАМЕД назначен президентом.

МТС
Михаил ШАМОЛИН назначен президентом.

«Комстар-ОТС»
Виктор ШМЫТИНСКИЙ назначен директором Санкт-Петербургского филиала.

«Украинские радиосистемы»
Александр БАРИНОВ назначен гендиректором.

«Арментел»
Нейчо ВЕЛИЧКОВ назначен гендиректором.

Huawei Technologies
Виктор ЧАРАЕВ назначен директором представительства в Поволжье.

«ТехноСерв А/С»
Борис БОРОДЯНСКИЙ назначен директором департамента развития бизнеса в СНГ.

«Открытые Технологии»
Юлия ПОДКОПАЕВА назначена директором по маркетингу.

Alcatel-Lucent
Александр ТИХОНОВ назначен вице-президентом по России и СНГ.

HP
Руди КОЗАК назначен гендиректором в странах СНГ.

3Com
Роберт МАО назначен главным исполнительным директором.
Рон СЕГЕ назначен президентом и главным директором по операциям.

Sun Microsystems
Марина ТЫЩЕНКО назначена директором по продажам в России.

SAP
Александр НИЧИПОРЕНКО назначен директором сектора энергетики в странах СНГ.



МБА

«Сибирьтелеком», приобретя 50% акций оператора «Новоком» (Новосибирская область), довела свою долю в нем до 100%.

«ЦентрТелеком» заявил о намерении продать принадлежащие ему 5,17% уставного капитала компании «Комсет».

«Tele2 Россия» купила 100% акций оператора «Адыгейская сотовая связь».

«Синтерра» приобрела 51% акций компании «Спутниковые Телекоммуникационные и Информационные системы».

«Арктел» вошел в «Холдинговую компанию «Росвებ Телеком».

Консалтинговая компания **PIK-KON** вошла в состав группы компаний **ARBYTE**.

IBM купила **Diligent Technologies**, разработчика средств оптимизации хранения данных в ЦОДах.

Cozac, подразделение **APC Wireless**, приобрело недавно обанкротившегося **MVNO Movida**.

Comtech Telecommunications Corporation заключила обязывающее соглашение о приобретении **Radyne Corporation**, производителя спутникового оборудования.

Oracle заключила соглашение о приобретении **AdminServer**, компании-разработчика ПО для администрирования страховых полисов.

Cisco купила компанию **Nuova Systems**, специализирующуюся на продуктах для ЦОДов.

Sony приобрела компанию **Gracenote**, разработчика решений для онлайн-музыкальных сервисов.

ЕЩЕ БОЛЬШЕ НА
www.iksmedia.ru



FON делится сетью с «Комстаром»

До конца этого года первые 15 тыс. пользователей безлимитного широкополосного доступа в Интернет от «Стрим» получат возможность войти в единую сеть Wi-Fi испанской компании FON Wireless, насчитывающую 800 тыс. хот-спотов по всему миру.

Заклучив соглашение с FON Wireless, «Комстар-ОТС» встает в один ряд с такими ее соорганизаторами, как British Telecom и Time Warner Cable. Среди инвесторов FON – Google, British Telecom, Skype и венчурный фонд Coral/Sistema Strategic Fund, контролируемый АФК «Система».

Капитальные затраты для «Комстара» близки к нулю, поскольку, поясняет президент компании С. Приданцев, требуется лишь стыковка технологических платформ, а операционные затраты определяются стоимостью закупаемых маршрутизаторов.

La Fonera, распространяемых среди абонентов (с января 2009 г. планируется

установить арендную плату 30 руб./месяц). Взяв в аренду маршрутизатор, который подключается к ADSL- или другому интернет-каналу, абонент получает бесплатный доступ в Интернет с любых Wi-Fi-устройств в любой точке, где присутствует FON. За счет повышения лояльности пользователей ожидается рост трафика и соответственно ARPU.

Все это касается Москвы, которая, по словам А. Горбунова, вице-президента по стратегии и развитию «Комстар-ОТС», станет полигоном для испытания сети.

Подключение к FON регионов возможно через полтора-два года.

www.comstar-uts.ru
www.fon.com



А. Горбунов: «За три года нам предстоит установить в Москве 30 тыс. точек доступа Wi-Fi, в течение 5 лет – 200 тыс.»

Собрать компьютер может и школьник

В Москве состоялся финал Всероссийской олимпиады по сетевым технологиям среди школьников в рамках национального проекта «Образование». Цель – выявить и поддержать талантливую молодежь, ориентированную на будущую профессиональную деятельность в области ИТ-технологий.

Для участия в соревнованиях зарегистрировались 220 учащихся из 17 образовательных учреждений в возрасте от 14 до 18 лет. Онлайн-выборочный тур окружной олимпиады успешно прошли 155 человек. В финал Всероссийской олимпиады вышли 30 школьников. Соревнования включали в себя три практических

заданий: собрать компьютер, устранить неисправности операционной системы и построить беспроводную сеть, по которой продемонстрировать передачу голоса и видео. Трех победителям вручили гранты Министерства образования и науки РФ (сертификаты на получение 60 тыс. руб.) и персональные компьютеры от партнера мероприятия, «АКАДО Телеком» (ОАО «Комкор»). Эта компания уже давно сотрудничает с образовательными структурами Москвы. Она организовала высокоскоростной доступ в Интернет для 2 тыс. учреждений Департамента образования, в числе которых более 80% столичных школ.

www.akado-telecom.ru

Решения под ключ для телерадиовещания и производства программ

Аппаратно-программный комплекс технологических решений, построенный на оборудовании ведущих мировых производителей (**Evertz, Tektronix, Tandberg, Barco** и **Сeалтек**), позволяет решать широкий спектр задач автоматизации цифрового телевизионного и звукового вещания при построении студийных комплексов и сетей любой сложности.

Контакты: ЗАО «СЕАЛТЕК», <http://www.sealtek.ru>, тел./факс: +7 (495) 221 8775

Петербург – колыбель российского 3G

МТС запустила в коммерческую эксплуатацию сеть 3G, вслед за «Скай Линком» и «МегаФоном» начав освоение технологий нового поколения с Санкт-Петербурга. Приоритетность к колыбели трех революций объясняется совпадением двух факторов: наличием частот и стратегическим значением города для развития коммуникаций в ре-

гионе. Технически готовы к коммерческой работе сети 3G в Казани, Сочи и Екатеринбурге. Все четыре сети построены на оборудовании и при содействии компании Ericsson. До конца года МТС планирует запустить 3G еще в десятке городов страны.

www.mts.ru
www.ericsson.com

Россия встраивается в ГРИД

Сегодня многие страны переходят от создания отдельных суперкомпьютеров к построению сетей высокопроизводительных вычислений на основе географически-распределенного доступа (ГРИД). Среди государств, использующих и развивающих инфраструктуры ГРИД, – страны Евросоюза, США, Япония, Бразилия, КНР. Теперь этот список пополнила и Россия.

По заказу Мининформсвязи в НИИРе на базе оборудования Sun Microsystems с помощью компании «Инфосистемы Джет» открыт центр компетенции по высокопроизводительным вычислениям. По замыслу разработчиков, недавно запущенный в НИИРе суперкомпьютер с пиковой производительностью 3 Тфлопс (входит в десятку самых мощных вычислительных центров России) станет опорным пунктом создаваемой в России национальной ГРИД-инфраструктуры.

Как отметил В. Бутенко, гендиректор ФГУП НИИР, сегодня суперкомпьютер

используется в первую очередь для решения задач, выполняемых по поручению Россвязи и связанных с конверсией РЧС, с планированием радиочастот для внедрения на территории РФ цифрового телерадиовещания, с расчетами ЭМС радиосредств на границах РФ. «Мы предполагаем, что основным нашим заказчи-

ком и в дальнейшем останется Россвязь, – сказал В. Бутенко. – Хотя в перспективе заказчики могут быть не только из телекоммуникаций, но и из других отраслей экономики. Это, в частности, Роскосмос, Минтранс, академические институты РАН и др. Кроме того, свободные емкости планируется использовать на коммерческой основе».

Свободных емкостей пока что предостаточно: в настоящее время центр загружен примерно на 30%.

www.niir.ru
www.sun.ru
www.jet.msk.su



П. Анни (Sun Microsystems) и В. Бутенко у входа в ядро российской ГРИД-инфраструктуры

Селяне будут выходить в Интернет

через Village Connection Internet Kiosk

Такую возможность, помимо голосовой связи и обмена SMS, добавила в свое решение Village Connection компания Nokia Siemens Networks. Интернет-киоск будет подключаться по каналам транспортной IP-сети. Village Connection Internet Kiosk также поддерживает бизнес-модель совместного доступа, подобную моделям интернет-кафе в городах. Сетевая архитектура дает возможность осуществлять управление аба-

нентами на локальном уровне. Операторы могут в каждой деревне нанимать местных жителей для управления доступом. Или же местные предприниматели могут действовать в качестве мелких предприятий вместе с операторами. Оба варианта позволяют значительно снизить капитальные и эксплуатационные затраты по сравнению с традиционным управлением сетями.

www.nokiasiemensnetworks.com

Кбайт фактов

ЮТК завершила развертывание сети таксофонов универсального обслуживания на территории ЮФО. Всего установлено 8397 таксофонов в 10 регионах округа.

«Ростелеком» предоставил «Белтелекому» доступ к российскому сегменту Интернета на скорости 2 Гбит/с.

Количество абонентов **МТС** в Узбекистане достигло 4 млн, а в Туркменистане – более 0,5 млн.

«ВымпелКом» получил свидетельство **Роспатента** о признании товарного знака «Билайн» общеизвестным в РФ.

«МегаФон» для детского тарифного плана запустил специализированный портал «Смешарики», содержащий брендированный контент. Разработчик портала – **i-Free**.

«Скай Линк» в Санкт-Петербурге запустил в коммерческую эксплуатацию пять новых каналов мобильного телевидения («Юмор ТВ», «Региональное ТВ», «Мюзик Бокс ТВ», «Мюзик Бокс Ру» и РБК ТВ). Плата взимается за каждое подключение к ТВ-каналу.

«Комстар-ОТС» предоставил номерную емкость и услуги телефонии Национальному центру управления в кризисных ситуациях МЧС России.

Выручка «Стрим-ТВ» в I квартале 2008 г. выросла на 50% (до \$28,2 млн) по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Абонентская база достигла 1,91 млн пользователей, ARPU абонентов ШПД – \$16,3, кабельного ТВ – \$4,9.

«Гарс Телеком» приобрел блок адресов IPv6 для реализации тестового сегмента сети с возможностью взаимодействия с другими провайдерами.





Больше, чем Вы ожидаете

Новые офисные IP-АТС Panasonic серии TDE – это многофункциональные АТС для организации телефонной сети на базе современных технологий IP-телефонии. Поддержка основных протоколов IP-телефонии (SIP, H.323) дает возможность построения распределенных телефонных сетей с единым планом нумерации, а также увеличения емкости системы за счет SIP- или IP-телефонов. СТИ интеграция и встроенный модуль голосовой почты позволяют Вам более эффективно организовывать бизнес-процессы в Вашей компании, а также повысить качество обслуживания клиентов. Офисные IP-АТС Panasonic серии TDE – это больше возможностей для Вашего бизнеса в настоящем и в будущем.

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ТЕХНИЧЕСКИЕ ЦЕНТРЫ ПО АТС PANASONIC

ЕКАТЕРИНБУРГ: Связь-Сети (343) 216-25-00 | **МОСКВА:** Альвис-сети (495) 795-39-55, Виктел (495) 258-56-55, МХМ (495) 290-66-90, Солярис (495) 788-89-01 | **САНКТ-ПЕТЕРБУРГ:** МТ техно (812) 331-77-80
ЧЕЛЯБИНСК: Астром Сервис (351) 796-32-89

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТЕХНИЧЕСКИЕ ЦЕНТРЫ ПО АТС PANASONIC

БАРНАУЛ: Галэкс (3852) 65-38-01 | **ВЛАДИВОСТОК:** Находка Телеком (4232) 26-61-95 | **ЕКАТЕРИНБУРГ:** Альфа-Телеком (343) 222-05-07, Интерком Урал (343) 375-78-87 | **ИЖЕВСК:** Аннота (3412) 43-10-42 | **КАЗАНЬ:** Кори (843) 295-22-22 | **КАЛИНИНГРАД:** Академия-97 (4012) 77-70-97 | **КРАСНОДАР:** Виктел-Краснодар (861) 279-11-58 | **КРАСНОЯРСК:** Виктел-Красноярск (3912) 76-77-57, СТБ (3912) 52-24-22 | **МОСКВА:** Вэд Телеком (495) 937-32-97, Комбета (495) 795-30-95, Merlion System Solutions (495) 981-84-84 | **НИЖНИЙ НОВГОРОД:** Интерком НН (8312) 74-00-00, МХМ (8312) 30-40-80, Дэлос (8312) 73-76-70 | **НОВОСИБИРСК:** ТД Реал (383) 223-34-54, Тест (383) 210-60-10 | **ОМСК:** Компания «Новый Телефон» (3812) 53-45-61 | **ПЕРМЬ:** Астром-Связь Пермь (342) 236-76-76, Кодар-Сервис (342) 219-60-60, Ранат (342) 212-00-87 | **ПЕТРОЗАВОДСК:** Виктел-Петрозаводск (Джаспер) (8142) 76-84-28 | **РОСТОВ-НА-ДОНУ:** Вольта (863) 262-46-78, ГК «Системы связи» (863) 237-74-44 | **САМАРА:** Виктел-Самара (846) 270-54-54 | **САНКТ-ПЕТЕРБУРГ:** РОСТ-СПб (812) 320-28-68 | **УФА:** Ассорти (347) 255-75-75, Астром-Уфа (347) 291-21-89 | **МИНСК:** Связьтехника (375-17) 284-69-04, Свет Телеком (017) 214-87-62

www.panasonic.ru

Информационный Центр Panasonic: для Москвы (495) 725-05-65, для регионов РФ 8-800-200-21-00 (звонок бесплатный)



IP-АТС Panasonic KX-TDE 100
системный IP-телефон KX-NT366

OCS открыла центр решений EMC

Это тот редкий случай, когда вендор (EMC поставляет решения в области управления информацией) создает свой действующий стенд на базе дистриьютора (OCS специализируется на проектной и вольюмной дистрибуции).

В центре решений OCS установлен катастрофоустойчивый программно-аппаратный комплекс, состоящий из двух комплектов оборудования. Каждый комплект включает в себя систему хранения данных EMC CLARiiON CX3-40, хранилище данных Celerra, коммутаторы EMC и Cisco, серверную ферму на базе технологий Fujitsu-Siemens и Sun Microsystems, инфраструктурное ПО EMC и VMware.

В центре партнеры EMC могут проверить работоспособность решения, протестировать приложения на быстроедействие, отказоустойчивость и другие параметры, в том числе посредством уда-

ленного доступа, собрать пилотные проекты и т.д. Во время тестирования специалисты компаний-партнеров могут пройти обучение по обслуживанию системы.

OCS позиционирует себя как Value Add Distributor, поэтому региональным партнерам компании иметь специализированное оборудование необязательно – эту нагрузку, как и предоставление компетенций, полученных в результате реализации аналогичных решений, OCS берет на себя. Работа через партнеров, поясняет О. Кириллов, эксперт сервисного центра OCS по оборудованию EMC, обеспечивает независимость результатов тестирования.

OCS вложила в центр решений EMC \$200 тыс. – это только стоимость оборудования,

предоставленного EMC по специальным ценам.



О. Кириллов: «Мы работаем только через партнеров»

www.ocs.ru,
www.emc.com

Italtel и «АМТ-ГРУП» предпочитают крупных клиентов

Italtel и «АМТ-ГРУП» подписали соглашение о совместном продвижении, внедрении и поддержке NGN-решений на базе мультисервисной платформы Italtel iMSS. Ранее Italtel, объем экспортных поставок которой в Россию за 2007 г. вырос на 20%, использовала практику прямых продаж.

В основе сотрудничества Italtel с любой компанией, по словам Д. Ди'Либера, генерального менеджера по России Italtel S.p.A, лежит одинаковое понимание сегментирования рынка, ориентация на крупных операторов и корпоративных клиентов. Впрочем, все, что есть в портфеле Italtel для корпора-

тивного рынка, могут использовать малые и средние предприятия, а также домашние пользователи.

Линейка продуктов Italtel, которые будет продвигать «АМТ-ГРУП», включает в себя услуги широкополосного доступа, голосовую связь по IP для крупных корпоративных клиентов и т.д. Все решения итальянской компании базируются на архитектуре NGN и iMSS. Сети на основе Italtel iMSS позволяют операторам связи и крупным компаниям предоставлять мультимедийные конвергентные услуги следующего поколения (NGS): передачу голоса, видео и



А. Маньковский, президент «АМТ-ГРУП»: «Сегодня Italtel выбрала нас»

данных по IP, приложения Unified Messaging.

У партнеров амбициозные планы: за первый год совместной работы Italtel и «АМТ-ГРУП» намерены заключить долгосрочные соглашения еще с двумя крупными операторами и одним корпоративным клиентом.

www.amt.ru
www.italtel.com

Кбайт фактов

IskraTEL, расширяя сотрудничество с компанией **CounterPath** (Канада), включает в свой продуктовый портфель ее ПО и мобильные продукты VoIP. В частности, в SI3000 будут интегрированы мультимедийные софтофоны и решения для конференц-связи.

Компания «ЭРРИ+» (концерн «Гудвин»), запустив автомат установки компонентов Samsung SM-321, увеличила производительность автоматической сборочной линии в 3 раза.

ГК «Тетрасвязь» подписала соглашение с **Sepura**, производителем оборудования TETRA, в рамках которого в июле 2008 г. в Россию будет поставлено порядка 3 тыс. возимых и носимых терминалов последнего поколения для TETRA-сети в Нижегородской области.

«ДиалогНаука» заключила госконтракт на поставку антивирусного ПО Dr.Web для вычислительной техники общего пользования Министерства обороны.

INFON разработал WAP-портал для проекта «Мобильная мама», реализованного «ВымпелКомом» совместно с «Проктер энд Гэмбл».

Vemobi создаст для ФЦП «Русский язык» портал, который будет выполнять функции информационного сопровождения ФЦП и интегрированного веб-пространства корпоративного взаимодействия ее исполнителей.

«ЭР-Телеком Холдинг» во всех городах своего присутствия начал продажу услуг через дилеров – магазины бытовой техники, компьютеров, салоны сотовой связи, а также через веб-сайты.

Huawei Technologies и австралийский оператор **Optus** открыли в Сиднее Инновационный центр мобильной связи, что, как ожидается, привлечет в отрасль связи Австралии миллиардные инвестиции.



ВЫ НЕ МОЖЕТЕ БЫТЬ ЧАСТЬЮ СИСТЕМЫ, ЕСЛИ ОТСУТСТВУЕТ ВЗАИМОСВЯЗЬ.

Быть частью системы – значит иметь доступ ко всем ее ресурсам. Вот для чего нужны решения IBM WebSphere. С их помощью можно развернуть сервис-ориентированную архитектуру на базе существующих процессов, что способствует достижению стратегически важных для бизнеса целей. Решения WebSphere позволят задействовать уже установленные приложения и экономить средства за счет устранения избыточности системы. Взаимосвязь налажена.



WebSphere

Подробнее на ibm.com/software/connect/ru

«Скай Линк» наращивает скорость

Компания «Скай Линк» объявила о вводе в коммерческую эксплуатацию в Москве и Санкт-Петербурге технологии CDMA2000 1x EV-DO Rev.A, обеспечивающей передачу данных с пиковой скоростью до 3,1 Мбит/с в прямом канале и до 1,8 Мбит/с в обратном. Реальные скорости, на которых пользователи устройств с поддержкой EV-DO Rev.A в Москве и Санкт-Петербурге смогут смотреть мобильное ТВ, получать доступ к своим блогам и интернет-дневникам, составят около 600–700 кбит/с. (С января 2008 г. в офисах продаж оператора продаются коммуникатор и три модема EV-DO Rev.A.)

Коммерческая эксплуатация Rev.A позволит оператору увеличить долю доходов от мобильной передачи данных в общем объеме доходов с 29% (в конце 2007 г.) до 50% к концу 2008 г. Компании, по словам

ее гендиректора Г. Хасьяновой, уже в апреле удалось выйти на 40%. Благодаря внедрению EV-DO Rev.A, доходы «Скай Линка» от передачи данных возрастут на 15–20%.

Дальнейшему росту трафика данных в сети должны способствовать новые сервисы и коробочное решение услуги «Видеонаблюдение», выход которых ожидается летом. Именно на продвижении сервисов, пользоваться которыми с запуском EV-DO Rev.A станет удобнее, будет фокусироваться оператор. При этом увеличивать стоимость 1 Мбайт данных или вводить специальные тарифы не планируется. По мере роста потребления новых сервисов оператор собирается и вовсе перейти от мегабайтной тарификации к поминутной.

www.skylink.ru

Основное направление роста – Россия

– объявила Oracle на Oracle AppsForum 2008. Основания у программного гиганта включить Россию в число стран первого приоритета есть: за последние семь лет оборот по бизнес-приложениям Oracle в регионе вырос в 13 раз, число клиентов – в 20 раз, количество консультантов увеличилось в 30 раз. Россия стала первой из стран БРИК (Бразилия, Россия, Индия, Китай), где Oracle анонсировала свою стратегию для этих растущих эко-

номик. В основе стратегии – предоставление полного комплекса решений для удовлетворения постоянно растущих ИТ-потребностей предприятий. Развивать продуктивное семейство Oracle продолжит за счет как собственных разработок, так и приобретений компаний-лидеров в своих сегментах. Также планируется расширять границы локализации продуктов, как функциональные, так и географические (Россия + страны СНГ).



Дж. Андерсен (Oracle): «По скорости роста ИТ-рынка Россия лидирует среди стран БРИК и сохранит свое лидерство в 2008–2009 гг.»

www.oracle.com

Кбайт фактов

«Раском» модернизировала свою международную сеть, установив во Франкфурте мультиплексор уровня OME 6500 MSPP производства **Nortel Networks**. Теперь в направлении Франкфурта компания может организовывать Ethernet-каналы с пропускной способностью до 8 Гбит/с.

Спутниковый оператор **HeliosNet** открыл представительство в Узбекистане.

Dell со II квартала 2008 г. начнет встраивать в ноутбуки модули мобильной широкополосной связи HSPA от **Ericsson**.

British Telecom и **Siemens** начали продажу совместного решения в области конвертированных коммуникаций для транснациональных компаний, включающего в себя пакет коммуникационных приложений Siemens OpenScale, услуги OpenScale и MPLS-сеть от BT.

Производитель сетевых хранилищ **Thecus** (дистрибьютор в России – «Тайле») выпустил для устройств N5200 и N5200PRO ПО, позволяющее использовать сетевое хранилище в качестве веб-сервера. Модуль можно бесплатно скачать на сайте производителя.

По итогам 2007 г. **CompuTel** заняла первое место в России по объему продаж структурированных кабельных систем **Panduit**.

ЕЩЕ БОЛЬШЕ НА
www.iksmedia.ru



ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ ОПЕРАТОРОВ СВЯЗИ

PLATEX
ACP Platex® - биллинговая система высшего функционального уровня.

OSS PLATEX
OSS Platex® - автоматизация бизнес-процессов операторов связи:
Документооборот, Учет оборудования, Мониторинг сети, Складской учет основных средств, Call Center

<http://www.inotechgroup.ru>

тел. (812) 315 46 68, (812) 314 76 94

ЦОД: маленький, зато свой

Центры обработки данных – модная нынче тема. Причем мода на ЦОДы уже пошла в массы: дата-центры стали принадлежностью бизнеса довольно средних по размерам компаний.

О необходимости информатизации и компьютеризации деятельности бизнеса и государственных учреждений у нас говорят уже давно. Правда, применительно к госструктурам со всех трибун звучат слова о большой (огромной, катастрофической и т.д.) нехватке этой информатизации. На ликвидацию дефицита направлены немалые бюджетные деньги и национальная программа «Электронная Россия». Бизнес со своей информатизацией разбирается сам, причем с гораздо большим КПД.

Даже в тех компаниях, основная деятельность которых не связана с информационными технологиями, объемы обрабатываемых данных достигли таких величин, что обычные серверы с ними уже не справляются, и встает вопрос о создании ЦОДа. Во всяком случае, представители именно таких, «непрофильных», компаний, имеющих свои дата-центры, составляли немалую часть докладчиков на форуме «Центры обработки данных-2008».

Мал золотник...

ЦОДы таких компаний, как правило, невелики и занимают помещения площадью 80, 60, 30 и даже 20 кв. м. Конечно, «корифеи жанра» скажут, что при таких размерах это вовсе не ЦОД, а серверная комната. Но не будем цепляться к словам, а попробуем разобраться в сути явления. Практически все создатели мини-ЦОДов стараются строить их если не по всем правилам, то хотя бы по тем из них, которые они могут себе позволить соблюдать в рамках имеющегося бюджета, не забывая при этом о требованиях бизнеса. И результат зачастую не хуже, чем у «больших».

А иногда эти маленькие ЦОДы получаются в чем-то даже передовыми. Многие ли крупные дата-центры в России могут похвастаться водяной системой охлаждения? А в скромном ЦОДе пивоваренной компании «Балтика» она есть (правда, только в одной серверной комнате). Как рас-

сказал И. Тамбовцев, руководитель отдела развития информационной инфраструктуры «Балтики», к своему дата-центру компания шла фактически 10 лет. Начинали в 1997 г. с небольшой серверной комнаты, которую строили по принципу «бизнес хочет – надо что-то быстро сделать» (сейчас там 5 стоечных шкафов, 30 серверов, сеть хранения данных емкостью 7 Тбайт). Вторую серверную строили в 2005–2006 гг. уже с «серьезными намерениями» на другой производственной площадке на расстоянии 200 м от первой, ос-



И. Тамбовцев: «В нашем ЦОДе есть важный компонент – это бак с двумя тоннами воды температурой 11°C»

настив ее оборудованием ведущих вендоров. Третью серверную площадью всего 35 кв. м ввели в строй в 2007 г. В ней реализовано комплексное решение на базе платформы APC-MGE InfraStruXure. Для отказоустойчивости ее соединили с остальными серверными локальной оптоволоконной сетью с пропускной способностью 4 Гбит/с. Именно там находится водяная система охлаждения, которая при отключении внешнего питания позволяет в течение 40 минут поддерживать в рабочем состоянии оборудование с тепловыделением 60–80 кВт.

Чубайс и квадратные метры

Самая главная проблема российских ЦОДов – как больших, так и маленьких – обеспечение электропитанием. Дата-центру «Балтики» в этом

смысле повезло: его резервная линия электроснабжения подключена к собственной электростанции пивоваренного завода, которая «по совместительству» обеспечивает и процесс брожения пива. В Москве затраты владельцев ЦОДов только на подключение к электросетям достигли таких размеров, что электричество для дата-центра уже обходится дороже, чем стоимость его очень дешевых квадратных метров недвижимости. Как посетовал А. Тихонов (платежная система СБЕРКАРТ), перенести ЦОД куда-нибудь подальше за пределы МКАД тоже проблематично: хотя цена недвижимости там ниже, чем в Москве, дефицит электроэнергии, как правило, еще острее и местами электричества не купишь ни за какие деньги.

Общей проблемой является также то, что мини-ЦОДы строятся в помещениях, изначально не приспособленных для этой цели. Только создателям «малышей» приходится проявлять еще большую изобретательность из-за недостатка места.

Своя рубашка

Зачем же компаниям свои маленькие ЦОДы и связанная с ними головная боль? Вопрос, почему не пошли по пути аутсорсинга услуг дата-центра, задавался практически всем представителям компаний, рассказывавшим о своих мини-ЦОДах. Самым распространенным ответом был следующий: политика безопасности компании не позволяет хранить данные за пределами корпоративной информационной системы. Второй веский довод, применимый и для «несекретных» компаний, напрашивался сам: при нынешнем тотальном дефиците мощностей коммерческих дата-центров надеяться можно только на себя.

Евгения ВОЛЫНКИНА

Автор ждет комментариев
в своем блоге на
www.iksmedia.ru



Малый бизнес не просит преференций

Изменения в Правилах присоединения сетей, внесенные постановлением правительства с несчастливым номером 666 и вступившие в силу 1 марта, по идее должны способствовать урегулированию межоператорских отношений. Однако проблем у присоединяемых операторов не убавилось. Возможно ли в принципе, чтобы бизнес, большой и малый, мирно уживался в едином правовом поле?

Об этом шел разговор за круглым столом в рамках совещания Ассоциации операторов телефонной связи (Ассоциации ОТС), собравшего руководителей более 80 региональных компаний, представителей законодательной и исполнительной власти.

Равные условия как повод для дискуссии

С одной стороны, из Фонда универсального обслуживания выделяются средства для компенсации убытков операторов, в основном МРК, телефонизирующих село. С другой стороны, по словам В.Г. Зайцева, гендиректора Ассоциации ОТС, идет процесс разорения небольших операторов, которые на свой страх и риск предоставляют услуги там, где крупному бизнесу работать неинтересно.

За счет чего живут, выживают и иногда побеждают альтернативные операторы? За счет сохранения своей клиентской базы, на которую наступают существенные операторы. За счет других услуг: убедившись в невозможности получить согласие существенного оператора на доступ к линейно-кабельной канализации, они начинают их активно

продвигать, а затем, накопив критическую массу клиентов и средств, строят собственные сети – и теперь уже они выбирают, кого взять в партнеры. За счет технологического превосходства: у них есть традиционная и IP-телефония, Wi-Fi и тот же WiMAX. Мы не просим преференций, говорит малый бизнес, дайте нам равные условия!

Ассоциация ОТС разрабатывает меры по защите и поддержке средних и малых предприятий в отрасли (совершенствование нормативной базы, адресная санация предприятий малого бизнеса и т.д.). Но признает, что надеяться только на действия регулятора в решении проблем SME вряд ли имеет смысл. Права, которые предоставляет операторам новая нормативная база, позволяют им постоять за себя, нужно лишь понимать как.

Например, в рамках взаимовыгодного партнерства с крупными операторами.

В режиме диалога

Национальный оператор «Синтерра» предлагает региональным операторам две партнерские программы: «40 x 40» (участникам этого проекта

по созданию сети центров обработки данных будут оказываться услуги аутсорсинга инженерной и ИТ-инфраструктуры) и «Региональные мини-сети WiMAX» (это решение для развертывания мини-сети WiMAX в городах с населением до 100 тыс. человек предусматривает оформление документов, необходимых для запуска сети, присоединение и пропуск трафика передачи данных для доступа в Интернет в любой точке России, аутСОРМинг – помощь в обеспечении СОРМ на сети присоединенного оператора, доступ к контенту для абонентов сети и т.д.).

Предложения, модели совместной деятельности, условия вхождения в проекты, образцы телекоммуникационного оборудования – все выглядит заманчиво. Однако у операторов остается немало вопросов. В чем стороны взаимно дополняют возможности друг друга? Насколько реально сотрудничество между «Синтеррой» и региональными операторами и насколько оно выгодно обеим сторонам? Не произойдет ли при этом перекоса в сторону одного из партнеров?

Тем не менее на этой первой партнерской встрече с региональными коллегами, по заявлению ПА. Кучерука, коммерческого директора «Синтерры», шаги навстречу друг другу все же удалось наметить.

Ирина БОГОРОДИЦКАЯ



В.Г. Зайцев: «Число малых и средних операторов сокращается, новые не появляются»



ЗАО Научно-технический центр "СИМОС"
 Многофункциональная каналообразующая аппаратура "ЦСП-30"
 Малоканальное оборудование абонентского выноса "ЦСП-16М"
 Оборудование линейного тракта с удлиненным участком регенерации
 "MLT-30/60" G.SHDSL
 Оборудование линейного тракта с удлиненным участком
 регенерации и повышенной пропускной способностью
 "MLT-30/60" G.SHDSL.bis
 Кроссировочный мультиплексор MBV/KM
 Абонентский концентратор "K-128"
 Измерительное оборудование "СМ-Е1"



614990, г. Пермь, ул. Героев Хасана, 41 тел./факс: (342) 290-93-17, 290-93-77 e-mail: simos@simos.ru www.simos.ru

BWA в перманенте перемен

Главные события рынка BWA происходят сегодня на его мобильном фланге, где разворачивается мегабитва за массового клиента. Однако, как показал форум Wireless Broadband 2008 (апрель, Москва), концептуальные перемены начались и в сегменте фиксированного беспроводного доступа.

BWA в России: концепция меняется

Не очень, в сущности, большой по объему российский рынок фиксированного BWA с самого своего рождения гордился высокой динамикой развития, причем увеличивалось число как корпоративных пользователей, так и частных абонентов (см. «ИКС» № 4'2008, с. 73). Однако, по оценкам АДЭ, тенденция экспоненциального роста (см. рисунок) изменится уже в нынешнем году.



Связано это с тем, что фактически вся абонентская база фиксированного доступа была сосредоточена в городах, где в последнее время все жестче правят бал кабельные сети. «В городах сегодня действуют серьезные игроки, у которых достаточно административных, человеческих и технических ресурсов, чтобы, невзирая ни на какие барьеры, прийти с оптикой в каждый дом, в каждое здание», — отметил С. Рыбалко, руководитель группы беспроводных сетей доступа АДЭ.

«Серьезные игроки» не просто строят сети доступа — они обустривают пространство, вытесняя из него фиксированный беспроводной доступ на городские окраины, в пригороды и далее. Рынок пришел в движение в прямом смысле этого слова. Операторы BWA перестали покупать новое оборудование — просто старое из города переставляют за его пределы. При этом оператор BWA доводит канал до определенного района или коттеджного поселка, а на «последней миле» его подхватывают технологии «последнего метра» — медные или оптические кабели, Wi-Fi. К слову, именно этой «концепции» обязано, по мнению С. Рыбалко, «второе рождение Wi-Fi», который сегодня активно используется для «засветки» отдельных кварталов.

Со временем эта тенденция, вероятно, будет крепнуть — и фиксированный беспроводной доступ сосредоточится на транспортном уровне. «Много говорилось о том, что WiMAX вытеснит «доваймаксовское» оборудование, которое эксплуатируется последние 10 лет в России, — заметил С. Рыбалко. — На мой взгляд, произойдет разделение рынков, а не то-

тальная замена. Что же касается мобильного доступа, то нужно дождаться появления первых-вторых-третьих сетей, а также хороших и относительно недорогих терминалов».

По мнению А. Горбунова, вице-президента по стратегии и развитию «Комстар-ОТС», такими мобильными устройствами WiMAX будет обеспечен только к 2011–2012 гг., однако массовой технология начнет становиться уже в 2009–2010 гг. благодаря ноутбукам со встроенными WiMAX-модулями. Именно на этот этап рассчитан бизнес-кейс «Комстара», строящего в Москве сеть мобильного WiMAX. В столице, по данным опроса «Комстар-ОТС», 25% пользователей широкополосного доступа имеют дома ноутбук (в 80% случаев это второй компьютер), 10% абонентов ШПД уже пользуются беспроводным доступом на ноутбуки и еще 30% проявляют к нему интерес. Прогнозируется, что в 2012 г. на 14,1 млн проданных ПК придется 60% ноутбуков (в 2007 г. — 30% от 7,5 млн), причем почти половина из них будет поддерживать WiMAX/3G.

Сеть «Комстар-ОТС» на базе мобильного WiMAX планируется запустить в конце этого года. Компания обещает предоставить безлимитный доступ своему абоненту везде, где бы он ни находился, за счет сочетания WiMAX и Wi-Fi: дома на ноутбук — по технологии Wi-Fi (услуга уже предоставляется по цене \$15–20 в месяц); в дороге на то же устройство — по технологии WiMAX на скорости 0,5–1 Мбит/с (\$10–20 в месяц); в кафе, ресторанах и т.п. — через хот-споты Wi-Fi (\$3 в месяц).



С. Рыбалко: «Нынешний BWA не будет конкурировать с мобильным WiMAX, нацеленным прежде всего на массовый рынок»

Для реализации этой идеи в декабре прошлого года «Комстар-ОТС» подписал с Intel стратегическое соглашение, по которому оператор берет на себя инвестиции в сеть, использование каналов продвижения, создание региональных партнерств; вендор — разработку встраиваемого оборудования WiMAX и стимулирование проникновения на российский рынок ноутбуков, снабженных WiMAX-модулем.

Мегабитва стандартов «от голоса» и «от данных»

Мобильный WiMAX, заявленный его апологетами как возможный стандарт 4G, все же вряд ли завладеет умами и сердцами сотовых операторов. По мнению А. Голышко, главного эксперта АФК «Система», следующие поколения мобильного WiMAX (IEEE 802.16m) и сотовой связи (LTE, CDMA2000 EV-DO Rev/C или UMB) будут мало отличаться друг от друга по техническим характеристикам и возможностям; инфраструктура их также сближается и базируется на IP; спектральная эффективность различается незначительно. Однако после проведенных в прошлом году в Европе успешных испытаний стандарта LTE сотовые операторы, скорее всего, поддержат «своих» вендоров и «свои» стандарты, чтобы гармонизировать оборудование при переходе из 3-го поколения в 4-е (уже более 20 крупнейших операторов мира объявили о намерении построить сети LTE в ближайшие 2–3 года). Б. Анселл (Motorola) также отметил, что мобильные операторы ориентируются главным образом на LTE как эволюционный путь развития WCDMA и HSPA – и «очень неохотно воспринимают технологию WiMAX». С другой стороны, по его словам, в WiMAX заинтересованы «все остальные» – операторы фиксированной связи, кабельные операторы, независимые поставщики услуг доступа в Интернет «и прочие игроки, которых несколько лет назад просто еще не было на рынке».

Сегодня конкуренция технологий за массовый рынок беспроводного широкополосного доступа ведется в плоскости WiMAX-HSPA. К концу нынешнего года, по прогнозу Informa Telecoms & Media, в мире будет 10 млн пользователей WiMAX (в 2007 г. – 4,2 млн) и 56,8 млн абонентов HSPA. К слову, до недавнего времени сотовая Россия оставалась пассивным наблюдателем этой борьбы, однако в последние месяцы «большая тройка» определилась: в декабре 2007 г. рамочное соглашение на поставку оборудования с функциональностью HSPA заключили МТС с Ericsson, в феврале 2008-го контракт на поставку оборудования и строительство сети WCDMA/HSPA с тем же вендором подписал «ВымпелКом» и в том же месяце было подписано рамочное соглашение между «МегаФоном» и Nokia Siemens Networks на поставку оборудования технологии WCDMA/HSPA. По словам М. Рештакова, начальника группы разработки проектов Северо-Западного филиала ОАО «МегаФон», российский сценарий строительства сетей 3G будет не сильно отличаться от зарубежного: из-за задержек с выдачей лицензий Россия «получила возможность приступить к развертыванию технологий HSPA совместно с построением инфраструктуры WCDMA-сетей».

Антикризисные меры для цветущего рынка

Число технологий широкополосного беспроводного доступа множится год от года: 3,5G, LTE, UMB, UWB, Wi-Fi (4 версии), WiMAX (4 версии)... В действительности же этот бурно развивающийся рынок переживает некий кризис. «Мы постоянно слышим о новых феноменальных технологических достижениях: все более скоростные информационные потоки, все большее разнообразие услуг... и одновременно нарастает скептицизм относительно общедоступности всех этих достижений», – констатировал А. Голышко. Главная причина скепсиса – «некомфортность» радиочастотных диапазонов, выделенных под сети 3G/HSPA (2 ГГц), LTE (2,6 ГГц), мобильного WiMAX (не ниже 2,3 ГГц), для обеспечения покрытия в условиях сложной городской застройки не только в быстро движущихся автомобилях, но и просто в домах. По мнению главного эксперта АФК «Система», самым логичным решением этой проблемы мог бы стать переход в более низкий радиочастотный диапазон 450–900 МГц, где затухание радиоволн существенно ниже.

Но в жестко обустроенном радиочастотном мире следует искать более реальные пути. Например, объединение в многомодовых терминалах лицензируемой технологии (в частности, GSM) и нелицензируемой (Wi-Fi) для покрытия внутри зданий в рамках концепции «бесшовной мобильности». Квартирный абонент в этом случае может подключить к своему проводному широкополосному доступу точку доступа Wi-Fi и по термину

налу Wi-Fi/GSM разговаривать из дома по тарифам фиксированного оператора. Понятно, что здесь оператор фиксированной связи «отбирает» трафик у мобильного оператора, абонент которого приобрел многомодовый телефон с Wi-Fi. Между тем, по прогнозам ABI Research, к 2011 г. на рынок будет поставлено около 300 млн терминалов Wi-Fi/GSM.

Как альтернативу этому «профиксированному» способу решения проблемы покрытия внутри здания сотовые операторы рассматривают технологию фемтосот, когда мини-БС устанавливаются в квартирах (магазинах, ресторанах и т.п.) их абонентов. Уже в нынешнем году эксперты предвещают начало «гонки вокруг фемтосот». Motorola считает, что к 2010 г. в Западной Европе будет действовать около 12 млн фемтосот, а к 2011 г., по прогнозам In-Sat, количество фемтосот увеличится до 40,6 млн по всему миру и в ближайшие пять лет число их пользователей достигнет 101,5 млн. У этой технологии есть свои слабые звенья (защищенность, создание помех другим электронным сервисам и др.), которые поставщики оборудования и операторы в настоящее время внимательно изучают с целью последующего их устранения.

Лилия ПАВЛОВА



А. Горбунов. Рубикон перейден: массовым мобильный WiMAX начнет становиться уже в 2008–2009 гг.

Виртуальных розы продаются лучше живых

Желая добавить вдохновения в разговоры о 3G-сервисах, ведущиеся сегодня на российском рынке, компания Ericsson пригласила посетить Москву одного из самых известных в мире экспертов в области организации прибыльного бизнеса на рынке услуг беспроводной связи – Т. Ахонена.

Томи Ахонен – последовательный сторонник цифровых сообществ и социальных сетей, о которых он с воодушевлением рассказывает на лекциях в Оксфордском университете в рамках экспресс-курсов по услугам 3G, новым бизнес-моделям их продвижения, а также по мобильному ТВ. В четырех книгах, ставших бестселлерами, он описал более 400 услуг, которые сегодня приносят деньги.

Эффективные стратегии перехода от 2G к 3G и перспективы 4G, популярные мобильные сервисы и их бизнес-модели – далеко не полный перечень тем, затронутых Т. Ахоненом на встрече с российскими журналистами.

– Томи, на какие темы роста пользователей услуг могут рассчитывать российские операторы, разворачивающие сети 3G?

– На первых рынках, где были запущены сети 3-го поколения – в Японии, Корее, Англии, Италии и Сингапуре, потребовалось четыре года, чтобы 50% абонентов перешли из 2G в 3G. Причем это касалось только терминалов, а не услуг. Использование услуг обычно отстает от продаж терминалов года на полтора. Сегодня в Италии, Англии и Сингапуре 3G-услугами пользуется примерно 25–30% населения. В Японии и Корее проникновение 3G-телефонов – на уровне 80% и более 50% жителей потребляют 3G-сервисы.

Россия по ряду параметров ближе к развивающимся странам, и скорость перехода к 3G здесь может быть ниже.

– С каких услуг вы посоветовали бы операторам начать?

– Сегодня уже очевидно, что killer application в сетях 3G – это мобильные социальные сети. Первые мобильные

пользователи социальных сетей появились в Корее в 2003 г., а уже в 2007 г., по данным аналитиков Informa, мировой объем рынка таких услуг достиг \$6 млрд. Это самая быстрорастущая отрасль за всю историю человечества.

– Как оператор сотовой связи и/или сервис-провайдер могут зарабатывать на мобильных социальных сетях?

– В Англии провайдер сервиса флирта Flirtamatic получает доход от персонализации и виртуальных подарков. В их числе, например, виртуальная алая роза. Роза живет три–четыре дня, а потом «вянет». Если девушка нравится парню, то он подарит ей другую розу. У Flirtamatic 100 тыс. пользователей, и в 2007 г. он продал 3,5 млн таких роз, каждая из которых стоит 23 пенса. Можно сказать, что по объему продаж роз провайдер опережает крупнейшие

флористические компании Великобритании, торгующие настоящими, а не виртуальными цветами.

Кроме роз, провайдер предлагает множество других виртуальных вещей: можно подарить другу виртуальный бокал шампанского или отправить ему «большой поцелуй».

Еще один способ получения денег с пользователя – платное размещение его фотографии на разных веб-страницах сервиса. Подобные пожелания провайдер принимает от многочисленных клиентов в формате аукционных заявок. Для того чтобы в течение 6 часов быть «лицом № 1», нужно заплатить 6 фунтов. Сервисы Flirtamatic приносят компании такую прибыль, что, по словам ее президента М. Керти-са, подписка и не нужна.



Т. Ахонен: «В своих книгах я обязательно благодарю авторов интересных комментариев в моем блоге»

– Какие еще 3G-услуги сегодня популярны у абонентов в разных странах?

– Мобильные блоги, видеоигры, video sharing. В Англии, Италии и Гонконге популярна услуга See Me on TV.

– Желая вести свой блог с мобильного телефона много?

– По данным Informa, в ноябре 2007 г. в мире насчитывалось около 100 млн пользователей мобильных социальных сетей. Я думаю, что около 20 млн из них пишут блоги с мобильного телефона. При этом добрая половина всех мобильных блоггеров в мире – жители Японии и Южной Кореи.

Меня исследователи, скорее всего, посчитали дважды: как автора блога, посвященного развитию сотовой связи (10% информации я размещаю в нем с мобильного телефона), а также как блоггера, пишущего о гонках «Формулы-1». Поскольку ситуация тут меняется очень быстро, для ведения этого блога я пользуюсь телефоном чаще, в 50% случаев.

– А чем интересна для абонентов услуга See Me on TV?

– Ее главное преимущество – интерактивность. Результаты многих исследований показывают: чем больше ты вовлекаешь зрителей, тем больше зарабатываешь. Пользователи See Me on TV могут выкладывать на портале свои видеосюжеты, просматривать ролики, снятые друзьями, участвовать в голосовании. И, что немаловажно, могут зарабатывать деньги. В Англии за каждый просмотр видео его автор получает 1 пенс. При этом средний доход активного пользователя сервиса составляет 11 фунтов в месяц, что покрывает половину ежемесячной абонентской платы.

Подготовила
Александра КРЫЛОВА

ПОЛНЫЙ ТЕКСТ беседы
с Т. Ахоненом читайте на
www.iksmedia.ru



FMC, обреченная на светлое будущее

Про FMC (Fixed Mobile Convergence) говорят уже давно. Оптимисты считают ее очень перспективным направлением, пессимисты твердят, что сейчас в России FMC невозможна. Но все сходится в одном: FMC – наше неизбежное светлое будущее. О том, что тормозит движение к этому будущему, шел разговор на конференции «FMC-2008».

Первый (и, возможно, самый слабый) тормоз российской версии FMC – отсутствие для нее нормативной базы. По закону оператор не может от своего лица предоставлять и «F»-, и «M»-составляющие FMC-сервисов, а перепродажа телекоммуникационных услуг у нас запрещена. Правда, российские FMC-первопроходцы уже приспособились к ситуации и сумели построить бизнес так, что конфликтов с регулирующими органами не возникает. Во всяком случае, генеральный директор «Гарс Телекома» П. Гореньков и директор по маркетингу «Скай Линка» Н. Чураев говорили о том, что их схемы работы абсолютно легитимны, что даже в рамках нынешнего правового поля можно сделать очень многое и что если бы операторы действительно были заинтересованы в развитии FMC, эти сервисы активно развивались бы.

Однако они этого не делают. И тут мы подходим ко второму тормозу FMC – ситуации на рынке. Операторы сейчас предлагают преимущественно самые простые, дешевые и понятные клиентам FMC-услуги, отдачу от которых легко просчитать (это единый номер, переадресация вызова, короткие телефонные номера и передача данных по корпоративной сети). Но и на них ажиотажного спроса, мягко говоря, нет. Общее число пользователей всех российских FMC-сервисов, по разным оценкам, составляет порядка 20–25 тыс. Если сравнить его с размерами абонентских баз наших сотовых операторов, получатся сотые доли процента. Даже если ARPU от FMC-клиентов будет в 20 раз больше, чем у среднего сотового абонента, для оператора это все равно копейки, и перспектив их превращения в миллионы пока не просматривается. То есть какого-либо финансового интереса в продвижении FMC-услуг у операторов нет.

Имидж обязывает

Правда, отчасти они сами виноваты в такой ситуации. В течение последних трех-пяти лет мобильные операторы в пылу борьбы за территории и абонентов так сильно снизили тарифы на свои услуги, что зазора для FMC не осталось и заработать на этих сервисах на массовом розничном рынке уже нельзя. Немногочисленные FMC-предложения ориентированы исключительно на корпоративный сектор. Пока выгода сотового оператора от предоставления FMC-услуг может быть лишь косвенной: несмотря на отсутствие явных коммерческих успехов, FMC стала модным термином и элементом имиджа, поэтому наличие FMC-сервисов укрепляет лояльность абонентов и помогает оператору продавать другие продукты.

Можно было бы провести аналогию с ситуацией на рынке широкополосного интернет-доступа, на котором в джентльменский набор провайдера теперь входит пакет triple play (или как минимум dual play). Но «конвергенция» интернет-доступа, IPTV, видео по запросу и IP-телефонии понятна абонентам и уже пользуется массовым спросом, поэтому для ее внедрения провайдеры модернизировали или активно модернизируют свои сети. В случае с FMC операторы с модернизацией не спешат, поскольку не видят прес-

ловитого killer application, с помощью которого они смогут окупить свои немалые затраты на эту затею.

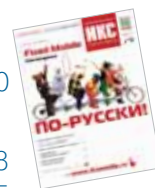
Заняться модернизацией им все же придется: рынок сотовой связи близок к насыщению, тарифы у всех примерно одинаковые и для привлечения новых абонентов (или их переманивания у других операторов) необходимы какие-то конкурентные преимущества. Кроме того, расценки на голосовые услуги снижаются и нужно искать новые источники доходов. Правда, операторам придется потрудиться,

➔ «ИКС» об FMC:

2008:
№ 1, с. 40

2007:
№ 1, с. 58
№ 2, с. 25
№ 7, с. 20
№ 11, с. 60

2006:
№ 2, с. 6
№ 5, с. 58, 62



А. Голышко («Система Телеком»): «Конвергенция кажется очень заманчивой, но весь опыт человечества показывает, что разные отрасли промышленности плохо объединяются в общие структуры»

чтобы убедить абонентов в полезности новых конвергентных сервисов, т.е. самим создать для них рынки сбыта.

Кто будет главным?

Пикантность ситуации с продвижением FMC-услуг в том, что конвергентность предполагает участие в предоставлении услуги более одного оператора или провайдера, т.е. всем участникам нужно договариваться о распределении доходов. Как показывает небогатая российская практика, именно это приводит к краху многих FMC-проектов. Партнеры зачастую видят друг в друге конкурентов. Фиксированные и мобильные операторы никак не могут решить, кто из них главный в данной ситуации. Если исходить из типичной раскладки бюджета среднего FMC-проекта, приведенной П. Гореньковым, на долю сотового оператора приходится лишь 10% затрат и он по определению не может быть главным. Однако наших крупных мобильных операторов такая арифметика, как правило, не устраивает, и они начинают получать лицензии на фиксированную связь. Еще один способ не делиться доходами с «чужими» – объединение фиксированных и мобильных операторов в холдинги (тому пример – недавняя покупка «ВымпелКомом» компании «Голден Телеком»).

Правда, как опять же показывает практика, проблему это не решает. Со «своими» тоже не спешат делиться. Как отметил В. Шапоров (Nokia Siemens Networks), производители оборудования готовы хоть сейчас обеспечить технологическую поддержку предоставления FMC-услуг, но при попытке реализовать любой FMC-проект выясняется, что компании, входящие в холдинг, не понимают и не хотят понимать друг друга. У каждой из них – свои бизнес-интересы, а при предоставлении FMC-услуг, даже при увеличении суммарного трафика (и доходов от него), происходит его перераспределение. Кто-то от этого выигрывает, а кто-то проигрывает, и от последнего вполне можно ожидать прямого саботажа проекта. Для успеха FMC нужно менять бизнес-структуру оператора и создавать конвергентного игрока с едиными бизнес-процессами, а на это должна быть воля владельцев холдинга.

А абонента спросили?

Ну, допустим, такой оператор создан. Вызовет ли это энтузиазм у потенциальных абонентов FMC-услуг? Интернет-провайдеры, предлагающие пакеты dual- и triple play, и операторы, продвигающие FMC-сервисы, уже давно стараются убедить нас, как здорово иметь «все в одном флаконе» и из одних рук: единый номер, единое устройство, единый счет и одну точку оплаты. На первый взгляд это действительно удобно. А со второго взгляда вспоминается народная мудрость о вреде складывания всех яиц в одну корзину.

Как рассказал директор по маркетингу «Системы Масс-медиа» Д. Багдасарян, опросы частных и корпоративных пользователей показывают, что их пугают

не столько большие затраты на установку дополнительного оборудования и закупку универсальных терминалов, сколько зависимость от одного поставщика, который, став в данной ситуации монополистом, может повышать цены и навязывать ненужные услуги. Кроме того, клиент опасается, что, допустив отрицательный баланс, например при пользовании Интернетом, он лишится доступа ко всем остальным услугам, в том числе к телефонной связи. Полное отключение может произойти и при каких-то локальных проблемах у оператора. А единый счет абоненты вообще не считают удобством, поскольку он означает непрозрачность тарифов на отдельные услуги и возможность для оператора «химичить». В итоге абоненты соглашаются терпеть все эти «благоденствия» лишь при наличии скидки в 30–40%, что для оператора, как правило, неприемлемо (если он изначально не задрал цены самым бессовестным образом).

Поэтому FMC пока остается нишевой услугой для ограниченного круга клиентов. И для перехода в светлое конвергентное будущее в телекоммуникационном королевстве должны измениться не только технологии и бизнес-модели, но и уровень доверия между операторами и абонентами.

Евгения ВОЛЫНКИНА

Автор ждет комментариев в своем блоге на

www.iksmedia.ru



МУЛЬТИСЕРВИСНЫЙ АБОНЕНТСКИЙ КОНЦЕНТРАТОР М-200

- 16...208 аналоговых абонентов
- 8...48 ADSL (ADSL2+) портов
- 6...48 4-х пр. РСЛ с ВСК
- 1...3 потока E1
- Ethernet-порт (протокол H.323)
- 1...3 HDSL-модема (E1+Eth.)
- 100% тарификация
- CORM

ОПТИМАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

КОНЦЕНТРАТОР ДОСТУПА М-200

- 8...256 потоков E1 (G.703)
- Ethernet-порт
- Полнодоступное коммутационное поле
- Программируемый доступ
- Маршрутизация системных сообщений
- CORM
- Многоуровневая тарификация и приоритизация трафика
- Питание от шины 48/60В DC

ОТЛИЧНОЕ РЕШЕНИЕ

ИСТОЧНИКИ БЕСПЕРЕБОЙНОГО ЭЛЕКТРОПИТАНИЯ

- ИБЭП-220/48-24А
- ИБЭП-220/48-12А
- ИБЭП-220/48-8А
- ИБЭП-220/60-24А
- ИБЭП-220/60-12А
- ИБЭП-220/60-8А
- ИБЭП-220/24-24А
- ИБЭП-220/24-12А
- ИБЭП-220/24-8А
- Инвертор-1500ВА

НАДЕЖНОЕ РЕШЕНИЕ

ТЕЛ: (812) 331-15-50
ТЕЛ: (812) 331-15-52
ТЕЛ: (812) 331-15-55

WWW.M-200.COM

Детская болезнь «желтизны» в Рунете

В 2007 г. российский сегмент Интернета начал стремительно «желтеть». В погоню за «жареными» фактами пустились даже порталы, имеющие массовую аудиторию. Участники конференции «Интернет и бизнес-2008» (КИБ-2008) пытались найти способы переломить эту тенденцию.

Реклама – двигатель Интернета

Как оказалось, основной бизнес в Рунете – реклама: доходы от нее в 2007 г. составили половину всех доходов российского Интернета. Причем, по данным АКАР (Ассоциации коммуникационных агентств России), которые привел на конференции Р. Тагиев (TNS gallup Media), за прошлый год рынок интернет-рекламы вырос на 90% (до 4,9 млрд руб.), тогда как рынок медийной рекламы – лишь на 27% (до 229 млрд руб.). Сегодня интернет-рекламы в нем всего 2%, но такой стремительный рост позволяет прогнозировать, что уже к 2012 г. эта доля достигнет 6% (столько сегодня занимает в общем «пироге» реклама на радио), т.е. 27,3 млрд руб.

Высокий потенциал этого сектора во многом и стал причиной волны инвестиций, накрывшей сейчас Рунет. В центре внимания инвесторов в 2007 г. были крупные игроки, имеющие массовую аудиторию или обширную клиентскую базу – группа компаний Rambler Media, портал Mail.ru, система размещения контекстной рекламы «Бегун», социальные сети «Одноклассники.Ру» и «ВКонтакте.Ру».

Однако оборотная сторона есть у каждой медали. О ней на КИБе-2008 заговорил Л. Глейзер (MediaSelling). По его мнению, в том, что 80% новостного трафика в Рунете сегодня «желтые», отчасти повинны агрегаторы контента, которые являются в нем ведущими продавцами трафика. «Агрегаторы придумали математические алгоритмы, позволяющие автоматически ранжировать новости, исходя из вероятности, с которой на них «кликнут», – отметил он. В результате на поверхности оказывается именно «желтая» пресса, которая готова выдавать все больше «желтых» новостей, поскольку их больше читают.

Как считает Л. Глейзер, отправной точкой для изменения положения может стать отказ от рекламных акций,

рассчитанных на всю аудиторию Рунета, в пользу кампаний с применением социально-демографического таргетинга (от англ. target – цель, нацеливание). Агентствам, специализирующимся на интернет-рекламе, это поможет предлагать рекламодателям контакт с их целевой аудиторией, а самим рекламодателям – повысить эффективность маркетинговых коммуникаций. В выигрыше окажутся и пользователи, которые в этом случае будут получать рекламу интересных им товаров и услуг. Если такой подход к рекламе докажет свою эффективность на практике, необходимость в «желтых» публикациях для получения кликов и переходов отпадет.

Учитывай интересы – и народ к тебе потянется

Момент для смены курса сейчас самый что ни на есть подходящий. Благодаря бурному развитию в Рунете социальных сетей удалось накопить большой объем информации о пользователях, а развитие вычислительных мощностей позволило создавать масштабные базы данных и объединять их. А значит, «владельцы» аудитории получили в руки мощный инструмент повышения эффективности рекламных кампаний.

С момента зарождения рекламного рынка в Интернете в 1996 г. способы нацеливания рекламы сильно эволюционировали. Б. Омельницкий («Бегун») отметил, что первоначально онлайн-рекламу привязывали к тематике площадок, а управление временем показов осуществлялось вручную. После осознания возможности определять IP-адрес пользователя появился геотаргетинг. Анализ семантики запросов, характеризующих краткосрочные интересы зрителей, привел к созданию контекстной рекламы. И вот теперь реклама вплотную подошла к социально-демографическому таргетингу.

Различные виды таргетинга (поведенческий, социальный, постпоисковый) в Рунете уже распространены

Рунет в цифрах и фактах

В 2007 г., по оценкам экспертов ассоциации «Интернет и бизнес», месячная аудитория Рунета выросла на 29%.

В 2007 г. поисковыми системами было дано 14,4 млрд ответов, что на 40% больше, чем в прошлом. В разгар обычного рабочего дня поисковые машины Рунета отвечают на 1000 запросов в секунду.

Объем проиндексированной информации у «Яндекса» превышает 4 млрд страниц (120 Тбайт).

Количество почтовых ящиков на основных почтовых системах приближается к 90 млн, ежедневно их посещают 9,5 млн человек.

Объем базы почтовых сообщений Mail.ru – около 1 Пбайт (1099511627776 байт).

В Рунете зарегистрировано 6 млн блогов, 700 тыс. из них ежемесячно обновляются.

С начала 2007 г. число профилей пользователей в социальных сетях выросло в 15 раз и к весне 2008 г. достигло 45 млн.

Российские фотохостинги содержат около 1 млрд фотографий.

настолько широко, что для оценки его эффективности и обмена опытом на КИБе-2008 прошел круглый стол «Интеллектуальные таргетинги».

Например, рекламное агентство InterPool, чья система управления рекламой AdSmart работает сразу в нескольких крупных издательских домах, делает ставку на тематическо-поведенческий таргетинг. В проводившейся на сайте «Газета.Ру» рекламной кампании автомобилей Subaru был задействован программный продукт, позволяющий показывать баннеры посетителям разных тематических рубрик. По словам директора InterPool В. Телепова, ориентация кампании на аудиторию рубрики «Автомобили» радикально улучшила ее результаты: показатель CTR (отноше-

ние числа кликов к числу показов) вырос в 2 раза – с 0,3 до 0,7%.

Помимо таргетинга применяется и ретаргетинг, т.е. перенацеливание. Эта технология предполагает трансляцию рекламной информации на аудиторию пользователей, отобранную в результате анализа посещаемости одного или нескольких сайтов. Ретаргетинг сейчас активно осваивает компания AdMedia. Причем, по словам А. Бондаренко, директора ее московского филиала, сразу в нескольких вариантах. **Аудиторный** ретаргетинг основан на использовании пересечения интереса пользователя к нескольким областям. Например, аудитория, интересующаяся, с одной стороны, бизнесом и финансами, а с другой – компьютерными программами, – целевая для рекламных кампаний ноутбуков и другой дорогостоящей техники. **Поисковый** ретаргетинг опирается на интерес, который проявляют пользователи в различных поисковых сервисах. Ретаргетинг «**Бумеранг**» позволяет продлить коммуникацию с пользователем в процессе или после завершения рекламной кампании. Так,

разработанный AdMedia трекерный код AdRiver «запоминает» пользователя и позволяет впоследствии информировать его о новых предложениях.

Однако самый точный таргетинг – социально-демографический. Он предполагает демонстрацию рекламы пользователям, выбранным по определенным критериям. И тут карты в руки социальным сетям.

Например, компания Mamba может таргетировать аудиторию по любой информации, которую сообщают о себе пользователи при регистрации на сайте: по доходам, марке автомобиля, увлечениям, семейному положению, музыкальным предпочтениям, жизненным приоритетам и даже по вредным привычкам. По словам Ю. Паньковой, руководителя отдела рекламы этого интернет-проекта, заинтересованность рекламодателей в таком «узком» таргетинге сегодня растет.

Демографический таргетинг несколько месяцев назад начала использовать SUP Fabrik, запустившая продажу медийной рекламы на площадке Livejournal в 2007 г. Как сообщил Б. Овчинников, руководитель отдела

исследований компании, хотя пока преобладающие критерии – пол, возраст пользователя и география его присутствия, уже более 40% рекламных кампаний заказываются на основе демографического таргетинга.

■ ■ ■

Однако мнения участников круглого стола о том, как скоро интеллектуальные таргетинги получат в Рунете повсеместное распространение, разошлись. Если оптимисты считают, что в 2009 г. эти тонкие маркетинговые инструменты будут использоваться в 50% рекламных кампаний, пессимисты ожидают не больше 10–20%. Их аргумент – далеко не все рекламодатели и рекламные площадки готовы к применению интеллектуальных таргетингов.

А это означает, что быстро излечиться от «желтизны», скорее всего, не удастся.

Александра КРЫЛОВА

Автор ждет комментариев
в своем блоге на
www.iksmedia.ru



**САМАРСКАЯ
КАБЕЛЬНАЯ
КОМПАНИЯ**



**SAMARA
CABLE
COMPANY**

ЗАО "Самарская кабельная компания"
РОССИЯ, 443022, г. Самара, ул. Кабельная, 9
Тел./факс:
(846) 279-12-10 (многокан.)
E-mail: post-office@samaracable.ru
[Http://samaracable.ru](http://samaracable.ru)

По вопросам поставки кабелей связи:
000 ТК "СКК/Фариаль"
РОССИЯ, 443076, г. Самара, ул. Аэродромная, 73
Тел./факс (846) 269-65-55 (многокан.)
E-mail: sales@fariar.ru

реклама

медные кабели магистральной,
зоновой и местной связи;

городские телефонные кабели от 5 до 1200 пар,
в том числе с гидрофобным заполнением;

кабели для структурированных кабельных
сетей (LAN кабель);

провода связи телефонные,
распределительные и радиотрансляционные;

кабели телефонные высокочастотные для систем
цифрового абонентского уплотнения xDSL.

Система менеджмента качества ЗАО "СКК" сертифицирована на соответствие требованиям ISO 9001-2000, ИСО/ТУ 16949:2002 в автомобилестроении и организациях, поставляющих соответствующие запасные части, в системе добровольной сертификации "Военный регистр", а также ГОСТ Р ИСО 14001-2004 в системе экологического менеджмента.

ТВ-интерактив: начало новой битвы?

На близком к насыщению столичном рынке широкополосного доступа в Интернет конкурентная борьба выходит на новый виток. Операторы технологически разных сетей доступа делают ставку на ТВ с интерактивными сервисами → **см. с. 74**.

Как yVODят абонентов

В мире наиболее распространены три технологии широкополосного фиксированного доступа в Интернет – по медным телефонным кабелям (ADSL), с использованием гибридных волоконно-коаксиальных сетей кабельного ТВ (HFC/DOCSIS), через волоконно-оптические сети, проложенные до дома (FTTH). В Европе доминирует ADSL-доступ, в Азии – ADSL и FTTH, в США – HFC. На московском рынке «цветут все цветы»: «Комстар-Директ» (СТРИМ) предоставляет доступ по ADSL; АКАДО – по DOCSIS; «Центел» (QWERTY), «Корбина Телеком» и масса менее крупных провайдеров – по FTTH... На практическом форуме IPTV-2008 (организатор ANConferences) встретились представители всех трех технологических течений. Участники обменялись опытом, как выжать из своей «широкой полосы» максимум сервисов, чтобы привлечь и удержать абонентов (и, соответственно, не поделиться ими с товарищами).

АКАДО сменит приоритеты

Оператор кабельного телевидения АКАДО к 100 каналам цифрового ТВ прилагает высокоскоростной безлимитный доступ в Интернет, цифровую телефонию и эфирное радио. При этом в структуре продаж компании «чистое» КТВ составляет лишь 1/3, а наиболее востребованным оказался пакет double play (Интернет+ТВ). Как отметил Р. Кузьмин (АКАДО), сегодня для большинства операторов КТВ, предоставляющих услуги double play или triple play, телевидение не является основной услугой – ставка делается на широкополосный доступ в Интернет. «Однако мы абсолютно уверены, что уже к середине этого года проникновение Интернета в Москве достигнет насыщения (60%) и на этом участке столичного рынка активная экспансия прекратится, – сказал он. – Большинство операторов – мы

точно! – перейдут к стратегии продвижения в первую очередь ТВ, а во вторую – Интернета. К ТВ мы будем бонусно предлагать Интернет, в то время как сейчас большинство (и мы в том числе) делают наоборот».

В «сервисном выражении» эта смена стратегии компании должна проявиться уже с августа 2008 г., когда АКАДО планирует приступить к запуску в своей сети ряда интерактивных ТВ-услуг, начиная с VoD. Компанию не смущает, что подобные услуги в Москве уже не один год предоставляют другие операторы. «Мы считаем, что услуга VoD недостаточно раскручена, и намерены позиционировать себя как лидера услуги VoD и вообще интерактивных сервисов в Москве», – заявил Р. Кузьмин.

«Стрим-ТВ» не намерен уступать

«Стрим-ТВ», в чей адрес прозвучал упрек в «нераскрученности» VoD, предложил эту услугу своим столичным абонентам еще в 2006 г. Как известно, на рынок платного вещания этот оператор сети ADSL вышел с услугой IPTV первым в России. В настоящее время в «Стрим-ТВ» (Москва) услугой VoD постоянно пользуются 10–15% подписчиков компании. Как отметил В. Шуб («Система Масс-Медиа»), хотя рынок интерактивных услуг растет быстрее, чем платное ТВ в целом, в среднем в мире он составляет лишь 5,3% рынка платного телевидения: интерактивные услуги требуют времени для продвижения, но с годами их доля в выручке возрастает (по прогнозам PricewaterhouseCoopers, к 2012 г. в соотношении ТВ/VoD доля VoD достигнет 30%). И «Стрим-ТВ» в качестве одного из основных направлений роста рассматривает интерактивность – и «классический» VoD (покупка телевизионных фильмов), и набирающий популярность сервис time shifted TV (возможность посмотреть пропущенную телепередачу в удобное

→ «ИКС» об IPTV

2008:

№ 6, с. 30, № 3, с. 31,
№ 2, с. 28, № 1, с. 28

2007:

№ 11, с. 60, № 10, с. 20
№ 3, с. 18, № 1, с. 29

2006:

№ 7, с. 70, № 5, с. 82,
№ 3,
с. 40–57



2005:

№ 10, с. 15,
№ 8,
с. 22–54



время), и всевозможные варианты веб-ТВ. «Собственно платное ТВ или IPTV в качестве отдельно стоящего феномена уже не так интересно рассматривать, – заметил В. Шуб. – Любой оператор double play или triple play автоматически получает конкурентное преимущество перед монооператором».

Согласившись с коллегой-конкурентом, что технологическим и маркетинговым драйвером дальнейшего развития сетей triple play является ТВ с интерактивными сервисами, В. Шуб усомнился в перспективности HFC/DOCSIS: «К сожалению, эта технология становится неконкурентоспособной по отношению к широкополосному IP-доступу. Она, конечно, будет развиваться на тех рынках, где есть мощные унаследованные HFC-сети: в Америке, Европе и, наверное, в части Юго-Восточной Азии. Но Россия свой исторический шанс по массовому строительству таких сетей, который был дан в 90-х, упустила, и технология опоздала».

С этим, разумеется, не согласились представители АКАДО.

Qwerty пойдет через медиапортал

Путь к абоненту через веб начал прокладывать в этом году «Центральный Телеграф», оператор сети FTTH Qwerty. Как отметила В. Мирошниченко, начальник программного отдела «Центрального Телеграфа», компания рассматривает этот шаг как один из действенных способов привлечения и удержания абонентов. «Сейчас рынок широкополосного доступа проходит тот этап, который раньше прошла мобильная связь: нет ценовых войны, все успокоилось, зарабатывают на сервисах добавленной ценности, — констатирует В. Мирошниченко. — В условиях стабильного состояния рынка оператор широкополосного доступа должен предлагать дополнительные сервисы. Мы видим, как возрастает влияние социальных сетей, растет и количество пользователей, которые хотят получать развлекательный контент в Интернете, поэтому построение такой площадки очень важно для оператора».

Медиапортал должен предоставить абонентам набор различных сервисов под единым брендом оператора — бесплатных, для организации и поддержки комьюнити (блоги, фотосервис, видеосервис, игровой портал, радио), и платных, основанных на продаже цифрового легального контента (магазины мини-игр, по продаже фильмов, музыки, медиафайлов, аудиокниг, караоке, возможность платного VoD на экране компьютера, заказ видеосервисов на платной основе).

Платные сервисы, по прогнозам компании, должны пользоваться спросом в силу общей тенденции роста электронных продаж. Так, в 2006 г. онлайн-продажи музыки увеличились почти в два раза по сравнению с 2005 г. и составили не менее \$30 млн (10% всего российского музыкального рынка); в 2007 г. в России лицензионного ПО продано через Интернет на сумму \$50–70 млн. По прогнозам J'son & Partners, к 2010 г. онлайн-продажи цифрового контента составят 50% общего объема рынка, оцениваемого в \$4,8 млрд. По некоторым прогнозам, в ближайшие пять лет ожидается резкий подъем электронных продаж — до 25% от общей суммы реализации лицензионной продукции.

Есть на этом пути и определенные риски — пиратство, «невнятные» бизнес-модели, отсутствие здоровой ценовой конкуренции, отсутствие мотивации у потребителя, издержки на рекламу и маркетинг. По мнению В. Мирошниченко, рисков может быть и больше, ведь «никто еще до конца не прощупал наш рынок — как это будет работать, и ни один из операторов, запустивших подобный ресурс, пока не может полноценно оценить его коммерческую эффективность, поскольку такого рода проекты требуют как минимум трехлетнего периода для понимания, насколько хорошо данный ресурс работает и какие приносит доходы».

В настоящее время на медиапортале запущены бесплатные сервисы — игровые, фотосервис, блогосфера, готовится к запуску радио. На очереди — сервисы платные, причем драйвером продаж и здесь признается возможность платного заказа фильмов из библиотеки VoD.

По предварительным расчетам, продажи лицензионного контента через медиапортал вначале будут невысокими и пользоваться ими будет не более 2–3% от общего числа абонентской базы; далее показатель начнет повышаться — до 25% покупок цифрового контента на портале оператора. «По самым скромным прогнозам, в первый год абоненты ежемесячно будут покупать порядка восьми единиц цифрового контента, — сообщила В. Мирошниченко. — Потом — больше, и если сейчас ARPU оператора широкополосного доступа на московском рынке составляет в среднем \$18, то при благоприятном развитии событий этот показатель может достичь \$40».



В. Мирошниченко:
«Платные сервисы
позволят повысить
ARPU до \$40»

Ценовые войны на столичном поле интернет-доступа утихают, и цифровое ТВ, дополненное интерактивными услугами, становится для операторов главным источником повышения ARPU.

Гонка началась — и уже в конце этого года мы сможем оценить итоги ее первого этапа. А некоторые — измерить собственным кошельком.

Лилия ПАВЛОВА



- Высококачественный медный, оптический и коаксиальный кабель
- Компоненты СКС
- Монтажное оборудование
- Кабельные каналы и аксессуары к ним
- Тестовое оборудование
- Активное сетевое оборудование
- Монтажные инструменты
- Оборудование и инструменты для волоконной оптики

Более 1000 наименований сетевого оборудования ведущих мировых производителей

Москва • Санкт-Петербург • Новосибирск • Красноярск • Ростов-на-Дону • Екатеринбург • Киев

www.sonet.ru



Инновации без определения?

В Госдуме готовится законопроект о технопарках

В подкомитете по технологическому развитию Комитета Государственной думы по информационной политике, информационным технологиям и связи приступили к подготовке законопроекта «О технопарках». Рассмотреть его в первом чтении планируется осенью 2008 г.

В зеркале статистики

По данным Министерства образования и науки РФ, на сегодняшний день в России насчитывается 84 технопарк и 58 центров передачи технологий. Первые технопарки в стране создавались в начале 90-х годов при высших учебных заведениях. Однако далеко не все из них сумели справиться с такими проблемами, как недостаток источников и механизмов финансирования работ, нехватка лабораторного оборудования, площадей для размещения малых предприятий, а также менеджеров высокотехнологичных проектов.

По оценкам экспертов, сегодня эффективно работают не более десяти вузовских технопарков. В числе самых успешных – технопарки Московского государственного технического университета электронной техники (г. Зеленоград), Томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники, МЭИ, МИФИ, Санкт-Петербургского электротехнического университета, Саратовского технического университета.

Условия наибольшего благоприятствования были предоставлены 12 технопаркам в сфере высоких технологий, создаваемым в соответствии с государственной программой. Одобренная Правительством РФ в марте 2006 г. (распоряжение № 328-р), программа предусматривает создание технопарков в семи регионах России – Московской, Новосибирской, Нижегородской, Калужской, Тюменской областях, Республике Татарстан и Санкт-Петербурге.

Главные соинвесторы – государство в лице Мининформсвязи России и администрации субъектов РФ, на территории которых планируется построить технопарки. Государственные средства поступают в регионы в виде бюджетных субсидий. В течение 2006–2010 гг. по государственной программе на строительство технопарков планируется выделить до 29 млрд руб. (свыше \$1,1 млрд в ценах

2006 г.). Пик инвестиционной активности государства в эту сферу – 13,7 млрд руб. – придется на 2008 г.

Затем государство совместно с субъектами Федерации создает открытые акционерные общества с передачей им прав на использование выделенных региональными властями земельных участков, инженерных сетей и коммуникаций. Они-то и станут выполнять функции управляющей технопарком компании.

Взгляды законодателей...

Инициатор разработки законопроекта «О технопарках», председатель подкомитета по технологическому развитию Комитета по информационной политике Госдумы РФ И.В. Пономарев на круглом столе с участием представителей технопарков и экспертов изложил свои взгляды на содержание нового нормативного документа. Он убежден, что в законе «О технопарках» необходимо дать определение технопарка и оговорить роли его участников. По его мнению, инновационная деятельность компаний-резидентов, консалтинговая и образовательная деятельность, а также деятельность профессиональных девелоперов, занимающихся управлением недвижимостью, должны быть разделены «китайской стеной».

Кроме того, законопроект должен «закрыть «серые» зоны в области земельного законодательства», заметно усложнившие реализацию федеральной программы в ряде регионов. Так, например, в черноголовском технопарке процедуру передачи 900 га земли не удалось пройти за три года, а в технопарке новосибирского Академгородка для решения этого вопроса понадобилось поручение Президента РФ Росимуществу.

Для возведения в технопарках жилых объектов в законопроекте нужно зафиксировать, что технопарк является многофункциональной зоной за-

стройки, и подтвердить возможность целевого выделения и последующего дробления земельных участков без проведения аукционов.

Еще один вопрос, на который должен ответить законопроект: кто и на каких условиях может стать участником технопарка? Возможных вариантов три: 1) клубный принцип, когда резиденты принимают в свои ряды новую компанию; 2) уведомительный принцип, согласно которому любая компания, занимающаяся инновационной деятельностью, может стать участником технопарка; 3) принцип жесткого набора требований, предъявляемых к компаниям-резидентам.

При этом, как считают в подкомитете по технологическому развитию, не стоит включать в закон инициативы, ведущие к новым расходам бюджета, а также налоговые льготы. Для получения последних технопарки могут опереться на комплекс поправок в Налоговое законодательство, которые вводят специальный налоговый режим для инновационных компаний и уже прошли в Госдуме первое чтение. Кроме того, И.В. Пономарев, ранее выдвинувший идею разработки Инновационного кодекса, предложил не включать в законопроект определение понятия «инновационная политика», считая, что невозможно «объять необъятное». (Как стало известно «ИКС», к разработке закона «Об инновационной деятельности в Российской Федерации» уже приступил Совет Федерации.)

Получается, что в подкомитете по технологическому развитию от закона «О технопарках» ожидают конкретизации положений федеральной программы и путей решения проблем, с которыми столкнулись в разных регионах ее участники. Во всяком случае вопрос, как вписать в рамки нового законодательного акта действующие при вузах технопарки, в выступлении председателя подкомитета не освещался.

...и мнения экспертов

Зато целый ряд приведенных им положений был подвергнут сомнениям на последовавшей за докладом дискуссии. Один из главных вопросов – принцип самодостаточности технопарка и независимости его от государства. Технопарк – это объект инновационной инфраструктуры. Инновационная инфраструктура и инновационная политика – составляющие научно-технической политики государства, а значит, по Конституции РФ (122-ФЗ, 127-ФЗ) находятся в совместном ведении Российской Федерации и субъектов РФ, что предполагает его комплексное финансирование, – такова позиция Минобрнауки по данному вопросу.

«Наиболее проблемным является финансирование начального этапа, – считает Т. Гусева, представитель Фонда поддержки законодательных инициатив. – Оно самое затратное, самое рискованное, и пойти на него может только правительство, только государство. Иначе самые инновационные разработки и идеи наших ученых не дойдут до применения в промышленности».

Кстати, концепции и схемы развития инновационных систем, принятые в разных странах, объединяет то, что в роли основного их финансиста изначально выступало национальное правительство. Например, все инновационные центры в Великобритании создавались по решению правительства и им же финансировались. «Коммерческое звучание» эти центры приобрели в результате их приватизации. Сегодня в стране действует полностью частная и централизованная система – Ассоциация инновационных центров, финансируемая крупными промышленными предприятиями

ями – заказчиками инновационных разработок.

Задача технопарков, убеждена Т. Гусева, обеспечить трансферт высоких технологий в производство. А потому закон должен содержать нормы, дающие преференции резидентам, считающим эту задачу приоритетной.

Являясь объектом инновационной системы, технопарки должны по сути соответствовать ее концепции. А значит, без определения понятий «инновация», «инновационная деятельность», «инновационные проекты», как и определения технопарков, индустриальных парков, технополисов, инновационно-технологических центров и их резидентов, не обойтись.

«В будущем, – отмечает С. Юшко, гендиректор технопарка «Идея» (Республика Татарстан), – если понадобится, на основании этих определений, внесенных в Гражданский и Налоговый кодексы РФ, можно будет вводить новые категории налогоплательщиков».

Говорилось на круглом столе и об организации управления технопарками. Государственная программа предусматривает создание координирующего органа для обеспечения функционирования технопарков в сфере высоких технологий. В его состав должны входить представители федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов РФ и органов местного самоуправления, отраслевых ассоциаций, научных и образовательных учреждений, а также представители инвесторов технопарков в сфере высоких технологий. Решение об этом должны были принять Мининформсвязи и администрации субъектов Федерации. Однако оно до сих пор не принято. Сей-

час, по словам И.В. Пономарева, для реализации и координации государственной программы создается межведомственная комиссия.

Строиться структура управления технопарками должна снизу вверх, считает Д. Верхогляд, гендиректор технопарка новосибирского Академгородка. «Координирующий орган должен создаваться в каждом технопарке и для каждого субъекта РФ, чтобы впоследствии из их представителей сформировался совет координирующих органов. Иначе есть опасность бюрократизировать эту деятельность».

Кстати, вопрос о допуске предприятий к размещению на площадях технопарка новосибирского Академгородка находится в ведении экспертного совета, обладающего правом вето. Этот орган также проводит экспертную оценку инновационных проектов и планов развития.

■ ■ ■

Написание законопроекта рабочей группой, созданной по итогам круглого стола в Госдуме, по расчетам И.В. Пономарева, должно быть закончено в мае, в июне планируется очное обсуждение этого документа. Если заданный темп удастся выдержать, то, возможно, в начале 2009 г., в Российской Федерации появится новый закон, регулирующий создание технопарков и способствующий ведению в них инновационной деятельности. Правда, без ее определения.

Александра КРЫЛОВА

Автор ждет комментариев
в своем блоге на
www.iksmedia.ru



Научно-технический центр "ПИК"

РАЗРАБОТКА
ПРОИЗВОДСТВО
ПОСТАВКА

- Шкафы и стойки для сетей передачи данных
- Шкафы для удаленного абонентского выноса
- Оконечное кабельное и кроссовое оборудование
- Оборудование пассивной и активной коммутации фирмы APC KROONE

Россия, 610025, г. Киров, ул. Бородулина, 12а.
Тел/факс: (8332) 37-61-37, 37-61-44

pik@pik.kirovcity.ru
www.pik.kirovcity.ru

OSS/BSS на кипящем рынке

«Телекоммуникационная отрасль и ее рынки изменились навсегда» – эта фраза Д. Райса и М. Кринера из TelecomForum, стала отправной точкой обсуждения новых реалий операторской деятельности на конференции «Новый уровень зрелости OSS/BSS для российских телекоммуникационных компаний», организованной компанией Naumen.

Перемены налицо и всем известны: IP-трафик ежегодно удваивается, видеотрафик уже несколько лет растет экспоненциально, интерактивный контент стал основой потребительской мотивации, к 2009 г. трафик от населения превысит трафик от бизнес-пользователей.

Все это показывает, что рынок связи находится в состоянии фазового перехода. Подобно тому как при кипячении воды с какого-то момента температура перестает повышаться, хотя энергия затрачивается, так и на телеком-рынке нередко бывает, что сети строятся, новые услуги вводятся, работа кипит, а прибыль пробуксовывает. Тревожные сигналы: рынок растет, но темпы его роста снижаются; трафик увеличивается, но доля операторов в нем падает. Почему? Кто виноват? И, главное, что делать?

Эсперанто для бизнеса

Е. Соломатин («Коминфо Консалтинг»), обрисовавший эту волнующую картину, утверждает, что ключевым преимуществом игрока становится всеядность: «портфолио микс» и конвергентные услуги.

Как в новых условиях выработать правильную бизнес-стратегию? Для этого есть много инструментов, один из них – eTOM. Е. Соломатин призвал относиться к нему не как к фетишу, а как к удобному общему языку, помогающему структурировать задачу, своего рода таблице Менделеева для бизнес-процессов. Вместе с тем карту eTOM целесообразно дорабатывать с учетом особенностей конкретной компании. Ее использование поможет разным подразделениям оператора (ИТ, маркетингу, продажам) достичь взаимопонимания, чтобы действовать как «единый кулак».

А единства-то как раз может и не хватить. Ф. Краснов (АКАДО) предп-

редил, что утверждение выработанной стратегии вряд ли обойдется без борьбы внутри компании. И здесь нужно не стесняясь использовать все достижения маркетинга – от позиционирования до разработки каналов коммуникаций, чтобы «пропиарить» правильную стратегию.

Подход производителей

Когда дело доходит до проведения бизнес-стратегии в жизнь, настает черед OSS/BSS. Одна из таких систем – комплексное решение Naumen Telecom (CRM, IP call-центр, Service Desk, управление заказами, Service & Resource Inventory и т.д.) – на рынке присутствует уже давно и имеет немало внедрений.



Д. Литвин: «Без системы самообслуживания клиентов мы бы не справились с валом обращений»

В чем состоит новый уровень ее зрелости? Он проявится, в частности, в планируемом к нынешней осени релизе системы. Модуль Service & Resource Inventory будет дополнен линейно-кабельным учетом и модулем учета MPLS, а также будет осуществлена интеграция с ГИС, которая позволит точнее вести учет и быстрее заменять неисправное оборудование. Может использоваться любая промышленная ГИС, например Mapinfo, или бесплатная веб-ориентированная, такая как Google Maps.

Готовится к выходу и своего рода APM оператора call-центра. Это единый интерфейс, открывающий доступ к пяти системам: биллингу, CRM, Service Desk, Inventory и мониторингу. Такая система ускорит обслуживание клиентов и повышает его качество.

Учитывая конъюнктуру, сложившуюся на рынке труда отрасли, Naumen начала продвигать в телекоме Talent

Management – систему управления квалификацией и развитием персонала. Она позволяет планировать, контролировать и учитывать получение сотрудниками тех или иных навыков и знаний, отслеживать потребность в обучении, управлять проведением аттестаций, подбирать сотрудников нужной квалификации, управлять очным и удаленным обучением и т.д.

Партнер Naumen, компания Forward Telecom, считает, что в условиях высококонкурентного рынка действенным средством привлечь и удержать клиента является предложение ему различных бонусов и скидок. И чтобы обеспечить операторам такую возможность, разработала ACP, позволяющую вести учет и расчет сложных бонусных схем для пакетных услуг, например для triple play.

Обслуживание абонента – дело рук самого абонента

А что думают о стратегиях операторы? Украинский оператор «Воля» (аналоговое и цифровое кабельное ТВ, высокоскоростной доступ в Интернет), к примеру, одной из важнейших в настоящее время стратегий считает широкое развитие самообслуживания абонентов. Для этого компания открыла абонентам веб-доступ к части информации биллинговой системы. При этом клиенты могут не только получить информацию о состоянии счета и подключенных услугах, но и сменить тарифный план, добавить или отключить услуги и т.д.

К интерактивному управлению тарифными планами идет и «Комлайн» (ГК «Синтерра»): помимо повышения удовлетворенности клиентов, это снижает затраты, в том числе и временные.

Но на первом месте, по мнению Д. Литвина («Воля»), стоит все-таки повышение качества обслуживания, а быстрота на втором – уж больно клиенты пошли требовательные.

Нина ШТАЛТОВНАЯ

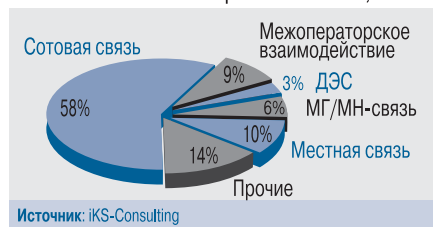
Тверичи за три моря не спешат

Тверь – один из древнейших городов России: 873 года – возраст солидный даже для старушки Европы. Местные торговцы играючи заткнули за пояс Колумба: Афанасий Никитин совершил свой закупочный рейс в Индию за 20 лет до генуэзца. Волею истории Тверь оказалась аккурат между двух столиц, что позволило ей стать одним из промышленных центров региона. Однако телекоммуникации из положения области на важнейшей магистрали страны выгод пока не извлекли.



По уровню доходов от услуг связи на общероссийском фоне Тверская область далека от лидерских позиций – \$340 млн в 2007 г., это лишь 25-е место. Зато в Центральном федеральном округе без учета Москвы у Твери – почетная бронза.

Структура рынка услуг связи
Тверской области, 2007



Крупнейший сегмент рынка, естественно, – **сотовая связь**. Стараниями «большой тройки», дополненными работой «Скай Линка», сотовой связью в регионе пользуются девять человек из десяти – и это без учета «мертвых душ». Причем на сотовую связь приходится 58% всех телекоммуникационных доходов (при общероссийских 44%), что, впрочем, заставляет делать выводы относительно уровня развития фиксированной связи.

С **телефонией** все ожидаемо – нужды населения в разговорах на 90% удовлетворяет «ЦентрТелеком», а прочие два десятка игроков – это небольшие альтернативные и ведомственные операторы. Работала здесь, правда, компания с говорящим названием «АТС», но два с половиной года назад она породнилась с традиционным оператором, а ныне и вовсе в нем раство-

рилась, и теперь ее 28 тыс. абонентов вверены МРК. «ЦентрТелекому» предстоит еще немало потрудиться на ниве телефонизации села, хотя свет в конце этого туннеля виден: установка телефонов в подавляющем большинстве сёл – в текущих планах оператора.

Но самый отстающий и в то же время, пожалуй, самый интересный сегмент – это **услуги на базе сетей передачи данных**. То, что тверичи тратят на доступ в Интернет и передачу данных лишь 3 рубля из каждых 100, расходуемых на связь, никуда не годится. IP'зация россиян в среднем почти втрое выше. Конечно, это говорит в первую очередь о возможностях, открывающихся перед участниками рынка.

Полдюжины компаний во главе с «ЦентрТелекомом» активны в сегменте коммутируемого доступа. Но закат этой технологии заметен и здесь – dial-up уже приносит менее половины доходов от интернет-доступа. Пусть это соотношение составляет лишь 48% против 52% – Рубикон перейден и возврата к медленному Интернету нет.

На **широкой полосе** лидирует традиционный оператор, он держит сейчас почти половину рынка. Выделенный доступ предлагают в Твери десяток компаний. Пока на крупнейшие из них приходится по 2–3 тыс. клиентов, но это только начало, да и приход москвичей и крупных федеральных игроков неизбежен, поэтому успокаиваться «ЦентрТелекому» рано.

Хотя об острой конкуренции речь на рынке еще не идет: проникновение широкополосного доступа в Твери составляет всего 9%, в то время как во многих других городах России оно вдвое выше. Так что тверскому рынку

Абонентская база ШПД Твери



предстоит расти еще не один год и места на нем пока хватит всем.

Тверская область на удивление не обласкана вниманием альтернативных операторов, не использованы возможности ее положения меж двух столиц. Если ширина и качество автомобильной магистрали между Москвой и Петербургом критики не выдерживает, то магистраль телекоммуникационная проходит через Тверь не одна – и все они, как на подбор, широки и современны. Время покажет, кто лучше всех воспользуется географической спецификой региона и отправит больше тверичей в виртуальное хождение за три моря.

Дежурный по рубрике
К. АНКИЛОВ, аналитик агентства «iKS-Консалтинг»



30 сентября 2008 г. в Киеве состоится **3-я Международная конференция «High-Tech-Marketing: Технологии формирования спроса на новые high-tech-продукты».**

Основные темы конференции:

- особенности внедрения high-tech-продукта на рынок,
- коммуникационные стратегии формирования спроса,
- цена как инструмент стимулирования продаж,
- увеличение продаж на high-tech-рынке.

Приглашаем руководителей компаний; директоров по маркетингу, продажам, развитию бизнеса, стратегическому планированию; профессионалов в области маркетинговых коммуникаций, поведенческого маркетинга, конкурентных стратегий, тарифной политики и стратегий ценообразования, развития и продаж high-tech-продуктов.

Организаторы конференции – агентство «iKS-Консалтинг» и ассоциация «ИКТ-Маркетинг».

Тел. +7 (495) 505-1050

+38 (044) 501-6450

www.hitechmarketing.ru

выставки, семинары, конференции – весь календарь отрасли см. на www.mks.ru – выставки, семинары, конференции – весь календарь отрасли см. на www.mks.ru

выставки, семинары, конференции

Дата и место проведения, организатор, сайт

Наименование мероприятия

23–27.06. Москва.

«Экспо-Экос»:

www.expococos.com

«Нефтегаз-2008»

12-я международная выставка «Оборудование и технологии для нефтегазового комплекса»

25–26.06. Москва.

infor-media Russia:

www.infor-media.ru

Международная конференция «Магистральные, транспортные телекоммуникационные сети»

06–13.07. Сочи.

Академия информационных систем:

www.infosystem.ru

III международный семинар «Обеспечение информационной безопасности группы компаний ЛУКОЙЛ»

09–11.07. Сингапур.

Magenda Global:

www.magenta-global.com.sg

Mobile payments World-2008

09.09. Москва.

BFGGroup:

www.bfestgroup.ru

Форум «IT-стратегии: инновации, организация, изменения»

09–13.09. Сочи.

Академия информационных систем:

www.infosystem.ru

VII ежегодная Всероссийская конференция «Обеспечение информационной безопасности. Региональные аспекты»

10–12.09. Казань.

«Казанская ярмарка»:

www.oilexpo.ru/rus

15-я международная специализированная выставка «Нефть, газ. Нефтехимия»

12.09. Москва.

BFGGroup:

www.bfestgroup.ru

Конференция «SOA-2008. Успешный опыт и возможные ошибки»

Более актуальную информацию всегда можно найти на сайте www.iksmedia.ru/events.

ТРЕТЬЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

30 сентября 2008 г., Киев

High-Tech Marketing

ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА НА НОВЫЕ HIGH-TECH-ПРОДУКТЫ

реклама



Темы конференции:

- Особенности внедрения high-tech-продукта на рынок
- Коммуникационные стратегии формирования спроса
- Цена как инструмент стимулирования продаж
- Способы увеличения продаж на high-tech-рынке

Адрес: «iKS-Êî íñàèòè íã»

www.iks-consulting.ru

Тел.: +7 (495) 505-1050

IKS
CONSULTING

Адрес: «ÊÊÒ- Ì àðéàðè íã»

www.ictmarketing.org

Тел.: +38 (044) 501-6450

ICTM
ICT-MARKETING

выставки, семинары, конференции

Дата и место проведения, организатор, сайт	Наименование мероприятия
15–19.09. Пос. Ольгинка Краснодарского края. НОУ «Резонанс»: www.rezonance.com	Семинар-совещание «Отрасль информационных технологий и связи: государственная политика в области экономической, финансовой и инвестиционной деятельности»
17.09. Москва. infor-media: www.infor-media.ru	Конференция «Мобильный маркетинг и реклама»/Mobile Marketing & Advertising
17–18.09. Прага. Informa: www.comworldseries.com	Central & Eastern Europe's leading communications conference & exhibition
21–23.09. Москва. «Форт-Росс»: www.fort-ross.ru	6-й съезд российских ИТ-директоров (Russian CIO Summit)
22–26.09. Пос. Ольгинка Краснодарского края. НОУ «Резонанс»: www.rezonance.com	Всероссийская конференция «Универсальные услуги связи: экономика, развитие сетей и расширение номенклатуры, итоги работы»
30.09. Москва. «Форт-Росс»: www.fort-ross.ru	Конференция и выставка Data Center Forum
30–01.10. Москва. Академия информационных систем: www.infosystem.ru	II международная конференция «Стандартизация информационных технологий и интероперабельность» SITOP-2008

Более актуальную информацию всегда можно найти на сайте www.iksmedia.ru/events.

23–25 сентября 2008 г. в пансионате «Ватуткин» состоится 9-я международная конференция **«Состояние и перспективы развития Интернета в России: от сетей к сервисам».**



**АССОЦИАЦИЯ
ДОКУМЕНТАЛЬНОЙ
ЭЛЕКТРОСВЯЗИ**

Будут рассмотрены технологические, производственные, потребительские, инфраструктурные, организационные, нормативно-правовые, образовательные, исследовательские и иные тенденции развития IP-коммуникаций и IP-сервисов. Тематика конференции направлена на сокращение цифрового неравенства, устранение барьеров по доступу организаций и граждан РФ к массовым коммуникациям и информационным ресурсам, повышению качества и расширению номенклатуры инфокоммуникационных сервисов.

Организатор – общественно-государственное объединение «Ассоциация документальной электросвязи» при поддержке Министерства связи и массовых коммуникаций РФ.

Тел. (495) 673-3428, ф. 673-3029
info@rans.ru, www.rans.ru

выставки, семинары, конференции – весь календарь отрасль см. на www.iksmedia.ru – выставки, семинары, конференции – весь календарь отрасль

TRANSPORT NETWORKS

25-26 Июня 2008 г., Москва, Отель «Бородино»

Международная конференция транспортные телекоммуникационные сети

Основные темы конференции:

- Современное состояние магистральных, транспортных телекоммуникационных сетей
- Строительство, развитие и модернизация магистральных, транспортных телекоммуникационных сетей
- Тенденции развития транспортных телекоммуникационных сетей
- Сети связи нового поколения (NGN)
- Развитие сетей сотовой связи третьего поколения и их транспортных сетей
- Модернизация мобильных транспортных сетей для эффективного позатратам предоставления услуг 3G и 3,5G.
- Решение Nortel Carrier Ethernet для операторов мобильной связи

Организатор:



Серебряный спонсор:



Бронзовые спонсоры:



Информационные партнеры:



С докладами выступят:



Илья Кравчук,
И.о. генерального директора,
«ПетерСтар»



Виктор Белов,
Заместитель генерального
директора – технический директор,
«КОМСТАР-Директ»



Наталья Руденко,
Директор по технологическому развитию,
«ВымпелКом»



Сергей Яковлев,
Коммерческий директор,
«Старт Телеком»



Олег Балабан,
Начальник департамента маркетинга
и конвергентных услуг,
«МТС Украина»



Сергей Комаров,
Менеджер по развитию бизнеса,
департамент Сетей Переданн Данных,
Huawei

Зарегистрируйтесь по телефону: +7 (495) 666-22-44,
или по e-mail: mail@infor-media.ru, www.infor-media.ru/TransNet2008