

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. Шибяева, 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. Волюнкина

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

№ 04/2008 подписан в печать 27.03.08.
Тираж 15 000 экз. Свободная цена.
Формат 64x84/8

ISSN 0869-7973



Когда готовился к печати апрельский номер «ИКС», на его обложку отчаянно рвались революционная мадонна Делакруа (она все же устроилась на центральном развороте ТЕМЫ номера), крейсер «Аврора», разрушенная Бастилия, вызывающе рыжий юнец, «достающий» возрастного консерватора... Иными словами, нас просто преследовали старые и новые сюжеты из серии «братание идеи со штыком».

А все почему? Весна! Время революционных перемен в природе, в человеке и в бизнесе. В воздухе разлито обаяние переворота. Почему-то вмиг надоели косметические изменения, сбалансированное развитие. Хочется свежей зелени, нового вкуса и энергичных аккордов.

ИТ-революция XXI века реализовалась в сервис-ориентированной архитектуре. Но скептицизм бизнеса усмиряет молодецкую удаль ай-тишников. В результате на флаге SOA в ТЕМЕ номера сошлись **РЕВО-** и **ЭВО**люция, а в результатах исследования рынка – pro и contra. Но оптимизм – «религия революций» – не сдаётся, прорываясь в аналитических **«Апрельских тезисах-2008»**, джазовых импровизациях на тему «что такое SOA?» и рыночных агитках за «жизнь по SOA».

Весенняя энергия подстегивает нетерпеливых участников молодого рынка мобильной рекламы (**Мобильная реклама: стратегии и перспективы, Рекламная пауза затянулась?**), а зрелые рынки заставляет диверсифицироваться: мобильность как таковая перестает интересовать бизнес, рождая зеленые во всех смыслах приложения – мобильный банкинг, коммерцию, платежи, Интернет, маркетинг (**Мобильные платежи: все только начинается, Трое в лодке по имени «Барселона»**).

Весна – стимул для людей не только действующих, но и мыслящих. Постоянный автор журнала «ИКС» и блоггер портала IKSMEDIARU выдвинул идею, близкую к революционной: на «битовой трубе» зарабатывать можно, превратив «перенос битов» в биржевой товар (**Как выжить телекоммуникационному оператору?**).

Вечно зеленый символ перемен последних лет – неутомимый на обещания WiMAX материализовался на новой странице Телекоммуникационного атласа «ИКС» – в Национальной таблице WiMAX-перспектив. Здесь можно узнать, каково настоящее и будущее операторов беспроводного широкополосного доступа, «живущих» в разных диапазонах частот.

С приходом весны и охоты к переменам желаю не терять головы ни в одной из бизнес-революций.

До встречи,
Наталья Кий,
главный редактор

НОВОСТИ

- 3 КОЛОНКА РЕДАКТОРА
- 6 **АКТУАЛЬНЫЙ КОММЕНТАРИЙ**
В. ДРОЖЖИНОВ. «Электронная Россия»
попала в пятерку проблемных программ
- 8 **ЛИЦА**
- 9 **ПЕРСОНА НОМЕРА**
С. АЛИМБЕКОВ. В гармонии с самим собой
- КОМПАНИИ**
- 12 Новости от компаний
- 22 Всегда на связи с клиентами
- 30 Ю. ЧЕРНЫШОВ. Смена технологий = смена бизнеса
- СОБЫТИЯ**
- 20 Сколько стоит ИТ?
- 23 Рекламная пауза затянулась?
- 24 ЗГ в России: риски сведены к минимуму?
- 25 Трое в лодке по имени «Барселона»
- 32 Мобильные платежи. Все только начинается
- 34 Эффективность электронных каналов продаж растет
- СУБЪЕКТ ФЕДЕРАЦИИ**
- 35 Ю. ФЕДОРОВА.
Липецкая область.
Мал золотник, да дорог
- 36 **КАЛЕНДАРЬ СОБЫТИЙ**
- 92 **НОВЫЕ ПРОДУКТЫ**

ЦЕНТР ТЕЛЕКОМ
оператор магистральных сетей, центральная телекоммуникационная компания
спонсор рубрики

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!**



9
Персона номера.
С. Алимбеков

25
Трое в лодке
по имени
«Барселона»



ТЕМА

SOA: РЕВОЛЮЦИЯ? 38

Фокус

40 Феномен перемен

Аналитик

45 В. БОРКУС.
Апрельские тезисы-2008. SOA в России

48 О. ВЛАДИМИРОВА.
Скоро сказка сказывается,
да не скоро SOA делается

Позиция

49 Г. ЛАДЫЖЕНСКИЙ.
SOA в России – не арена для массовых проектов

51 ВСС реализует интеграционный
SOA-проект для «Аэрофлота»

Модель

52 Д. ПОВАРОВ, Е. ЗЕЛЕНИНА.
Как не разминуться в туннеле

Сценарий

55 О. СКОКОВ, А. МАРЬИН.
Инфоком через призму SOA

NEWS

- 3 EDITOR'S COLUMN**
- 6 TOPICAL COMMENTARY**
V. DROZHZHINOV. «Electronic Russia»
Became One of Five Problem Programs
- 8 PROFILES**
- 9 PERSON OF THE ISSUE**
S. ALIMBEKOV. In Harmony with Oneself
- COMPANIES**
- 12 Company News**
- 22 Always in Touch with Customers**
- 30 Yu. CHERNYSHOV.**
Technology Change = Business Change
- EVENTS**
- 20 How Much Does IT Cost?**
- 23 Has Commercial Break Been Dragged on?**
- 24 3G in Russia: Are Risks Minimized?**
- 25 Three Man in the Boat Named «Barcelona»**
- 32 Mobile Payments. Everything Has Just Started**
- 34 Efficiency of Electronic Sales Channels Is Growing**
- SUBJECT OF FEDERATION**  спонсор рубрики
- 35 Yu. FEDOROVA.** Lipetsk Region:
Good Things Come in Small Packages
- 36 CALENDAR OF EVENTS**
- 92 NEW PRODUCTS**

How can IKS help YOU succeed in the Russian market?



9 [**Person of the Issue.**
S. Alimbekov

25 [**Three Man in the Boat Named «Barcelona»**



COVER STORY

SOA: Revo EVO lution? 38

- Focus**
- 40** Phenomenon of Changes
- Analyst**
- 45** V.BORKUS.
April Theses-2008. SOA in Russia
- 48** O. VLADIMIROVA.
It Is Tales That Are Quickly Spun,
SOA is Sooner Said Than Done
- Position**
- 49** G. LADYZHENSKY.
SOA in Russia Is not Arena for Mass Projects
- 51** BCC Implements Integration SOA project for Aeroflot
- Model**
- 52** D. POVAROV, E. ZELENINA.
How Avoid Missing Each Other in the Tunnel
- Scenario**
- 55** O. SKOKOV, A. MARYIN.
Infokom through
the Perspective of SOA

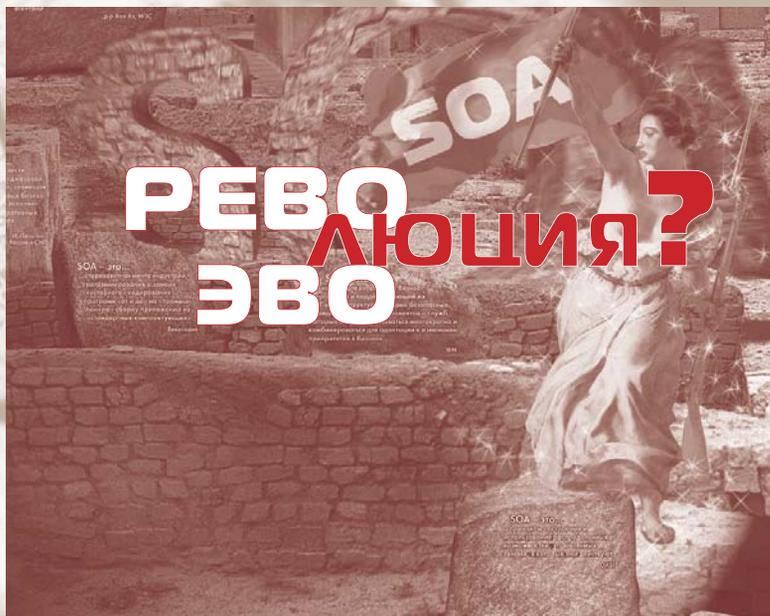
1. IKS is the leading business inter-industry publication for new converged Telecom-Media-Technologies market – essential information source about market trends and analysis for your investment and strategy policies.
2. Our readers are the leaders of business community – your chance to talk to the market 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!

- Projects**
- 58 Banks Are Accumulating ... Expertise
- Aspect**
- 60 A. LUKATSKY. People in Trouble or SOA Safety
- IKS Debating Club**
- 61 Long Way to SOA

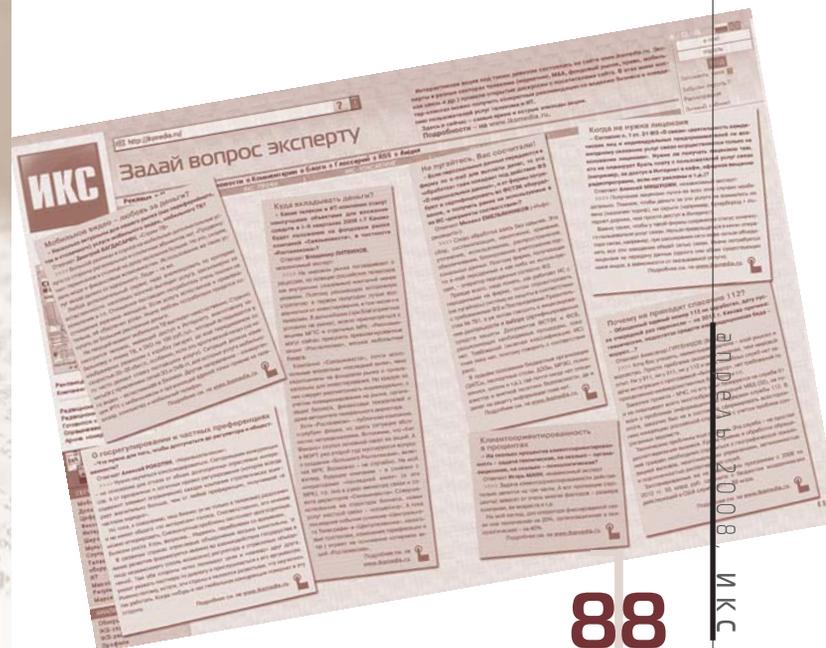


BUSINESS

- M&A-comment**
- 69 A. VORYHALOV. Integrators are Prepared to IPO
- Telecommunication Atlas of IKS**
- 70 National Table of WiMAX prospects
- 72 G. BOLSHOVA. WiMAX Place in Domestic Frequency Allocation
- 74 S. RYBALKO. WiMAX Facing Mass Market
- Problem**
- 76 A. ROKOTYAN. How Can Telecommunication Operator Survive?
- High-tech-marketing**
- 80 M. GETMANOV. Mobile Advertising: Players, Users, Tariffs
- Law**
- 83 A. MISHUSHIN. Technical Assignment for Billing
- Defence Lines**
- 84 A. STEPANENKO. My IP Phone Rang...
- On IKS MEDIA.RU Portal**
- 88 Ask Your Question to the Expert!
- Solution**
- 90 S.YASSINSKY. A Way to Dynamical Enterprise
- 95 Read in the Next Issue

70

National Table of WiMAX prospects



88

Ask Your Question to the Expert!

«Электронная Россия» попала в пятерку проблемных программ

актуальный
комментарий

ПОДГОТОВИЛ
Владимир ДРОЖЖИНОВ

вместе с ГЛОНАССом и безопасностью дорожного движения. К такому выводу пришло Минэкономразвития России после очередной оценки 46 федеральных целевых программ.

Подобную оценку программ МЭРТ дает не впервые. Например, по итогам 9 месяцев 2007 г. «Электронная Россия» оказалась в шестерке низкоэффективных программ. А процент заключенных в ее рамках контрактов (43,1%) был ниже, чем у программы Минздравсоцразвития «Социальная поддержка инвалидов».

13 марта 2008 г. на заседании Правительства Российской Федерации был рассмотрен вопрос «О ходе выполнения федеральных целевых программ и реализации федеральной адресной инвестиционной программы за 2007 год»*. Доклад от имени Минэкономразвития сделал заместитель министра экономического развития и торговли Российской Федерации А.Р. Белоусов**.

Критерии оценки

Для оценки хода реализации ФЦП используются целевые индикаторы и показатели эффектив-

ности их реализации. По всем 46 программам, финансируемым из федерального бюджета в 2007 г., предусматривалось 625 целевых индикаторов и показателей; из них достигнуто в полном объеме 493 (78,9%; в 2006 г. – 73,6%), не в полном объеме – 104 (16,6%), не выполнено полностью 28 (4,5%).

Сводные показатели оценки эффективности реализации ФЦП, используемые Минэкономразвития, учитывают уровень достижения (выполнения) целевых индикаторов и показателей; результаты выполнения ключевых программных мероприятий; ритмичность финансирования за счет средств федерального бюджета; уровень привлечения софинансирования мероприятий ФЦП за счет средств бюджетов субъектов Российской Федерации, муниципальных бюджетов и внебюджетных источников.

По результатам анализа показателей оценки эффективности все

федеральные программы условно распределены Минэкономразвития России по следующим категориям:

- 13 программ, реализация которых признается эффективной;
- 24 программы, по которым работа государственных заказчиков может быть признана удовлетворительной;
- 5 программ, реализация которых признается Минэкономразвития России недостаточно эффективной. В их числе – ФЦП «Электронная Россия (2002–2010 годы)» (Мининформсвязи России), объем софинансирования которой в 2007 г. составил 13,9% от запланированного объема.
- Еще по 4 программам оценка не производилась ввиду особенностей их финансирования в 2007 г.

Причины отставания

По мнению Минэкономразвития России, причинами недоста-

Проблемные федеральные целевые программы

	Уровень выполнения ключевых мероприятий	Уровень достижения целевых индикаторов и показателей	Ритмичность бюджетного финансирования	Уровень софинансирования (субъекты РФ, муниципальные бюджеты и внебюджетные источники)
Развитие Дальнего Востока и Забайкалья (Минрегион России)	0,43	0,31	0,57	0,57
Безопасность дорожного движения (МВД России)	0,60	0,40	0,25	0,61
Глобальная навигационная система (Роскосмос)	0,93	0,33	0,68	0,20
Промышленная утилизация вооружения и военной техники (Минпромэнерго России)	0,42	0,63	0,56	0,62
Электронная Россия (Мининформсвязи России)	0,70	1,00	0,13	0,14
Средний уровень (по 46 ФЦП)	0,84	0,98	0,53	0,76

Источник: МЭРТ

* <http://www.government.ru>

** <http://www.economy.gov.ru>

точной эффективности реализации некоторых программ являлся целый ряд факторов. Негативные последствия имели длительность проведения процедур по размещению заказов на поставки товаров (работ, услуг) для федеральных государственных нужд, а также неисполнение или ненадлежащее исполнение договорных обязательств заказчиками-застройщиками и подрядчиками. А.Р. Белоусов отметил и недостаточный уровень взаимодействия с органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, организациями и предприятиями и невыполнение в связи с этим обязательств по софинансированию программ. Кроме того, не на пользу федеральным программам пошло позднее открытие финансирования в связи с затягиванием сроков разработки проектной документации, ее доработки (в том числе в связи с удорожанием сметной стоимости строительства и изменением технических условий), а также затянувшееся оформление регистрационных документов.

Пятерка требует корректировки

Комплексная оценка итогов реализации федеральных целевых программ за прошлый год позволила Минэкономразвития выделить пять программ (см. таблицу), по которым следует принимать решения о корректировке. По каждой из этих программ в конце февраля 2008 г. в Минэкономразвития были проведены совещания с госзаказчиками, на которых были детально рассмотрены результаты и

найжены соответствующие варианты решений.

На программу «Электронная Россия» замыкается ряд важнейших проектов – «паспорт нового поколения», «единый номер 112», «социальная карта» и ряд других. Но сегодня эта программа и по структуре, и по механизмам уже устарела, считают в Минэкономразвития. Ее узкое место – согласование с органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации реализации и софинансирования программных мероприятий. Как следствие – программа в настоящее время требует радикальной реструктуризации и корректировки с

должен быть представлен в Правительство Российской Федерации до 25 апреля 2008 г.

■ ■ ■
Таким образом, программу «Электронная Россия» за шесть полных лет ее реализации с 2002 г. ждет второй передел. Автор этих строк с самого начала следит за ее результатами и судьбой. Однако, как говорит опыт, установленные правительством сроки представления новой редакции не обязательно будут соблюдены, что произошло, например, с предыдущей новой редакцией программы, которая согласно распоряжению Правительства РФ

На «Электронную Россию» замыкается ряд важнейших проектов – «паспорт нового поколения», «единый номер 112», «социальная карта»

продлением сроков ее реализации до 2012 г. При этом, по мнению А.Р. Белоусова, средства бюджета необходимо сосредоточить на финансировании крупных проектов, имеющих конкретный результат.

Правительство предложило Мининформсвязи России с участием заинтересованных федеральных органов исполнительной власти осуществить корректировку Федеральной целевой программы «Электронная Россия (2002–2010 годы)»: уточнить программные мероприятия и обеспечить концентрацию средств федерального бюджета на финансирование приоритетных мероприятий.

Проект решения Правительства РФ о внесении соответствующих изменений в данную программу

должна была появиться в IV квартале 2004 г., а увидела свет лишь в августе 2006 г. Версия-2006 создавалась в новых условиях государственного планирования и бюджетирования и более, чем первоначальная, ориентирована на результат.

Если речь идет о появлении второй новой редакции «Электронной России», то неплохо бы проинформировать налогоплательщиков о том, какие цели достигнуты и какие задачи решены на основе предыдущей версии программы (а они в новой и старой редакциях разные). И встает вопрос: а интегральная оценка выполнения программы в 2011 г. будет производиться по каждой из ее редакций или чохом? Или вообще не будет производиться? ИКС

Связь-Экспокомм-2008

адрес <http://www.svyazexpo-online.ru/>

Продукция более 1000 фирм из 28 стран на стендах «Связь-Экспокомм-2008» – 20-й международной выставки телекоммуникаций, навигационного оборудования, систем управления и информационных технологий

12 –16 мая 2008 г.
Москва, ЦВК «Экспоцентр», Краснопресненская наб.,

www.sviaz-expocomm.ru

реклама

SOA-маршрут относится к категории повышенной сложности. Российский рынок только вступил на этот путь (→ см. тему номера, с. 34–66 ←). Однако дорогу осилит идущий – и первопроходцы, в числе которых и гости нашей рубрики, накапливая опыт и преодолевая один этап за другим, приближают эру SOA.



**Александр
Анатолевич
ДАВЫДОВ,**
генеральный
директор
компании Naumen

Родился в 1958 г. Выпускник (1976 г.) физико-математической школы-интерната им. А.Н. Колмогорова при МГУ им. М.В. Ломоносова. В 1982 г. окончил Уральский политехнический институт (кафедра теоретической физики).

Работал в УПИ (прикладная математика), в ГВЦ облсполкома (разработка деловых программ на ПЭВМ «Искра-226»). В 1988 г. совместно с единомышленниками основал «СКБ Контур», где до 1991 г. работал техническим директором.

С 1991 по 2001 г. – технический директор в компании «Микротест». В ноябре 2001 г. учредил и возглавил компанию Naumen.

Женат, двое детей.



**Руслан
Станиславович
ДЕМИДОВ,**
заместитель гене-
рального директо-
ра компании ВСС

Родился в 1974 г. в Германии. В 1996 г. окончил Санкт-Петербургскую военную инженерно-космическую академию им. А.Ф. Можайского, факультет автоматизированных систем обработки информации и управления, в 2007 г. получил диплом MBA Государственного университета управления. В 1996–1998 гг. проходил службу в Военно-космических силах РФ. С 1998 по 2000 г. работал в компании «Квантум» (оператор сети беспроводной фиксированной связи в Санкт-Петербурге).

С 2000 г. – в ЗАО «Бизнес Компьютер Центр – Москва» (ВСС). В настоящее время занимает должность заместителя гендиректора и руководит Центром интеграции приложений компании.

Женат, две дочери.

Увлечения – шахматы, горные лыжи.

Родился в 1972 г. в Перми. Окончил Пермский государственный технический университет. С 1997 г. работал в ОАО «Уралсвязьинформ». В 1999 г. возглавил Центр телематических услуг. После его реорганизации и перевода в дочернюю компанию «Уралком» участвовал в разработке и внедрении проектов сети пакетной коммутации, мультисервисной сети IP/MPLS и сети доступа на базе xDSL на территории действия «Уралсвязьинформа», затем руководил службой эксплуатации мультисервисной сети.

В качестве заместителя гендиректора ООО «Уралком» осуществлял руководство техническим развитием компании, занимался разработкой новых решений, направленных на расширение спектра предоставляемых услуг и повышения эффективности деятельности компании.

С 2005 г. – в компании «Открытые Технологии», с ноября 2006 г. – директор по развитию бизнеса в «БиАй Телеком».



**Александр
Владимирович
МАРЫН,**
директор по
развитию бизнеса
«БиАй Телеком»

Родился в 1971 г. в Москве. В 1994 г. окончил МФТИ, а в 2002 г. – школу ИТ-менеджмента АНХ.

С 1991 по 1996 г. – программист в разных отечественных компаниях, затем аспирант и научный сотрудник в Лос-Аламосской национальной лаборатории США и Институте космических исследований РАН. В 1998 г. защитил кандидатскую диссертацию в области экспериментальной астрофизики.

В 1996–2006 гг. – обозреватель, научный редактор, заместитель главного редактора в PCWeek/Russian Edition.

Последние шесть лет занимается аналитическими (в основном технологическими) исследованиями рынка, консалтингом по способам применения ИТ-систем и проектным консалтингом: разработкой требований, сравнением и выбором систем, разработкой архитектур решений, согласованием проектов с бизнес-заказчиками, сопровождением внедрений. Области исследований и консалтинга – интеграция приложений (EAI, SOA, MOM и т.п.) и документооборот.

В 2006 г. основал проект KONNASI.

Увлечения – сноуборд, горный велосипед, ролики, фитнес.



**Владислав
Валентинович
БОРКУС,**
директор
исследовательской
консалтинговой
группы KONNASI

Родился в 1969 г. В 1992 г. окончил факультет кибернетики Московского инженерно-физического института, в 1995 г. – аспирантуру МИФИ по специальности «интеллектуальные системы управления».

С 1994 по 2003 г. занимался разработкой и интеграцией приложений в ведущих интернет-провайдерских и телекоммуникационных компаниях России (GlasNet/Россия-Он-Лайн, «Голден Телеком», «РТКомм.РУ»), участвовал в создании российского сегмента Интернета.

В 2003–2006 гг. работал в компании «Открытые Технологии» в качестве системного архитектора проекта внедрения Oracle e-Business Suite в ОАО «Связьинвест».

С ноября 2006 г. – в компании «Микротест»: сначала руководитель группы (позднее – отдела) интеграции BSS и CRM, затем – системный архитектор проекта создания АСР за услуги дальней связи в «Компании ТрансТелеКом».



**Дмитрий
Анатолевич
ПОВАРОВ,**
системный
архитектор,
«Микротест»



Сергей АЛИМБЕКОВ

В гармонии с самим собой

– так формулирует цель жизни Сергей АЛИМБЕКОВ. Самодостаточность, спокойная уверенность в себе, консерватизм в привычках... Откуда жизненные ценности, характерные для человека зрелого, у 30-летнего гендиректора компании «Комкор-ТВ»?

Династия

– Я родился в Москве, учился в обычной школе рядом с домом, в районе Строгино. Закончив 11 классов, поступил в пищевой институт: при школе были подготовительные курсы, но главное – он был близко к дому (в МГУ, куда прошел на химфак, ездить было далеко). После института – аспирантура, диссертация, степень кандидата наук.

Работать начал с третьего курса – летом в информационно-вычислительном центре МГТС. На четвертом курсе пришел в «МТУ-Информ», менеджером по продажам. Привел меня туда отец – тогда он еще не был руководителем этой компании.

Затем возникла компания «МТУ-Интел»: сначала это был dial-up-доступ, потом ADSL. Родился всем известный «Стрим». Я работал начальником отдела, заместителем гендиректора и, надеюсь, принял довольно активное участие в создании этого бренда.

В 2005 г. перешел в группу компаний «Комкор», в 2007-м возглавил «Комкор-ТВ».

Можно сказать, что у человека, который провел детство на «телефонке» (у меня оба родителя работали в МГТС и водили меня туда, наверное, с двух лет), другого выбора не было, кроме как идти в телеком. И самые сильные впечатления детства – стойки с оборудованием, все щелкает, лампочки мигают.

А еще хорошо помню Олимпиаду-80: обилие необычных товаров,

фантастические соки в ярких, красивых банках – что-то совсем из другого мира.

Сейчас у меня своя семья – недавно отметили 10-летний юбилей свадьбы, хотим поставить рекорд совместной жизни. Женился я на четвертом курсе института – рано это или не рано, не знаю, поразному можно оценивать. Жена – дизайнер интерьера. Дочка учится в школе. Мой вклад в ее воспитание скромный: в выходные гуляем вместе, разговариваем – обо всем и ни о чем. Я считаю, что у нас очень доверительные отношения в семье – я вообще старюсь со всеми строить доверительные отношения.

– **Какие цветы предпочитаете дарить?**

– Я знаю, какие цветы нужно дарить. Классический вариант – бордовые розы, с этого все начиналось. А любимые цветы жены – это луковичные, бело-зеленая гамма.

Стоик?

Так называют людей, которые отвергают дух потребительства, ограничивают свои желания, углублены в свой внутренний мир.

– Самое тяжелое – не выполнить обещание. У меня, смею считать, врожденное чувство ответственности. Я не говорю, что выполняю все обещания, – это невозможно. Но стараюсь не давать обещаний, которые не смогу выполнить. Если такое все же случается, чувствую дискомфорт.

По натуре я человек самодостаточный и неприхотливый – мне всегда всего хватает. Но такая позиция, понятно, ущербна: двигать некуда и незачем, а любая стаг-

нация ведет к деградации. Ведь жизнь – это развитие. Однако, когда я говорю, что мне всего хватает, это не означает, что я стою на месте. Просто мое развитие поддерживается стремлением к самодостаточности.

И это относится ко всему. Я доволен жизнью. Не потому, что жизнь хороша и удалась и дальше можно ни о чем не думать. Просто если ты доволен жизнью, то все будет хорошо, все будет удаваться. Жить в гармонии с собой – это должно идти изнутри.

– **Если человек живет в гармонии, значит, он счастлив?..**

– Да. Для меня это цель жизни. Я много читал про то, какие ценнос-



В подмосковной Швейцарии

ти на определенных этапах для человека главные. И та ценность, которую я сформулировал сейчас, точнее, мы с женой сформулировали (это семейная традиция – обсуждать такие моменты), соответствует жизненным ценностям людей 50–60 лет. И мне нравится жить с такой ценностью!



Сергею Алимбекову
нравится быть счастливым

...или сибарит?

Эпикурец, сибарит, гурман. Ему не чужды простые человеческие радости. Устойчивое счастливое состояние (а Сергей не стесняется в этом признаться) достигается в первую очередь духовными исканиями. Но почему бы не побаловать себя, если работаешь 20 часов в сутки?!

– Что, по-вашему, определяет понятие «стиль жизни»?

– Я не придерживаюсь какого-то особого стиля – я выбираю тот образ жизни, в котором мне удобно, т.е. стремлюсь вести себя так, как мне нравится. Мне удобно носить классическую одежду, поэтому можно сказать, что я придерживаюсь классического стиля. Я редко меняю бытовую технику, поэтому у меня консервативный стиль в общении с техникой. Я делаю так, как мне комфортно. Наверное, это и есть мой стиль жизни.

Где люблю бывать? В Москве у меня много любимых мест. Но я люблю их по-разному. Например, Красная площадь, Третьяковка – это возможность прикоснуться к прошлому, к великому...

Но есть еще дом, район, в котором родился и вырос, к которому привык, где все знакомо, – северо-запад Москвы. Это тоже любимое место.

А вот в районе Никитских улиц (между Тверским бульваром и Баррикадной) особых достопримечательностей, кроме церкви, где венчался Пушкин, вроде бы и нет. Но мне там хорошо. Особая атмосфера, что ли? Может, поэтому там

много ресторанов. А я люблю хорошо покушать, и не просто хорошо, а необычно и красиво. Наверное, это и есть мое хобби.

Отдыхать предпочитаю в Подмосковье: не люблю далеко ездить, да и дача по северо-западному направлению. И детство тут прошло: пионерлагерь МГТС был в Звенигороде.

Впрочем, есть одно исключение – Альпы, юг Германии. Я, конечно, катаюсь там на лыжах, но для меня главное не это, а бальнеологические курорты. Горные озера, минеральная вода, целебный альпийский воздух...

– Понятно, учиться вам хотелось поближе, отдыхать – поближе... Вы сибарит?

– Смотря что вкладывать в это понятие. Можно сказать и так: я люблю посибаритствовать. Иногда.

Бизнес и политика

Сергей Алимбеков, безусловно, состоялся как профессионал. Но кем он видит себя лет через 20–30? Так далеко не загадывает. И о политической карьере не думает.

– Политика меня не прельщает. В меру свободного времени я слежу за развитием событий у нас в стране и за рубежом, но как сторонний наблюдатель. Политические процессы можно осмысливать, делать выводы. Но участвовать в них не хотелось бы.

Бизнес честнее, хотя здесь недобросовестных людей тоже хватает. Отечественный бизнес давно просил у государства принять хоть какие-то правила игры, одинаковые и понятные для всех. Сегодня они более или менее сформулированы и как-то исполняются. В мировом бизнесе все достаточно серьезно регулируется и добиться чего-то может тот, кто следует правилам.

Российский бизнес приближается к мировому. Еще в 1998 г., когда у нас случился кризис, стало понятно, что Россия – часть мировой экономики. Сейчас на Россию, Китай, Индию и Бразилию с интересом смотрят инвесторы с Запада, и уже это говорит о том, насколько близка Россия к мировому бизнесу. Собственно, мы – страны уже не третьего мира, а

второго экономического эшелона, мы вторые по доходности, которую хотят получать инвесторы.

– Вам когда-нибудь было стыдно за свою страну?

– Нет. Я, наверное, патриот. Понятие это во многом надуманное, но даже самые неблагоприятные поступки (или которые могут выглядеть таковыми в глазах мирового сообщества) в душе у меня находят оправдание. За страну не стыдно – за страну больно и обидно, но это касается не внешних проблем, а внутренних. Как поет Розенбаум, «я Родину свою люблю, но ненавижу государство».

➔ Пинг-понг с гендиректором

– Чем гордитесь?

– Чувством ответственности.

– Что не нравится в себе?

– Как это ни прискорбно, некоторая нерешительность...

– Для гендиректора?

– Для гендиректора. Я с этим «пороком» борюсь; может, поэтому и стараюсь принимать решения быстро.

– В какое время года вам комфортнее всего?

– Исторически так сложилось, что ближе к дню рождения. Теплая поздняя весна.

– Какой предмет в школе давался труднее всего?

– По результатам аттестата – биология.

– А легче всего?

– Математика. И химия.

– Отношения со спортом?

– Некогда, просто некогда. Любимый вид спорта – настольный теннис, занимался им около пяти лет.

– Пальцы у вас музыкальные...

– Учился семь лет по классу тромбона.

– Ваши предпочтения в этой области?

– Классический русский рок: «Кино», «Алиса», «Крематорий», ДДТ...

– Ваш девиз?

– Делай, что должно, и будь что будет.

– Можно его назвать девизом успешных персон?

– До большого успеха еще надо дожить, доработать. Пока это промежуточный этап.

Беседовала
Ирина БОГОРОДИЦКАЯ

Информационная безопасность против потерь

«Евросеть» при помощи компании «Инфосистемы Джет» внедрила в своей торговой сети систему защиты от вирусных и других вредоносных программ на базе ПО Symantec Enterprise Edition с централизованным управлением. Выбор продукта не случаен: ПО Symantec с проактивной защитой от вирусов разработано специально для территориально распределенных компаний и поддерживает все функции удаленного администрирования и восстановления после инцидентов, оставаясь прозрачным для конечного пользователя.

Прежде в распределенной торговой сети компании (более 4 тыс. салонов) использовалось разное антивирусное ПО, обновляемое в основном «по случаю». Не было ни единой политики безопасности, ни централизованного управления, ни возможности оперативно реагировать на инциденты. Поэтому атаки при вирусных эпидемиях приводили к чрезвычайно высокой нагрузке call-центра и ИТ-департамента «Евросети». По данным ServiceDesk, в 2007 г. в компании зафиксировано 2333 инцидента, из них 114 с высоким приоритетом. При этом устране-



Е. Акимов («Инфосистемы Джет») и А. Медведев («Евросеть»): главная сложность проекта – его масштаб и территориальная распределенность

ние инцидентов в регионах занимало 2–3 дня, что приводило к простоям торговых салонов (в августе и сентябре 2007 г. потери рабочего времени составили 174 ч 20 мин и 149 ч 39 мин соответственно).

Проект был завершен осенью 2007 г. Первые результаты: простои торговых салонов из-за вирусных атак уменьшились на 25%, а время реагирования на инциденты не превышает трех часов.

www.symantec.com,
www.jet.msk.su,
www.euroset.ru

Система менеджмента качества
сертифицирована на соответствие ISO 9001-2000
Система управления окружающей средой
сертифицирована на соответствие ГОСТ Р ИСО 14001-98

Нева Кабель
Подразделение Draka Comteq

**ПРОИЗВОДСТВО
ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННЫХ
КАБЕЛЕЙ СВЯЗИ**

ТППЭп и СБЛу
для нормальных условий

ТППЗП и СБЗЛу
для условий повышенной
влажности

ТППЭп-НДГ
для условий повышенных
требований к пожарной
безопасности

Кабели марок ТППЭп, ТППЗП, ТППЭп-НДГ
рекомендованы для уплотнения аппаратурой xDSL

ВСЕ СПЕКТР ПРОДУКЦИИ **Draka Comteq**

тел.: (812) 594-40-44, 592-75-79, 598-95-77.
факс: (812) 592-77-79, 600-66-77.
E-mail: sales@nevacables.spb.ru
<http://www.nevacables.ru>

Мобильный офис для SMB

вывели на рынок компании «Гудвин» и «АГАТ-РТ». Комплексное решение «Мобильный офис: АГАТ UX + Гудвин Бородино» обеспечивает абонентам мобильность в пределах офиса и расширенный функционал IP-АТС. В единой сети IP-телефонии могут функционировать как беспроводные DECT-телефоны, так и обычные аналоговые телефоны, IP-телефоны или софтфоны. Причем абонент с DECT-телефоном может пользоваться теми же функциями и сервисами IP-АТС «АГАТ UX», что и абонент аналогового телефона, включая организацию конференции, голосовую почту, запись разговора и др.

www.goodwin.ru

Кадровые назначения

«Ростелеком»

Георгий ЧЕРНЫЙ назначен директором департамента продаж операторам.
Евгений РУЖАН назначен директором департамента продаж корпоративным клиентам.
Марк ЦЫБРЕНКО назначен директором департамента по обслуживанию клиентов.

«ТрансТелеКом»

Андрей СЕМИН-ВАДОВ назначен первым вице-президентом по коммерческой деятельности.

«Комстар-ОТС»

Владислав ВАСИН назначен директором по взаимодействию с органами госвласти.
Роман АКАТОВ назначен коммерческим директором.

МГТС

Эдуард ШАРАЙ назначен заместителем гендиректора – коммерческим директором.

«Ренова Медиа»

Алексей ЩАЩАЕВ назначен вице-президентом по финансам.
Артур АЛЕКПЕРОВ назначен директором департамента стратегического маркетинга.

Tele2 Россия

Донна КОРДНЕР назначена главой представительства.

«Московская сотовая связь»

Сергей ХАНЕНКОВ назначен гендиректором.

Unitel

Игорь ПИЛЮГИН назначен гендиректором.

«Синтерра»

Владимир ИВИНОВ назначен директором самарского представительства.

«Ситроникс

Телеком Солюшнс»
Алексей ОДИНОВ назначен заместителем генерального директора по исследованиям и разработкам.

«Урал-ТрансТелеКом»

Сергей ЕМЕЛИН назначен директором по развитию.

«Гудвин Европа»

Надир ИСМАИЛОВ назначен гендиректором.

«Квазар-Микро»

Владимир ЯСНИНСКИЙ назначен президентом компании.

Alcatel-Lucent

Йохан ВАНДЕРПЛАЕТСЕ назначен президентом по странам СНГ, Центральной и Южной Европы.
Дмитрий КАМЕНСКИЙ назначен вице-президентом в странах СНГ.

RAD Data Communications

Василий ГРУДЕВ назначен главой представительства в России.



«**ЦентрТелеком**» прекратил участие в уставном капитале «**Телесервиса**», продав 6,6% уставного капитала компании.

«**ВымпелКом**» завершил слияние своей косвенной 100%-дочерней компании **Lillian Acquisition** с «**Голден Телекомом**».

Совет директоров «**Синтерры**» одобрил приобретение 51% акций компании «**Телепорт Санкт-Петербург**».

IBS приобрела 51% «**Ленвза**» (**Learnware**), разработчика систем дистанционного обучения (торговая марка «ГиперМетод»).

Elcoteq подписала соглашение с **Flextronics International GmbH** о продаже своей дочерней компании «**Элкотек**» (Санкт-Петербург).

Trend Micro, поставщик антивирусного ПО, приобрел компанию **Identum** (Великобритания), разработчика технологии e-mail-шифрования.

Microsoft подписала соглашение о покупке стартапа **YaData** (Израиль), производителя ПО для сегментации рынка, и намерена приобрести компанию **Rapt**, разрабатывающую решения в области онлайн-рекламы.

Novell, поставщик решений на базе Linux, подписал обязывающее соглашение о покупке компании **PlateSpin** (Канада), специализирующейся на производстве решений для управления ЦОД.

Sun Microsystems завершила сделку по приобретению компании **MySQL**.

Acer приобретет **E-TEN Information Systems**, производителя коммуникаторов glofiish на базе ОС Windows Mobile.

Qualcomm приобрела стартап **Xiam Technologies** (Ирландия), разработчика программных решений для мобильной рекламы.

Red Hat купила системного интегратора **Amentra**, специализирующегося на сервис-ориентированных архитектурных решениях и управлении бизнес-процессами.

Плюсы мобильной рекламы

представил специалистам-рекламистам Д. Вацадзе, генеральный директор Mobile Media Group на презентации российских премиальных площадок для размещения мобильной рекламы в рамках выставки «Дизайн и реклама».

В конце лета 2007 г. входящее в состав MMG агентство Brand Mobile совместно с «ВымпелКомом» первыми в России запустили сервис мобильной рекламы на WAP-портале «Билайн», в вещательном сервисе «Хамелеон», а также на USSD/IVR-порталах оператора.

В то время как у динамических баннеров в Интернете отношение количества кликов к показам (CTR) в среднем колеблется от 0,1 до 2%, в пилотных проектах мобильной рекламы, реализованных осенью 2007 г. для брендов Fanta и Burn (компания Coca-Cola), этот показатель в пятидневной кампании Burn составил 2,32%, а в 10-дневной рекламной кампании Fanta для верхнего баннера, размещенного на WAP-портале, превысил 5%.

Еще одна акция, организованная MMG на площадках «ВымпелКома», — для бренда SELA, продемонстрировала готовность российских абонентов участвовать в рекламных кампаниях. За пять дней баннер был показан абонентам 740 тыс. раз, а количество кликов превысило 35 тыс., т.е. CTR составил 6,4%. За дополнительной информацией обратились свыше 98 тыс. поль-

зователей сервиса «Хамелеон».

Все это позволило Д. Вацадзе заявить, что интерес крупных рекламодателей к мобильной рекламе будет расти, благодаря чему объем этого рынка в течение двух лет достигнет \$50 млн.

www.brandmobile.ru



Д. Вацадзе: «Цены на размещение рекламы в мобильной среде уже растут»

Делать ставку на SMB

намерена HP в 2008 г. (правда, критерием отнесения компании к сегменту малого и среднего бизнеса у HP служит не численность персонала и не оборот, а бюджет, выделяемый на ИТ). По словам К. Паршина, руководителя отдела систем хранения данных подразделения технологических решений (TSG), доля продуктов для SMB в обороте TSG в России в 2007 г. составляла 20–25%, а в нынешнем году может увеличиться до 50%. Одним из шагов в этом направлении стал выпуск дискового массива HP StorageWorks 4400 Enterprise Virtual Array, предназначенного для небольших предприятий, которые стремятся управлять большими объемами данных в среде SAN без привлечения опытных специалистов в данной области.

www.hp.ru

Системная интеграция оборудования для сетей кабельного ТВ и Triple Play

Застолби территорию

г. Москва
ул. 7-я Парковая, 28
+7 (495) 730 61 61
www.oc.ru

оптимальные коммуникации

«Еще один хороший год»

– так охарактеризовал итоги 2007 г. генеральный директор «ВымпелКома» А. Изосимов. За год выручка оператора увеличилась более чем на 47,3% и достигла \$7,2 млрд, OIBDA – на 46,7%, до \$3,6 млрд. Абонентская база «ВымпелКома» выросла на 6,2 млн и теперь насчитывает 51,7 млн человек, из которых почти 9,5 млн пользуются услугами оператора за пределами России. Несмотря на обострившуюся конкуренцию на российском рынке сотовой связи, ему удалось повысить ARPU с \$10,9 в начале года до \$13,5 в конце.

Минувший год прошел для оператора под знаком 3G. Сначала он запустил сеть этого стандарта в Таджики-

стане, затем получил 3G-лицензию в России и расширил свою лицензионную 3G-территорию за счет Узбекистана и Армении.

В конце 2007 г. «ВымпелКом» шагнул на рынок широкополосного доступа в Интернет, начав сделку по приобретению компании «Голден Телеком», завершённую в 2008 г. «Мы очень рады, что эта транзакция закрыта, – сказал А. Изосимов, – поскольку уверены: слияние инфраструктур будет иметь синергический эффект и открывает новые возможности для роста как на рынке сотовой, так и фиксированной связи».

Освоение нового рынка, строительство сетей 3G потребуют от оператора увели-



Н. Прияшников («ВымпелКом»): «В 2007 г. мы старались работать более точно, делая предложения для конкретных сегментов рынка»

чения капитальных затрат. По словам А. Изосимова, в 2008 г. в целом по группе компаний они составят \$2,7 млрд, из них \$1,9 млрд – в России. В 2007 г. капитальные затраты группы компаний составляли \$1,8 млрд.

www.beeline.ru

Кбайт фактов

«ЦентрТелеком» заявил о своем намерении создать к 2012 г. единую мультисервисную инфраструктуру сети связи на базе NGN не менее чем на 90% территории Центра России.

ЮТК обеспечит 100%-ную цифровизацию сельской телефонной сети Астраханского филиала, заменив в 31 населенном пункте координатные АТС 50/200 на электронные ТОС 120.

«ТрансТелеКом» вошел в состав Международного комитета по защите кабелей (ICPC), основной целью которого является выработка и популяризация мер защиты подводных телекоммуникационных кабелей от природных и создаваемых человеком угроз.

АФК «Система» и правительство Белоруссии заключили генеральное соглашение о сотрудничестве, результатом которого должны стать экономически эффективные и социально значимые инвестиционные проекты в разных сферах экономики Республики Беларусь.

«Арктел» получил коды для предоставления услуг международной («21») и международной («26») связи.

«Комкор» в 4 раза увеличил пропускную способность канала, соединяющего его сеть с сетью международного провайдера Global Crossing. Теперь суммарная емкость всех внешних интернет-каналов компании достигла 50 Гбит/с.

5 лет x 5 тыс. специалистов + \$1,5 млрд



Р. Хоуи (IBM Enterprise Systems): «Пока в Москве продается мэйнфреймов намного меньше, чем в Нью-Йорке»

– таковы затраты IBM на анонсированную недавно новую разработку в категории мэйнфреймов – System z10. По сравнению с предыдущим мэйнфреймом z9 производительность новой системы на 50% выше при одновременном уменьшении занимаемой площади на 85% и таком же снижении энергопотребления. А если сравнивать с обычными «среднестатистическими» Intel-серверами архитектуры x86, то один мэйнфрейм z10 может заменить 1500 таких серверов. Выгоды внедрения мэйнфреймов корпорация IBM продемонстрировала недавно на собственной информационной системе, переведя на мэйнфреймы приложения, работавшие на 3900 Unix-серверах. Как показали расчеты, это позволит IBM в течение пяти лет сэкономить \$300 млн за счет упрощения ИТ-инфраструктуры и консолидации компьютерных мощностей, а также сокращения затрат на персонал, программные лицензии и офисные площади.

www.ibm.com/ru

ЕЩЕ БОЛЬШЕ НА
www.iksmedia.ru



Связь-Экспокомм-2008

адрес <http://www.svyazexpo-online.ru/>

Информационный центр выставки «Связь-Экспокомм-2008»

Павильон 2, зал 2, стенд № 22А30

- информация об участниках выставки
- программа мероприятий
- размещение пресс-релизов и новостей участников выставки
- интервью и обзоры

в режиме реального времени
на сайте Информационного центра www.svyazexpo-online.ru

Кбайт фактов

Сеть «МегаФон-Москва» открыла для своих абонентов роуминг передачи данных в сетях 3G, действующих в 31 стране мира, т.е. абонент-путешественник может пользоваться в стране пребывания не только высокоскоростным мобильным Интернетом, но и видеозвонками.

«Комстар-ОТС» завершил строительство сети международной и междугородной связи и подал в Мининформсвязи заявку на получение кодов доступа для оказания услуг дальней связи.

«Скай Линк» за счет доэмиссии акций увеличил уставной капитал до 2,69 млрд руб. Привлеченные средства будут направлены на реализацию текущих проектов, в том числе на развитие услуг на основе EV-DO Rev. A в Москве и Санкт-Петербурге.

«КиберПлат» объявила о готовности принимать платежи за использование ручных и автомобильных навигаторов навигационной системы ГЛОНАСС.

«Центральный Телеграф» запустил для корпоративных клиентов услугу подачи телеграмм по электронной почте.

«Синтерра» открыла в Пскове новый удаленный операторский центр, который стал вторым региональным сегментом территориально распределенного ЦОВ. На первом этапе работы в Пскове будет организовано 40 рабочих мест.

ЕЩЕ БОЛЬШЕ НА
www.iksmmedia.ru



WiMAX в Словении будет национальным

Telecom Slovenia, государственный оператор Словении, развернет в республике национальную сеть WiMAX. Оператор имеет лицензию на 42 МГц в полосе частот 3,5 ГГц. Сеть будет построена на базе решения Iskratel

SI3000 WiMAX, включающего в себя технологии WiMAX от корпорации Telsima (США). Услуги сетевой интеграции предоставит компания Iskratel.

www.iskrauratel.ru

Ассоциация-800 сменила имя

Общее собрание Ассоциации региональных операторов мобильной связи (Ассоциации-800) единогласно проголосовало за изменение названия и внесение соответствующих изменений в устав и учредительный договор. Из наименования исчезло слово «мобильной», в результате чего оно приобрело более широкое значение – «Ассоциация региональных операторов связи» (АРОС).

По словам председателя совета Ассоциации Г. Фридмана, необходимость изменения названия назрела давно, поскольку присутствие в его коротком варианте цифры «800» приносило негативный оттенок. Что, впрочем, не мешало этой организации упорно отстаивать интересы операторов, чьи сети действуют в стандарте TDMA/AMPS, и оказывать помощь своим чле-

нам в развитии сетей GSM-1800. Не без помощи ассоциации входящие в ее состав операторы за 2007 г. увеличили совокупную абонентскую базу более чем на 40%.

«Основная задача, которую мы ставим перед собой, – сказал Ю. Домбровский, президент Ассоциации-800, – создание благоприятной регуляторной среды для бизнеса: минимум барьеров – максимум доверия операторам». С этой целью нормативно-правовая секция Ассоциации-800 постоянно отслеживает отраслевые документы, выявляет в них нормы, создающие проблемы, и подает предложения по их корректировке.

Изменив название, ассоциация сможет представлять и защищать общие интересы ее участников в области не только сотовой, но и иных видов связи.

www.a800.ru



Ю. Домбровский: «Для регулятора мы, может быть, не самый удобный партнер»

Kraftway занялся вертикальными решениями

Помимо 293 тыс. ПК и почти 12,8 тыс. серверов, выпущенных в 2007 г. под брендом Kraftway, компания начала создавать специализированные продукты и вертикальные решения для различных отраслей экономики и государственных программ. В их числе объектовый концентратор информации для построения системы общественной безопасности города и системы мониторинга ЖКХ, а также система управления мобильными нарядами, которые уже внедряются в Москве в рамках ГЦП «Электронная Москва». В 2008 г. планируется внедрение специализированных решений для медицины и образования.

Оборот компании за истекший год увеличился на 24,3% и составил 7,8 млрд руб.

www.kraftway.ru

Связь-Экспокомм-2008

адрес <http://www.svyazexpo-online.ru/>

Пригласительные билеты для специалистов на выставку «Связь-Экспокомм-2008»

Профессионалы рынка и специалисты отрасли могут заполнить анкету на сайте «Экспоцентра» www.sviaz-expocomm.ru и получить билет на выставку «Связь-Экспокомм-2008»

Официальный каталог выставки можно приобрести с 12 по 15 мая в кассах ЦВК «Экспоцентр» (Москва, Краснопресненская наб.).

www.sviaz-expocomm.ru

реклама

RRC и InfoPrint совпали интересами

Поставщик сетевого и телекоммуникационного оборудования, систем информационной безопасности и инфраструктурных решений компания RRC EN CIS стала первым на территории России официальным дистрибьютором компании InfoPrint Solutions, совместного предприятия IBM (49% акций) и Ricoh (51%), специализирующегося на производстве корпоративных систем печати. По условиям подписанного контракта компания RRC EN CIS будет продвигать на территории СНГ комплексные решения, в которых используются матричные, линейно-матричные и термические принтеры InfoPrint. По словам директора по продажам InfoPrint Solutions А. Иващенко, это оборудование позволит конечным заказчикам снизить издержки производства, поскольку самую де-



И. Костица, гендиректор RRC EN CIS: «Продукция InfoPrint очень хорошо вписывается в нашу модель дистрибуции»

шевую и надежную печать при больших объемах обеспечивают именно линейно-матричные принтеры.

Максимальный спрос на эти системы печати ожидается со стороны компаний телекоммуникационного и банковского секторов. В частности, InfoPrint рассчитывает выйти на рынок операторов кабельного ТВ и интернет-провайдеров, которым приходится выставлять персональные счета, распечатывать их и рассылать клиентам. Таким компаниям InfoPrint предлагает также специальное ПО, позволяющее печатать документы с переменной информацией (до 11 переменных полей в документе формата А4) и обеспечивающее их последующую обработку, вплоть до упаковки в конверты для рассылки.

www.rrc.ru,

www.infoprintsolutionscompany.com

Symantec – для дома, для семьи



М. Мешанкин (Symantec): «Norton 360 завоевал 23–27% российского потребительского рынка коробочного ПО»

Сегодня 95% вирусных атак нацелены на домашнего пользователя. Страх потребителя ведет к тому, что время нахождения в Сети сокращается на 30%. Поэтому неудивительно, что Symantec, год назад выпустившая Norton 360, уже обновила свой продукт.

В марте Norton 360 версии 2.0 пришел на российский рынок, а в апреле поступил в розничную продажу по ориентировочной цене 1899 руб. Одну коробку Norton 360 версии 2.0 можно установить на три домашних компьютера. Продукт обеспечивает комплексную автоматизированную защиту ценной для пользователя информации и идентификационных данных, безопасность и настройку компьютера, резервное копирование и восстановление данных без снижения производительности компьютера. Norton 360 версии 2.0 защищает пользователей от скрытых загрузок файлов, а также от еще неизвестных угроз, связанных с использованием уязвимостей в браузере Internet Explorer.

www.symantec.ru

Кбайт фактов

В Ситуационном центре МЧС в Нижнем Новгороде запущена в тестовую эксплуатацию сеть подвижной связи стандарта TETRA, которая может быть использована для службы «112». В 2008 г. к ней будет подключено более 3,5 тыс. абонентов.

«Комстар-Директ» начал предоставлять в тестовом режиме услуги HDTV. Пользователи могут смотреть четыре канала – Discovery HD, MelodyZen, Luxe TV и VOOMHD, а также пакет из 10 фильмов с использованием сервиса «видео по запросу».

«Медиа Стиль» (Екатеринбург) запустила в коммерческую эксплуатацию проект интерактивного телевидения (iTV), включающий в себя сервисы «персональный видеоманитофон» и «сдвиг по времени».

INFON стал техническим партнером компании «Почта связи» в рамках реализации сервиса «Кибероткрытие», предоставляющего пользователям Интернета возможность отправить «реальную» поздравительную открытку с письмом, вложенную в конверт.

КРОК и Avaya модернизировали звонковый центр компании «Tele2 Россия». Теперь среднее время ожидания ответа оператора не превышает 30–40 с, а ответ на свое письмо абонент получает в течение 24 часов.

ЕЩЕ БОЛЬШЕ НА
www.iksmedia.ru



Связь-Экспокомм-2008

адрес <http://www.svyazexpo-online.ru/>

Виртуальный Информационный центр выставки – сайт www.svyazexpo-online.ru



Девятый год успешной работы
Проект журнала «ИКС»:

- интерактивная карта, список участников
- профили компаний, описание продуктов и услуг
- новости, пресс-релизы, интервью
- фотогалерея

Информационный стенд на выставке – пав. 2, зал 2, № 22А30

Кбайт фактов

Ericsson по пятилетнему контракту будет поставлять «ВымпелКому» оборудование для сети WCDMA/HSPA и предоставит профессиональные услуги (развертывание сети, управление, техподдержка и тренинг персонала) в семи из девяти макрорегионов РФ.

«**АРНА**» (бренд DUCAT), казахстанский альтернативный оператор с помощью **Orange Business Services** построил в Алматы сеть Metro Ethernet на основе идеологии NGN. Протяженность сети – более 500 км, стоимость инфраструктурной части около \$1,3 млн.

Huawei Technologies модернизирует оптоволоконную сеть украинского провайдера широкополосной связи **IPNET**. По окончании работ (стоимостью примерно \$4 млн) сеть будет охватывать около 600 тыс. домохозяйств.

«**Оптимизация**» до конца 2008 г. полностью автоматизирует 16-этажное офисное здание Группы **Синара** (Екатеринбург) в соответствии с концепцией «интеллектуального здания» в классическом понимании.

«**Петер-Сервис**» на основе продукта PETER-SERVICE ITC выпустил решение для операторских взаиморасчетов, предъявляющее сниженные требования к аппаратному обеспечению и рассчитанное на операторов с относительно небольшими абонентскими базами.

IBM назвала **ВСС** лучшим поставщиком решений в комплексных проектах с использованием серверного оборудования компании.

Cognitive Technologies на основе исследования организации документооборота на 250 предприятиях SMB, проведенного **МФПА** и **РАЕН**, разработала методику качественной и количественной оценки эффективности организации документооборота.

Первая российская Академия ProCurve

официально открыла свои двери в подмосковном Зеленограде. Она создана подразделением ProCurve Networking by HP и Московским институтом электронной техники (МИЭТ) на базе Лаборатории экспериментальных информационных технологий Информационно-аналитического центра (ЛЭИТ ИАЦ) этого института. Все оборудование академии размещается в одной телекоммуникационной стойке HP, где установлены не только коммутаторы и маршрутизаторы ProCurve, но и коммутаторы Cisco Catalyst. «Монополизм» основного поставщика Академии – ProCurve был нарушен специально, чтобы студенты получили более адекватное представление о реальных российских



М. Богатырева (МИЭТ) – первый и пока единственный преподаватель Академии ProCurve

корпоративных сетях. С помощью этого оборудования можно изучить теорию и практику построения проводных и беспроводных сетей, а также методы их защиты.

Доступ к сетевому оборудованию академии для

организации учебных сетей, конфигурирования коммутаторов и маршрутизаторов можно получить не только с программных консолей компьютеров учебного класса (Apple iMac 20" MA877 с MacOS и Windows, с интерфейсами Ethernet и Wi-Fi), но и удаленным образом с любого компьютера институтской сети. Слушателями Академии ProCurve станут сначала преподаватели кафедры телекоммуникационных систем МИЭТ. Первый набор «обычных» слушателей планируется провести осенью 2008 г., и тогда же стоит ожидать открытия новых Академий ProCurve в ряде региональных вузов.

www.procurve.ru,
www.miet.ru

Единый клиент безопасности для корпоративной сети

В феврале на международном рынке впервые было представлено универсальное программное решение для полноценной защиты конечных точек сети, в апреле оно появилось и в России.

Клиентское ПО Endpoint Security 7.0, созданное на базе технологий ZoneAlarm и Pointsec, – это самый свежий продукт компании Check Point, объединяющий в себе межсетевой экран (МЭ), антивирусное и антишпионское ПО, средства защиты и контроля данных, а также контроль доступа к сети, в том числе и при беспроводном соединении. Преимущества продукта для администратора безопасности очевидны: одно средство защиты – одна установка и обновление, одна универсальная панель управления, и это не считая принудительной установки корпоративных политик безопасности и проверки уровня защищенности до предоставления доступа к сети. Служба Check Point Smart Defense Program Advisor дает возможность контролировать набор программ, запускаемых на ПК, а динамически обновляемая база данных Smart Defense позволяет автоматизировать этот контроль и выполнение политик безопасности, а также блоки-



А. Потапов: «Одного антивируса на переносном ПК явно недостаточно, чтобы обеспечить его безопасное подключение к корпоративной сети»

ровать вредоносные коды. При этом установка Endpoint Security 7.0 не порождает конфликтов с другими средствами защиты.

Для пользователя – это прежде всего персональный МЭ, контроль запуска приложений и безопасность удаленного доступа к корпоративной сети. Усовершенствованная в версии 7.0 защита данных обеспечивается за счет шифрования (скорость 12–15 Гбит/с, алгоритмы AES, Cast, 3DES), аутентификации и средств управления портами. В качестве антивирусного ПО используется антивирус Касперского.

www.checkpoint.com



RAD делает акцент на мобильную связь

В ближайшие два года RAD Data Communications намерена удвоить объем своего бизнеса в России. Фундамент для реализации этой амбициозной цели, по словам В. Грудева, возглавившего недавно российское представительство компании, был заложен в 2007 г., когда бизнес-показатели RAD в мире и в России выросли на 10–15%.

Сегодня среди клиентов RAD – «большая тройка» сотовиков, региональные операторы, компании различных сфер деятельности, в первую очередь энергетики. 3G-оборудование RAD на российский рынок пока не поставляется, но со всеми компаниями, получившими 3G-лицензии, ведутся переговоры.

«Профессионал всегда работает на следующую вершину» – эти слова Д. Урубко, по-



В. Грудев: «Направление 3G-сетей мы считаем приоритетным»

корителя второй в мире по высоте вершины К-2, спонсорскую помощь в организации восхождения которому оказала RAD, можно отнести и к недавно объявленным планам компании. RAD смещает акценты с решений для сетей доступа в сторону сетей мобильной связи. Ее работа в этой области отмечена наградой Global Mobile Award, присужденной Ассоциацией GSM первому в мире решению для передачи сотового трафика через DSL-сети – шлюзу LA-130, входящему в линейку шлюзов

RAD для сетей радиодоступа.

У компании серьезные планы по строительству муниципальных сетей, что, в свою очередь, может послужить катализатором для открытия собственного производства на территории России.

www.rad.ru



В. Федотов: «В наших продуктах все настройки по умолчанию оптимальные»

Dr.Web усиливает защиту корпоративных сетей

После выпуска версии антивируса Dr.Web for Windows 4.44 для ПК и рабочих станций ее разработчик компания «Доктор Веб», обкатав новые технологии на рядовых пользователях, встроила их в свои продукты для корпоративных клиентов. Один из таких продуктов – недавно выпущенный программный комплекс Dr.Web Enterprise Suite 4.44. Он позволяет выполнять все операции централизованно: настраивать параметры защиты, обновлять ПО и вирусные базы на всех компьютерах и серверах локальной сети. В его состав вошли новый драйвер антивирусного сканера Dr.Web Shield, предназначенный для борьбы с рут-

китами, технология несигнатурного поиска неизвестных вирусов Origins Tracing и антиспам-модуль SpiDerMail. Спам-фильтр этого модуля использует технологию VadeRetro, а в постоянно обновляемой базе его эвристического анализатора писем содержится более 4,5 тыс. правил.

www.DialogNauka.ru, www.drweb.com

Кбайт фактов

«МФИ Софт» реализовала в решениях PTU, MVTS Pro и SIPrise Centrex поддержку сетевого протокола ENUM, позволяющего взаимно однозначно связать телефонный номер стандарта E.164 с универсальным сетевым идентификатором, например адресом e-mail.

«Комкор» в течение года будет предоставлять исполнителю дирекции ПФР услуги доступа в Интернет, высокоскоростные каналы передачи данных для организации единой компьютерной сети и выделенные цифровые каналы для внутренней телефонной связи. Сумма контракта – 4,7 млн руб.

SafeLine, дистрибьютор решений по обеспечению информационной безопасности компании «Информзащита», представил продукт Security Studio, предназначенный для защиты в соответствии с законодательством РФ и международными стандартами информации, составляющей коммерческую тайну, и персональных данных.

Motorola установит систему стандарта TETRA на скоростной железнодорожной линии пекинского аэропорта. Это будет первая в Китае линия экспресс-поездов, управляемых автоматизированной диспетчерской системой без участия машиниста.

ЕЩЕ БОЛЬШЕ НА
www.iksmmedia.ru



ТЕЛЕСОФТ РОССИЯ
рациональные системы

опытнейший российский разработчик ПО
для Вашего предприятия

тел.: +7 (495) 789 94 16, факс: +7 (495) 789 94 17, e-mail: info@tlsoft.ru, www.tlsoft.ru

реклама

Вы строите сети WiMAX

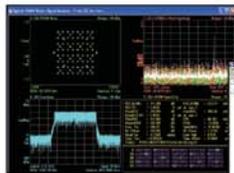
Agilent расчищает путь



Новые средства тестирования мобильных терминалов стандарта WiMAX



Agilent MXA и MXG для 802.16 WiMAX



Программное обеспечение для анализа векторных сигналов 89601A 802.16 WiMAX



Пакет Signal Studio для 802.16 WiMAX

Откройте для себя все возможности стандарта WiMAX. Компания Agilent первой на рынке создала средства проектирования, которые позволяют разрабатывать устройства с поддержкой стационарных и мобильных стандартов WiMAX и WiBro. Такие продукты как система автоматизированного проектирования Advanced Design System, генераторы сигналов серии ESG с ПО Signal Studio, а также программное обеспечение для анализа векторных сигналов VSA сделали технологию WiMAX реальностью. А сегодня последние разработки, например, генераторы сигналов Agilent MXG, анализаторы спектра MXA, системы производственного тестирования WiMAX и средства тестирования мобильных терминалов стандарта WiMAX, помогают обнаруживать потенциальные препятствия на Вашем пути и преодолевать их быстро и эффективно. Лидируйте, достигните предела возможностей и установите новый рекорд!

Информация о продуктах компании Agilent для тестирования сетей WiMAX, позволяющих быстрее выводить продукцию на рынок, представлена на сайте www.agilent.com/find/wimax2. Это тестирование WiMAX на грани возможного.

Москва, +7 495 797 39 00

www.agilent.com/find/wimax2



Agilent Technologies

СКОЛЬКО СТОИТ ИТ?

Этот непростой вопрос обсуждался ИТ- и генеральными директорами крупных компаний на конференции «Корпоративный ИТ-стратегии в России и СНГ» Института Адама Смита, состоявшейся в начале марта. Темы секций и дискуссий были разными, но на каждой из них, будь то стратегия ИТ или взаимоотношения с провайдером, во главу угла неизменно ставилась стоимость ИТ.

ИТ тоже товар

Мастер-класс аналитиков Т. Дженнинга из Butler Group и Т. Уайта из MarketWorks был посвящен главному вопросу – определению экономической эффективности и затрат на ИТ-проекты. На основе модели измерения ИТ-затрат, разработанной компанией Datamonitor, и созданных на ее базе табличных метрик аналитики продемонстрировали простые способы определения ИТ-расходов и их «вклада» в бизнес фирмы.



ИТ-директор «Мизля» С. Захарцев (справа): «Не пытайтесь согласовать собственную ИТ-стратегию с бизнесом, вам это не удастся. Бизнес интересуется только собственной стратегией»

Напомним: финансирование ИТ по остаточному принципу началось в середине 80-х, когда предложение на ИТ-рынке превысило спрос. Тогда же проявился серьезный негативный эффект: ожидания бизнеса от внедрения ИТ обычно превосходили реальные результаты. И аналитики обратили внимание на, казалось бы, неизмеряемую величину – финансовый вклад ИТ в бизнес. В самом деле, совершенствование бизнес-процесса, введение новых услуг, повышение качества обслуживания клиентов за счет реализации ИТ-проекта – все это обеспечивает прибавочную стоимость.

Увы, статистика Butler Group свидетельствует, что доля проектов, принесших бизнесу реальную выгоду, составляет не более 10%. Т. Дженнингс объясняет это неумением ИТ-директоров разрабатывать правильную стратегию развития ИТ-структуры, **измерять** расходы на ее поддержание, оценивать бизнес-риски, связанные с пробле-

мами надежности и доступности ИС, и стоимость модернизации ИТ-структуры в терминах бизнес-выгоды. Надо учиться делать такие оценки не только на микроуровне процессов ИС или ИТ-проекта (на котором и формируется стоимость ИТ), но и на макроуровне (т.е. определять эффект в масштабе бизнеса компании). По мнению Т. Дженнинга, расчет ИТ-директорами эффективности ИТ-мероприятий с использованием бизнес-терминов пока не стал массовым явлением. Именно неумение доказывать ценность ИТ и определять обеспечиваемую ими прибыль становится причиной недостаточного финансирования и требований высшего руководства сокращать расходы на ИТ.

Но для ИТ объем финансирования – это вопрос выживания. Т. Уайт рекомендует ИТ-директору: предлагая новые проекты руководству компании, не делать акцент на сумме расходов на покупку серверов, компьютеров, ПО или каналов. Прежде чем назвать «пугающую» цифру, надо подчеркнуть выгоды от внедрения нужного оборудования или ПО. Лучше всего представить ИТ-проект в виде произведения «масса × скорость × вектор» (здесь масса – сотрудники и их географическая принадлежность, скорость – оперативность работы организации, а вектор – путь улучшения бизнеса), расписав суть сомножителей в терминах бизнеса.

ИТ будут влачить «остаточное» существование до тех пор, считает Т. Уайт, пока не станут двигателем бизнеса, выводящим его к новым рынкам и каналам продаж. Сначала ИТ-директору полезно оценить затраты на поддержание инфраструктуры, на проекты развития и выхода на новые рынки. По мнению Т. Уайта, если расходы на поддержание ИТ-инфраструктуры превыша-

Тенденции

→ Стратегии ИТ-отделов должны представлять собой часть стратегий компаний. Необходимо, чтобы любые их изменения были продиктованы целями бизнеса. Однако не все ИТ-директора считают свои проекты частью бизнес-проекта организации.

→ Российские ИТ-директора пока не привыкли измерять стоимость ИТ в единицах бизнес-выгоды, хотя легко оперируют понятиями «бизнес-риск» и «эффективность проекта». Большинство из них далеки от понимания того, что просто окупаемый ИТ-проект бесполезен для бизнеса.

→ Эра аутсорсинга как средства экономии ресурсов в России пока не наступила.



ют 20–30% общего бюджета ИТ, то ИТ-отдел работает на себя, а не на бизнес. Беда в том, что во всем мире в ИТ не прижилась финансовая дисциплина. «Правильный» ИТ-директор должен тратить на совершенствование бизнеса (не ИС!) около 60% бюджета, а на поддержание ИТ – столько же, сколько на проекты выхода на новые рынки и введения новых услуг, т.е. примерно 20%. Причем удельные расходы на поддержание ИТ следует ежегодно сокращать. «Вы часто тратите деньги на обеспечение собственной надежности, – подчеркнул Т. Уайт, – а бизнесу всегда нужно знать, какую выгоду он получит. Значит, нужно научиться считать прибыль, которую приносят бизнесу ИТ».



Т. Уайт: «ИТ – это товар, и его надо уметь продать»

Есть ли она, ИТ-стратегия?

Ответ кажется однозначным, но не спешите. Практически все участники конференции считают ИТ-стратегию лишь частью стратегии бизнеса. Но эта часть (причем лучше всего – в виде пары листков, а не томов с описаниями технологий) должна быть, считает СЮ холдинга «Мизель» С. Захарцев, даже у предприятия с тремя ПК и одним подключением к Интернету. Другими словами, в любой фирме ИТ-стратегия должна быть частью бизнес-задач.

При разработке стратегии, адекватной целям бизнеса, неоценимую помощь оказывает рекомендательный стандарт ValIT, который предлагает ассоциация ISACA (Information Systems Audit and Control Association). Он представляет собой набор лучших практик и нацелен на построение ИТ-стратегии в областях управления инвестициями, портфелем проектов и получения выгоды для бизнеса от ИТ-проектов. В последнее время ValIT стал чрезвычайно популярен у ИТ-директоров средних по размеру фирм, ведь контроль и учет для них – средство выживания. Да и крупным организациям, стремящимся к IPO и выходу на международные рынки, не обойтись без стратегий ИТ и ИБ, без финансовых обоснований, ведь им приходится следовать требованиям CobIT и SOX. Кстати, в больших компаниях действуют корпоративные ИТ-стандарты и нормативы, помогающие ИТ-директорам контролировать эффективность работы инфраструктуры и собственных сотрудников.

Представители крупных предприятий с масштабными ИС («Сургутнефтегаз», «Аэрофлот», ТТК-9, Банк России и др.) полагают, что ИТ-проекты в виде автономных «единиц» плана вообще не имеют права на существование: все начинания в области высоких технологий должны быть продиктованы требованиями бизнеса. Переход к SOA (мейнстриму ИТ-архитектуры) делает ИТ-подразделения поставщиками сервисов для бизнеса, а современные технологии переводят эту область деятельности из разряда высокого искусства, доступного лишь избранным, в категорию ремесла.

Именно эта тенденция обуславливает необходимость полного обоснования инвестиций в ИТ, мониторинга проектов, всех расходов на ИТ и эффективности мероприятий. Как утверждает А. Тенцер из фармацевтической фирмы «Катрен», отчетность позволяет не только доказать полезность ИТ, но и обосновать будущие затраты. И похоже, что ИТ-инфраструктура крупных операторов (таких, как «Скай Линк» и «МегаФон») развивается исключительно по законам бизнеса: все ее модернизации осуществляются для уменьшения потерь (например, от увода трафика) либо для вывода на рынок новых услуг (скажем, CRM и Call Center).

В связи с обсуждением затрат на поддержание ИТ-инфраструктуры на конференции был затронут и вопрос аутсорсинга. Многие считают этот сервис полезным, но говорят, что его использование сдерживают два основных фактора. Первый – отсутствие типовых договорных обязательств партнеров, подразумевающих их ответственность (в том числе гарантии сохранности и конфиденциальности данных обслуживаемой организации, финансовую ответственность) при возникновении инцидента. Второй – российские цены на услугу, неадекватные уровню сервиса и ответственности аутсорсера. В результате большинство компаний развивают собственные ИТ-отделы: и затрат меньше, и спросить есть с кого.

Галина БОЛЬШОВА

MTA-GROUP ИБЭП М-200

Реклама

1U

ИБЭП-220/48-24А
ИБЭП-220/48-48А

HIGH TECH ERA

Цифровые узлы МР-xx

4...256 E1

ОКС №7
EDSS PRI
R1.5
1 ВСК
2 ВСК

1U

VoIP шлюз М-200

1...4 E1

SIP
H.323
MGCP

1U

WWW.M-200.COM

Всегда на связи с клиентами

Для одних компаний 800-й номер – это возможность повысить лояльность существующих клиентов, для других – необходимое условие привлечения новых. И те и другие понимают: «красивый» 800-й номер абонентам выучить легче, поэтому предпочитают покупать именно такие, простые для запоминания номера. Но не менее важно, чтобы этот «красивый» номер было кому обслуживать, тогда вложения в его покупку окупятся быстрее.

Особенность 800-х номеров в том, что, вопреки принципу «платит звонящий», вызов по номеру 800-xx-xx оплачивает не абонент, а компания, его купившая. Причем совершенно не важно, с какого телефона (мобильного или городского) и из какого города звонит потребитель – разговор для него все равно будет бесплатным. Для компаний 800-е номера – важный инструмент повышения лояльности потребителей: они дают возможность ответить на вопросы большого количества людей, которые, скорее всего, не стали бы звонить, если бы за это им пришлось платить. Компании сознают пользу 800-х номеров, поэтому спрос на них стремительно растет. В 2001 г., когда этот рынок только зарождался, «услугой 800» пользовались в основном крупные игроки сегмента FMCG. Сегодня на нее обратили внимание банки, страховые фирмы, туроператоры и даже небольшие региональные дистрибьюторские компании.

Задача: не потерять клиента

Санкт-Петербургский «Проект 111» – одна из таких компаний. Ее бизнес – поставка рекламно-сувенирной продукции по каталогу или на заказ. «Проект 111» доставляет товары по всей России через сеть своих дилеров, поэтому ее заказчик может находиться где угодно. Заказ можно сформировать через сайт компании или по телефону, задав заодно все интересующие вопросы оператору. В «Проекте 111» понимали, что даже очень заинтересованный клиент не станет звонить в Петербург, если ему придется платить не только за товар, но и за междугородные переговоры. «800-й номер был нам просто необходим для организации оперативного и удобного контакта с нашей компанией из любой точки страны», – объясняет А. Макаров из «Проекта 111».

У еще одной компании из Северной столицы – «Триал Форм Суппорт» (TFS) бизнес совсем другой, но история очень похожая. Компания приобрела 800-й номер для факса, чтобы постоянно быть на связи с российскими больницами, на базе которых она проводит клинические исследования в интересах заказчиков. «Нам критически важно, чтобы больницы, с которыми мы работаем, оперативно присылали запрашиваемую документацию и вовремя получали разъяснения по беспокоящим их вопросам, – объясняет директор TFS С. Сетх. – Мы понимали, что, если нашим респондентам придется платить за междугородные переговоры, вряд ли мы дождемся от них хоть одного звонка». TFS работает на рынке Петербурга уже более трех лет, но приобрести 800-й номер решила только сейчас. «В последнее время эта услуга стала доступнее и затраты на нее вполне по силам не только крупному, но и среднему бизнесу», – комментирует С. Сетх.

Идеальное решение

За «услугой 800» «Проект 111» и TFS обратились к «Голден Телекому» – крупнейшему поставщику интегрированных телекоммуникационных решений на территории стран СНГ. Проведя анализ рынка, они обнаружили, что «Голден Телеком» – один из немногих провайдеров, у кого еще остались «красивые» 800-е номера, которые легко запоминаются абонентами. Компания начала предлагать «услугу 800» в массовом порядке лишь недавно, поэтому ее номерная емкость пока не так ограничена, как у других операторов. Кроме того, «Голден Телеком» выразил готовность индивидуально подходить к потребностям каждого клиента. Это оказалось немаловажным для компании «Псковмясопром», которая также

приобрела 800-й номер у «Голден Телекома». «Мы связаны с этой компанией партнерским договором, в рамках которого оказываем услуги связи арендаторам бизнес-центра, расположенного на территории Псковского мясокомбината, – поясняет Э. Васильев (экскаунт-менеджер «Голден Телекома»). – Учитывая партнерские отношения, мы предоставили «Псковмясопрому» специальные условия по «услуге 800».

Однако Э. Васильев отмечает, что 800-й номер Псковского мясокомбината мог бы работать еще эффективнее, если бы компания в дополнение к «услуге 800» воспользовалась и услугой «call-центр "Голден Телеком"». «Сейчас клиенты охотнее звонят в «Псковмясопром», однако операторы комбината не всегда успевают обрабатывать входящие звонки, – рассказывает он. – Иногда оператор отсутствует на рабочем месте, и тогда звонок клиента теряется».

Избежать подобной ситуации с успехом удалось компании «Райзинг Стар Медиа», развивающей в Москве и Санкт-Петербурге сеть кинотеатров под брендом Kinostar. В 2007 г. компания заключила договор с «Голден Телекомом» на оказание услуги «call-центр». Теперь бронирование билетов в любом из кинотеатров сети идет через call-центр «Голден Телекома». «Таким образом, ни один входящий звонок не теряется, – объясняет Е. Писаренко, экскаунт-менеджер «Голден Телекома». – При этом сотрудники «Райзинг Стара» не отвлекаются на телефонные переговоры с теми, кто просто хочет заказать билеты в кино, а занимаются стратегическими вопросами развития бизнеса». Результатом является рост компании, который способствует скорейшей окупаемости инвестиций в телекоммуникационные услуги.

Рекламная пауза затянулась?

В 2007 г. в России было куплено 32 млн сотовых телефонов по средней цене \$210, из них более 7 млн взамен прежних. Грех не воспользоваться столь динамично растущей аудиторией! Выгоды и риски использования мобильной платформы как рекламного канала стали основной темой V международного саммита **Wireless Content & Advertising 2008: Communications for Business 2008**.

Продвижение бренда с помощью мобильной рекламы имеет свою прелесть: низкая стоимость контакта, хорошая запоминаемость (благодаря частоте повторений), высокая степень охвата целевой аудитории. Впрочем, столь приятную картину несколько омрачают технологическая сложность решений, высокая стоимость управления мобильным маркетингом и отсутствие единых рыночных стандартов.



А. Борисевич: «Мобильный сайт – это способ быть в ЖЖ»

Мечта оператора

С опозданием минимум на два года поле мобильного маркетинга начали активно возделывать операторы «большой тройки», осознавшие наконец, что деньги здесь есть и этим стоит заниматься. За год объем российского рынка мобильной рекламы вырос на 23%. В 2008 г. он составит от \$3–5 млн (данные MobileDIRECT) до \$12–15 млн (прогноз «МегаФона»), а к 2010 г.

вырастет, утверждают разные источники, до \$95–115 млн. Люфт в оценках отражает разность подходов к перспективам мобильной рекламы.

Быть «трубой для прогона трафика» – для операторов уже прошлое. В условиях высокого уровня медиаинфляции, инициирующей спрос на нестандартные рекламные носители, операторы хотят зарабатывать реальные деньги на непрофильном бизнесе. Пока, правда, их порталы в этом не сильно преуспели.

Благодаря имеющимся у нас уникальным данным об абоненте, говорят операторы, мы можем сегментировать аудиторию, но ни в коем случае не позволим себе «спамить» абонента (насколько это получается, надо спросить у последнего). Однако еще больше информации о пользователе, по словам директора проектов «СУП Фабрик» А. Борисевича,

содержат социальные сети: «Мы можем "нарезать аудиторию тонкими ломтиками": обеспечить таргетинг по полу, возрасту, интересам, географии, операторам, тематике... Сегодня аудитория одного только мобильного сайта ЖЖ, запущенного год назад, составляет 100 тыс. Рост – 15–20% в месяц». Вот где простор для предложений!

Основные тенденции российского рынка мобильной рекламы таковы:

→ на смену SMS-рекламе приходят MMS, WAP и другие каналы. Теперь они обеспечивают 70% общего объема рекламы;

→ самая свежая струя – реклама на основе сервисов определения местоположения (например, это услуга на базе LBS «Здесь и сейчас» от «МегаФона»).

«Сделайте нам красиво!»

– просят рекламные агентства, представлявшие на форуме интересы потенциальных рекламодателей (за отсутствием оных). Так красиво, чтобы абонент не мог взгляда оторвать от продукта – как в приведенном гендиректором MobileDIRECT М. Гетмановым примере таргетинга автомобилей Range Rover Sport. Промо-сайт, разработанный AdMob, состоит из одной страницы, но имеет ссылки на тест-драйв, ближайшего дилера и видеоролик. Хотя бы одной из них воспользовались 23% зашедших на ресурс посетителей.

Но много ли найдется компаний, имеющих внутренние стандарты работы с клиентской базой? Насколько разработана методология оценки эффективности мобильной рекламы?.. Модератор практической части форума и президент Next Media Group Т. Бокарев призвал аудиторию обратить внимание не только на эффективность работы с пользователем, но и на вопросы этики и легитимности.



Т. Бокарев: «Большой для всех вопрос – как работать с клиентской базой»

Пилотные рекламные кампании операторов "большой тройки"

Компания	Начало работы	Проекты	Партнеры
ВымпелКом	Октябрь 2007—январь 2008 г.	Пилотные проекты с четырьмя брендами на WAP-портале и в рамках услуги "Хамелеон"	Агентство Brand Mobile
МегаФон	2003 г.: первый проект. 2007 г.: обновленная версия проекта "Мобильная реклама 2"	"Мобильная реклама 2" на всех медиаплощадках: WAP-портал, МегаФон PRO, рекламный баннер в разделах "Досуг" и "Новости", мобильное ТВ	Агентство CustomLine
МТС	Октябрь 2007 г.	MMS-рассылки с рекламой, SMS-спонсор	—

Источник: данные компаний

В заключение – микс озвученных на форуме тенденций российского рынка мобильной рекламы и слоганов.

→ Переключение каналов ТВ во время рекламы уже перешло у нас в область бессознательного.

→ Потребитель лукавит, утверждая, что ему не нравится реклама, – есть и такая, которую он ждет.

→ Заниматься ковровой бомбардировкой в мобильной рекламе неэффективно – надо учитывать специфику аудитории.

Ирина БОГОРОДИЦКАЯ

3G в России: риски сведены к минимуму?

Ответственных, если не сенсационных заявлений – вот чего ждут от конференций с глобальными названиями и громкими именами докладчиков. От Telecoms World Russia & CIS, первый день которой был посвящен стратегиям сотовых операторов, ожидали 3G-подробностей...

К концу 2007 г., по данным Мининформсвязи РФ, в мобильных сетях в России насчитывалось 180 млн абонентских устройств. При этом статистические данные о реальном уровне проникновения сотовой связи в стране до сих пор недоступны, регулятор называет цифру 67%.

Свои оценки есть и у крупных игроков рынка. Оценка МТС – 68–72%. Именно таким, еще далеким от 100% показателем, а также довольно высоким оттоком пользователей (20–22% общей абонентской базы, т.е. 30 млн человек) А. Терехин, вице-президент МТС объяснил продолжающийся у всех крупных операторов рост числа абонентов.

Вместе с тем для текущего этапа развития компании, который А. Терехин охарактеризовал как «уровень управления рентабельностью», приоритетное значение приобретают сокращение оттока абонентов, увеличение ARPU и доли дополнительных услуг в ARPU, повышение эффективности капитальных вложений и снижение операционных затрат. «В последнее время, – признался он, – доля VAS в ARPU «замерла» на уровне 13–14%, что неинтересно». По его мнению, чтобы резко повысить потребление дополнительных услуг и довести долю VAS в ARPU до европейского уровня 18–20%, нужен новый драйвер, которым может стать мобильный широкополосный доступ в Интернет.

Эта возможность перед абонентами МТС откроется после запуска сети 3G. В 2008 г. МТС планирует запустить сети 3-го поколения в восьми городах РФ и уже работает над формированием продуктового предложения. Для расширения линейки устройств доступа к новым услугам компания даже вступила в стратегический альянс с Microsoft, о чем объявила на Mobile World Congress в Барселоне (см. также с. 25–29).

«МегаФон» уже в течение трех лет оказывает услуги 3G в Таджикистане. По словам И. Акулинина, директора по развитию сети «МегаФон-Москва», разделения абонентов на пользователей сетей 2G и 3G в Таджикистане нет, и скорее всего, в России тоже не будет. Просто абонент, чей телефон поддерживает 3G, попадая в зону действия сети этого стандарта, сможет пользоваться, например, высокоскоростной передачей данных. По причине ограниченного количества 3G-терминалов на рынке Таджикистана, видеозвонки там особой попу-



Бизнес-стратегия у каждого своя, но растить пользователей им вместе

лярностью не пользуются, как не наблюдается и взрывного роста потребления услуг высокоскоростного доступа в Интернет.

Однако опыт коммерческой эксплуатации сети 3G «МегаФон» из 45 базовых станций в Санкт-Петербурге дает основания ожидать, что в России все будет по-другому. Оператор планирует в 2008 г. потратить \$250 млн на развертывание сети стандарта HSPA в тех российских городах, где есть свободные частоты. «Вполне возможно, что мы начнем с Сибири, Урала, Поволжья», – сказал И. Акулинин. И выразил надежду, что ситуация с частотами в Москве разрешится к концу 2008 г.

Сеть в городе на Неве из более чем 50 базовых станций, построенную на

оборудовании Ericsson, сегодня в некоммерческом режиме эксплуатирует и «ВымпелКом». В числе других городов России, в которых оператор планирует развернуть 3G-сети уже в 2008 г., – Челябинск и Самара.

По мнению будущих операторов 3G, риски третьего поколения в России сведены к минимуму. Так, А. Терехин отметил, что к моменту получения МТС лицензии, в мире была уже отработана технология HSPA, и потому цены на оборудования, которые были предложены поставщиками на первом же тендере, оператора приятно удивили. К тому же при выработке бизнес-стратегии есть возможность оглянуться на Запад.

В качестве главного аргумента в пользу грядущей популярности 3G-сервисов у российских абонентов был приведен низкий уровень проникновения в стране фиксированного широкополосного доступа в Интернет. Пока он не превышает 10%, тогда как в Европе уже достиг 38%.

Что касается отношения GSM-абонентов к появлению сетей 3G, то данным маркетингового исследования, о котором рассказал И. Акулинин, большинство опрошенных не ожидает от сетей ничего нового. В целом, воспринимая это событие положительно, россияне считают, что на первых порах скорость в сети 3G будет невысокой, а цена, наоборот, заоблачной.

Тем не менее, несмотря на рост трафика данных, наблюдающийся сегодня в сотовых сетях «большой тройки» и «Скай Линка», очевидно, что приучение абонентов к использованию мобильного Интернета и сервисов на его основе – задача, которую операторам придется решать в самое ближайшее время.

Александра КРЫЛОВА

«ИКС» продолжает делиться впечатлениями о главном форуме в мобильном мире. Начало – «Барселона в ритме Mobile World Congress» см. в «ИКС» № 3'2008, с. 24–27.

Трое в лодке по имени «Барселона»

Порт в Барселоне первым принял Христофора Колумба, вернувшегося после долгих поисков Индии совсем в другой части света. Сегодня мореплаватели уже не путают восточное направление с западным, не отстают от них и игроки рынка мобильной связи, хотя интересы бизнеса часто заставляют компании с Востока обживать на Западе, а западных – искать на Востоке стратегических партнеров. А место встречи осталось прежним – Барселона, но не порт, а Mobile World Congress.

В этом году его главная тема – новый виток технологической эволюции широкополосного доступа – мобильного, беспроводного, конвергированного – и сервисов, с помощью которых абоненты приобретают «богатый опыт» пользования Интернетом на запредельных скоростях. Заглянув в недалекое будущее, генеральный директор Nokia Siemens Networks С. Бересфорд-Уайли сделал прогноз. «К 2015 г. 5 млрд человек будут объединены единой коммуникационной средой, 4 млрд из них по широкополосной связи, – сказал он. – Этот рост будет сопровождаться 100-кратным увеличением трафика в мировых сетях и потребует инноваций во всей экосистеме, а это именно то, что Nokia Siemens Networks готова предоставить».

И под его словами могли бы подписаться многие CEO мировых вендоров.

LTE объединяет Запад и Восток

Компания Alcatel-Lucent, стремясь догнать время и опередить конкурентов в разработке оборудования сотовой связи 4-го поколения (стандарт Long Term Evolution, LTE), двинулась в направлении с запада на восток. На Mobile World Congress в Барселоне она продемонстрировала свою готовность вступать в родственные отношения с азиатскими производителями, объявив о создании совме-

стного предприятия с NEC Corporation, а также о стратегическом альянсе с LG Electronics в области разработки, тестирования и коммерциализации технологии LTE.

Активность в этой сфере одного из крупнейших мировых поставщиков, чей годовой доход в 2007 г. составил 17,8 млрд евро, вполне объяснима. Согласно прогнозу UMTS Forum, количество пользователей сетей стандарта LTE к 2015 г. превысит 400 млн, что вдвое больше, чем сегодня насчитывается в сетях WCDMA/HSPA. Более того, к этому сроку операторы сетей сотовой связи 4-го поколения смогут рассчитывать на 15% доходов глобального рынка мобильной связи, а его объем в 2015 г., как ожидает UMTS Forum, составит не менее 1 трлн евро.

На пресс-конференции в Барселоне компании Alcatel-Lucent и NEC дали понять, что создание совместного предприятия, сфокусированного на разработке решений для беспроводного широкополосного доступа по технологии LTE, – лишь первый шаг на пути их сотрудничества.

Объединение усилий вендоров и, что немаловажно, бюджетов на R&D в сфере LTE (в 2007 г. NEC вложила в разработки \$2,1 млрд, а Alcatel-Lucent – \$2,7 млрд), позволит им раньше конкурентов приступить к тестированию оборудования на сетях операторов сотовой связи. Первые испытания планируется провести уже этом году, а в 2009 г. начать внедрение решений в коммерческую эксплуатацию.

Связь-Экспокомм-2008

адрес <http://www.svyazexpo-online.ru/>

«Связь-Экспокомм-2008» 12–16 мая 2008 г. предлагает:

- программу научно-технических и бизнес-мероприятий
- участие в работе Центра образования и карьеры
- систему предварительного планирования встреч (MatchMaking)
- услуги Делового центра и интернет-кафе
- услуги Информационного центра: www.svyazexpo-online.ru

на выставке – стенд 22А30

реклама

Тандем западного и восточного производителей рассчитывает добиться плавной интеграции своего LTE-оборудования с системами сотовой связи стандартов WCDMA/HSPA, а также CDMA/EV-DO. Означает ли это для компании Alcatel-Lucent смену приоритетов в эволюции стандарта CDMA и отказ от Ultra Mobile Broadband, технологии, объединяющей в едином радиointерфейсе самые передовые аспекты CDMA, TDM, LS-OFDM, OFDMA в пользу LTE? Пока непонятно. Однако если это произойдет, то как поставщик, чья доля мирового рынка оборудования CDMA превышает 45%, Alcatel-Lucent может оказать влияние на будущность этого стандарта.

Впрочем, в пресс-релизе по случаю создания совместного предприятия NEC и Alcatel-Lucent, говорится, что партнеры намерены распространить сотрудничество на решения для сетей 3G CDMA. Другие направления их совместной работы – IP-решения для оптической передачи, сервисной IP-маршрутизации и коммуникационных услуг IMS. Оба вендора будут сообща трудиться над созданием открытой и полностью интегрированной экосистемы LTE, включающей в себя инфраструктурные решения, новаторские устройства и привлекательные приложения, в том числе и для операторов, а также в области серверов и систем хранения для решений этого типа.

Однако картина сближения американско-европейского производителя с компаниями Азиатско-Тихоокеанского региона была бы неполной без упоминания о комплексном решении Alcatel-Lucent и Samsung Electronics. Впервые в отрасли было показано полнофункциональное решение, которое

обеспечивает сотовым абонентам беспрепятственный доступ к функциям голосовой связи и передачи данных в сетях GSM/EDGE и WiMAX (Alcatel-Lucent – сетевое оборудование, Samsung – двухрежимные терминалы WiMAX-GSM/EDGE).

Его появлению предшествовали совместная разработка спецификаций, тестирование и оптимизация архитектуры сети и абонентских устройств, работающих по единому протоколу. Слаженная работа вендоров обеспечила автоматическое переключение «двухрежимного абонента» с сети WiMAX (802.16e-2005) в сеть GSM/EDGE. «Роуминг» из сети сотовой связи в сеть беспроводного широкополосного доступа происходит без потери соединения.

Как восточная компания стала «своей» на Западе

Идея экспозиции компании Huawei Technologies на Mobile World Congress в Барселоне – «Объединение, широкополосная связь, экологически дружелюбные решения и эволюция отрасли связи». Для демонстрации всех возможных способов ее воплощения на стенде поставщика оборудования было развернуто сразу несколько беспроводных сетей.

Первая – сеть UMTS с налоговой технологией высокоскоростной передачи данных HSDPA использовалась для показа законченного решения MBMS, пополнившегося с прошлогоднего конгресса готовыми к коммерческой эксплуатации терминалами. Вторая – HSPA+/LTE обеспечивала демонстрацию мультиплексирования HDTV: видеоизображение с разрешением 1080 строк объемом 30 Гбайт передавалось со скоростью 90 Мбит/с.

И, наконец, третья – мини-сеть мобильного WiMAX (802.16e), работающая на частоте 2,5 ГГц: коммутатор доступа, сервер аутентификации и трехсекторная базовая станция с поддержкой до 512 зарегистрированных абонентов на сектор – использовалась для демонстрации возможностей сетевого и абонентского оборудования этого стандарта. Максимальной скорости передачи данных (до 10 Мбит/с в прямом канале) хватало для демонстрации видеороликов на ноутбуки, к которым по USB-интерфейсу были подключены WiMAX-терминалы.

Доля продаж Huawei Technologies на международном рынке впервые перевесила продажи в Китае (\$4,8 млрд против \$3,4 млрд) в 2005 г. В 2007 г. ее общий объем продаж достиг \$16 млрд (из них \$1 млрд заработан в России и СНГ), а годовой прирост составил \$5 млрд.

Выбрав в качестве стратегических направлений All IP, FMC, мобильную связь и WiMAX, Huawei Technologies последовательно разрабатывает экономичные и высокопроизводительные решения. В основе ее партнерских отношений с Vodafone, Orange, Telefonica, Т-Мобайл – передовые технологии, гибкая ценовая политика и восточное



Ван Кэсян: «Объем продаж Huawei Technologies в России и СНГ растет очень быстро, в 2007 г. он составил 6% мирового»

Пограничные системы маршрутизации от компании Tellabs Серия 8600



Применяется в:

- **транспорте 3G**
транспорт и агрегирование ATM для UMTS (R99, R4)
транспорт и агрегирование IP для UMTS R5 и CDMA2000
- **транспорте 2G**
агрегирование трафика TDM
- **услуге Ethernet**
услуга виртуального частного провода (Virtual Private Wire Service)
- **услуге IP VPN**
модель на основе стандарта RFC 2547bis
- **агрегировании широкополосной услуги**
доступ MTU, WiFi и DSLAM

Поддержка гарантированного качества услуг (QoS)

Tellabs 8660



Tellabs 8630



Tellabs 8620



Tellabs 8605



109028 Москва, Серебрянская наб., 27, тел.: (495) 917-7955
Факс: (495) 917-7069, e-mail: reception@dialogseti.ru, www.dialogseti.ru

реклама



Традиции, которые
нас соединяют

ComTek — Ваш Дистрибьютор решений Alcatel-Lucent
Конвергентные решения
от мирового лидера
телефонии

- Сервисные контракты
- Экспертиза проектов
- Поддержка сертифицированными экспертами Alcatel-Lucent Certified System Expert
- Испытательная лаборатория

- Учебный Центр
- Служба технической поддержки

Партнерские программы

- Авторизация партнеров
- Обучение и сертификация персонала
- Демонстрационное оборудование



Alcatel • Lucent

COMP **TEK**

142784, МО, Ленинский р-н,
"Бизнес-парк "Румянцево",
стр. 1, подъезд 5, этаж 8
Тел. (495) 785-2525, Факс (495) 785-2526
www.comptek.ru. e-mail: sales@comptek.ru

реклама

➔ Может быть, мы на пороге взрыва ?

В 2008 г. в Барселоне МТС первой из российских компаний вошла в short-лист Mobile Awards – «Оскара» мобильной индустрии, однако жюри отдало пальму первенства другому номинанту – Yahoo! П. Ройтберг, директор департамента по развитию новых продуктов и услуг «МТС-Россия», отреагировал на это событие оптимистично: «В прошлом году мы случайно попали на церемонию вручения Mobile Awards, в нынешнем – оказались в числе номинантов, в следующем – выиграем».

– Пройдясь по стендам участников Mobile World Congress, признаюсь, революционных перемен в мире продуктов и сервисов не увидел.

Бросилось в глаза обилие предложений в области мобильной рекламы: технические решения разной степени сложности, начиная от инструментов встраивания рекламы в WAP-сайты или мобильные игрушки и заканчивая серьезными платформами, позволяющими интегрировать этот сервис в сеть оператора, дать интерфейс рекламному агентству и т.д. Встречаясь в очередной раз с таким предложением, невольно начинаешь задумываться: может быть, мы на пороге взрыва? И хотя пока серьезно зарабатывать на мобильной рекламе мало у кого получается, мы работаем над развитием этого направления и уже запустили несколько пилотных проектов.

Если в прошлом году вендоры строили свои экспозиции вокруг технологических новинок и платформ, сегодня стало заметным их движение в сторону сервисов. Так, вместо MMS-центров появились MMS-блоги, вместо систем управления контентом – решения для управления профилями абонентов.

Среди 3G-услуг преобладали продукты, связанные с видео: мобильное ТВ, различные вариации на тему видеозвонка и видеоконференц-связи. Можно было увидеть и видеосервисы из области User Generated Content. Например, компания Vringo представляла опыт создания сообществ вокруг своего сервиса обмена видеорингтонами. В этом году на Mobile World Congress выделилась целая группа стартапов, предлагающих различные способы организации тематических комьюнити.

Впрочем, немало интересных предложений в области 3G было адресовано активным пользователям широкополосного Интернета и различных цифровых устройств. К ним я отнес бы сервисы «богатой синхронизации», позволяющие, например, с мобильного телефона получить доступ к MP3-файлам, хранящимся на домашнем компьютере.

искусство предугадывать пожелания клиентов, в том числе сокращать капитальные и операционные затраты, не снижая качества обслуживания.

Понадобилось, например, оператору Telefonica O2 модернизировать сеть стандарта GSM/UMTS на юге Германии, и Huawei Technologies предложила ей свои компактные базовые станции 4-го поколения BTS3900, совмещающие на одной платформе GSM и UMTS. И в скором времени это оборудование заменит в сети оператора порядка 3 тыс. базовых станций Nortel стандарта GSM и около 1700 3G-станций Nokia.

Кроме того, в этом году операторы получили от Huawei Technologies дополнительную возможность увеличения емкости сети, в основе которой – использование технологии VoIP поверх сети мобильной связи. Проведенные совместно с Qualcomm осенью 2007 г. испытания решения «Технология VoIP поверх HSPA», показали, что «упаковка» голосовых данных в пакеты на уровне доступа позволяет увеличить емкость сети в 1,5–3 раза.

Отдала Huawei Technologies и дань моде на решения для создания «домашних сот». Эта технология, о которой сегодня много говорят специалисты, позволяет организовать фемтосоту – UMTS-покрытие малого размера внутри любых помещений. Оказавшись в зоне его действия, абонент регистрируется в домашней сети, автоматически переключается на нее с макросоты оператора и пользуется услугами связи.

Фемтосотовое решение Huawei Technologies представляет собой точку доступа UMTS выходной мощностью 30 мВт, которая через Ethernet-разъем подсоединяется к выделенной линии, после чего происходит ее plug & play-подключение к шлюзу доступа на стороне оператора. В заработавшей «домашней соте» четыре абонента одновременно могут разговаривать по телефону и еще восемь пользоваться услугами передачи данных.

Технология фемтосот позволяет операторам, во-первых, улучшать UMTS-покрытие внутри помещений (как частных домов, так и офисов), а во-вторых, получить дополнительный источник доходов, продавая или сдавая в



Фемтосотовые решения пользуются большой популярностью на рынке

аренду абонентам саму точку доступа и льготный тарифный план на разговоры в зоне ее покрытия.

К реализации опытного проекта в этой области как раз в дни Mobile World Congress приступила в Великобритании Telefonica O2 в партнерстве с NEC и компанией Ubiquisys. Участники рассчитывают к лету охватить тестированием территорию первых 500 пользователей, а в начале 2009 г. приступить к оказанию этих услуг на коммерческой основе.

Разработчику из России есть что предложить вендору с Востока

Компания Paragon Software, специализирующаяся на разработке программного обеспечения для интеллектуальных мобильных устройств, по масштабам бизнеса пока не сопоставима ни с Alcatel-Lucent ни с Huawei Technologies. Однако она успешно продает свои электронные словари в Европе и Америке и стремится к освоению азиатских рынков. Тем более что опыт плодотворного сотрудничества с производителями терминалов у нее имеется.

В Барселоне Paragon Software и Samsung Electronics объявили, что мобильная версия полного словаря современной русской и английской лексики The Oxford Russian Dictionary будет устанавливаться производителем на музыкальные смартфоны Samsung i450, а также многофункциональные мобильные устройства Samsung i550 и i560 при их поставке на рынки России и стран СНГ.

The Oxford Russian Dictionary создавался в тесном сотрудничестве с известным издательством английских словарей Oxford University Press. Он занимает 3,98 Мбайт памяти и содержит более 185 тыс. слов и словосочетаний и 290 тыс. переводов. Словарь учитывает особенности русских, британских и американских диалектов, позволяет переводить разнообразные термины, сокращения и аб-



Я. Ханова (Paragon Software): «Абонент сам решает, перевод с какого языка ему нужен, и приобретает подписку на пользование нашим словарем»

бревиатуры. Кроме того, в нем есть советы по грамматике и современные идиомы. Программная оболочка SlovoEd обеспечивает стабильность его работы и быстродействие.

Еще одна новинка разработчика – сервис SlovoEd-Express, основанный на клиент-серверной архитектуре. В отличие от «полновесных» мобильных словарей, установка которых требует большого объема памяти интеллектуального устройства, клиентское приложение SlovoEd-Express занимает до 10 кбайт. Пользователь устройства, на котором оно установлено, связавшись по каналу GPRS с сервером, хранящим 130 разноязычных словарей, получит возможность переводить нужное ему слово на любой язык. Объем интернет-трафика, требуемого для перевода одного слова, – 4 кбайт.

Словом, Mobile World Congress в Барселоне очередной раз показал, что в наш век глобальной информатизации и интернетизации Колумбы мобильной индустрии с Запада и Востока готовы двигаться навстречу друг другу для того, чтобы в очередной раз изменить картину мира.

Александра КРЫЛОВА

Автор ждет комментариев
в своем блоге на

www.iksmedia.ru



реклама

МАСТЕРСТВО ИНТЕГРАЦИИ

КЛАССИКА
мастерство интеграции

- Платформы современных услуг связи
- Сети связи следующего поколения
- Первичные сети корпоративного и операторского класса
- Системы беспроводного доступа
- Сети МГ/МН-связи
- OSS, BSS
- Системы информационной безопасности
- ЦОД, СХД

УСЛУГИ:

- ИТ-консалтинг
- Полное ведение проектов на территории РФ
- Поддержка эксплуатации сетевой и ИТ-инфраструктуры

РЕШЕНИЯ на www.classics.ru

Тел. +7 (495) 982-33-23
sale@classics.ru

Смена технологий = смена бизнеса



↑ Ю.Ю. ЧЕРНЫШОВ,
канд. физ.-мат. наук, руководитель службы технической поддержки продаж ЗАО «ИскраУралТЕЛ»

Из каких составляющих складывается параллелограмм сил, действующих на рынке телекоммуникаций, и куда их равнодействующая толкает оператора фиксированной связи? Ответ на этот вопрос выводит на авансцену сети NGN.

Отрасль связи переживает сложное время, это ощущают как производители оборудования, так и операторы. Происходит смена технологий, которую так давно предсказывали аналитики. Слово ростики весной, появляются новые аббревиатуры, обозначающие очередную технологию или архитектуру, призванную изменить сложившиеся представления о рынке телекоммуникаций, – только успевай изучать многостраничные стандарты. И невольно возникает вопрос: зачем все эти новации, если телефонная сеть общего пользования и так работает, обеспечивая абонентов так называемой базовой услугой телефонии – голосовым соединением? Но операторский бизнес жив «не голосом единым», и сети NGN, например, позволяют предоставлять совершенно новые сервисы, которые раньше были либо технологически невозможны, либо экономически невыгодны.

Картина мира связи не могла не измениться в условиях бурного развития вычислительной техники, систем передачи и обработки информации, новых архитектур коммуникационных систем (например, Интернета). Стираются географические границы информационных систем, а мобильные технологии дают возможность использовать коммуникационные сервисы при любых перемещениях в пространстве. Интеграция «телефонного» и «инфокоммуникационного» мира неизбежна. Ее фундамент – те самые многостраничные стандарты.

Каковы же движущие силы телекоммуникационного рынка? Их три:

→ **пользователи** – компьютеризация общества и повышение технологической грамотности населения, появление информационно-развлекательной индустрии и новых сервисов как для индивидуальных, так и для бизнес-абонентов;

→ **государство** – мировая технологическая конкуренция (научная, информационная, инновационная), национальные требования к организации инфокоммуникационных услуг, учитывающие национальную специфику;

→ **технологии** – расширенные возможности новых технологий для решения новых практических задач – «последняя миля», СОРМ, работа в многооператорской среде, конвергенция фиксированной и мобильной связи и т.п.

Пользователи

Компьютерная и общетехническая грамотность населения за последние несколько лет выросла на порядки. Повышается процент семей, имеющих домашний

компьютер, растет число пользователей Интернета, мобильной связи и т.п. Появился и новый сегмент искушенных пользователей, которым нужна повышенная пропускная способность сети и расширенный пакет услуг оператора. Работа на дому, доступ к распределенной защищенной сети предприятия, услуги triple play.. А домашний пользователь сегодня хочет иметь и интернет-телевидение, и HDTV, и IPTV, и персональные веб-сайты, блоги и сайты для социального общения. А все это порождает повышенные требования к абонентским сетям «последней мили» и «последнего метра». Поэтому, скорее всего, 2008 г. станет годом построения высокопроизводительных домашних сетей, т.е. создания инфраструктуры, позволяющей операторам предоставлять современные сервисы, такие как IPTV, HDTV и VoD, которые требуют скоростей в 30–40 Мбит/с.

Поскольку до 80% трафика приходится на обмен файлами, уже сегодня конкурентные преимущества получают операторы, обеспечивающие более высокую скорость доступа, и миграция абонентов к таким провайдерам будет продолжаться. Поэтому долгосрочная цель операторов проводной связи – внедрение широкополосного доступа до конечных пользователей на основе технологий xDSL, FTTx, WiMAX или ETTN.

Подход к архитектуре и построению сетей «последней мили» зависит от стратегии конкретного оператора. Интернет-провайдеры предпочитают прокладывать витую пару до квартиры, устанавливая в чердачном или под-

Движущие силы рынка телекоммуникаций



вальном помещении Ethernet-коммутатор. Операторы фиксированной телефонии используют абонентские медные пары и технологию ADSL. В тех случаях, когда прокладывать кабель технологически сложно или невыгодно, оператор может выбрать беспроводной доступ, в том числе WiMAX.

Государство

На макроуровне внедрение новых технологий связи сопровождается постепенной интеграцией российских сетей в мировое инфокоммуникационное пространство, монополизацией рынка дальней связи, введением единой дежурно-диспетчерской службы и закрытого плана нумерации. Как следствие, необходимо быть готовыми к реализации глобальных инфокоммуникационных сервисов (например, оплаты разговора вызываемым абонентом, возможно, находящимся в роуминге). Важный элемент макроуровня – выполнение национальных проектов РФ «Универсальная услуга», «Интернет в школы» и «Телемедицина».

На практике для оператора речь идет о выполнении новых регуляторных требований Мининформсвязи РФ, касающихся построения и функционирования телекоммуникационных сетей. Федеральный закон «О связи» и приказ «Об утверждении и введении в действие Российской системы и плана нумерации» № 142 от 17.11.2006 указывают на необходимость модернизации существующего парка телекоммуникационного оборудования, прежде всего декадно-шаговых и координатных станций, которые до сих пор «живут» в отечественных сетях. Причина банальна – регистров «координатки» просто не хватит для внедрения закрытого плана нумерации. Сложности возникнут и при переходе на единый номер «112» для аварийно-спасательных служб, и при обеспечении функционирования СОРМ.

Монополизация междугородной и международной связи дала абонентам возможность выбирать оператора, что тоже влечет дополнительные требования к коммутационному оборудованию.

Национальные проекты, связанные с предоставлением услуг широкополосного доступа школам и фельдшерским пунктам, в приказном порядке требуют развития технологий xDSL, оптических сетей «последней мили», доводящих сигнал до конечного абонента, и технологий WiMAX.

Технологии

Технологические новации обычно исходят от вендоров, они же ищут методы продвижения той или иной технологии. Часто можно видеть «клинч» двух конкурирующих технологий и жесткую борьбу за первенство на рынке. Легко и приятно находить дорогу в жизнь победившая технология – лавинообразно растет число пользователей, абонентские устройства начинают быстро дешеветь. Но у технологической новинки могут найтись «враги» внутренние. Например, в случае NGN, когда стало ясно, что за этой архитектурой будущее, выяснилось, что производители оборудования зачастую не готовы дать рынку стабильно работающее решение, а о тестировании взаи-

модействия устройств разных производителей вообще приходилось только мечтать.

Но, если технология действительно живуча, практика помогает избавиться от всех проблем и заблуждений. С NGN сейчас это и происходит. Операторы наконец прекратили эксперименты с программными коммутаторами, собранными «на коленке». Производители стали уделять больше внимания совместимости оборудования и тестированию интероперабельности. Сформировалась платежеспособная абонентская база, требующая новых сервисов и нового качества обслуживания. Все вместе это стало катализатором технического переоснащения телекоммуникационного парка РФ, что, по сути, означает «перепрофилирование» телефонных операторов в провайдеров услуг.

И эта тенденция идет вместе с NGN в регионы. Сегодня, на уровне серверов управления вызовами в этих сетях распространены программные коммутаторы. Причем если раньше прослеживалась тенденция укрупнения телефонных сетей и обеспечения управления телефонией разных районов с использованием одного программного коммутатора, то теперь, в соответствии с приказами Мининформсвязи РФ о пропуске трафика, все более востребованными становятся программные коммутаторы средней производительности, идеально подходящие для установки в районных узлах связи.

С другой стороны, расширение оптической инфраструктуры передачи из магистральных и агрегирующих сетей в направлении конечных пользователей неизбежно. Для этого есть решения FTTx: FTTN (Fiber-To-The-Neighborhood) – до технологического помещения, FTTC (Fiber-To-The-Curb) – до внешнего антивандального шкафа, FTTB (Fiber-To-The-Building) – до здания, FTH (Fiber-To-The-Home) – до абонента. Если прокладка кабеля нецелесообразна, можно использовать технологию WiMAX, обеспечивающую скорости передачи более 20 Мбит/с на расстоянии более 25 км в зоне прямой видимости и 3–4 км при отсутствии таковой.

И, наконец, доступ до приложений и новых услуг дают открытые протоколы (например, CSTA, VoiceXML, Parlay) – лакомый кусок для независимых компаний-разработчиков сервисов.



Так взаимодействие операторов связи, производителей оборудования, контент-провайдеров и разработчиков сервисов складывается в достаточно хитрую бизнес-модель, которой еще только предстоит доказать свою жизнеспособность в условиях суровой действительности.

В России полигоном для отладки этой модели, скорее всего, станут сети NGN, базирующиеся на сетях с коммутацией пакетов, а на повестке дня уже следующая аббревиатура – IMS. Очевидно, что она придаст операторскому бизнесу еще больше универсальности.

ЗАО «ИскраУралТЕЛ»:
г. Екатеринбург, ул. Коммунальная, 9а
Тел.: +7 343 210-6951
www.iskrauraltel.ru
iut@iskrauraltel.ru

Мобильные платежи

Все только начинается

Зарождающийся в России рынок мобильной коммерции – это не только предмет дискуссий и исследований, инициированных участниками рынка, но и область государственных интересов.

Для мобильной коммерции 2007 г. стал переломным, поскольку госорганы задумались о ее легализации, – заявил Е. Васильев, и.о. руководителя Департамента госполитики в области ИТ Мининформсвязи РФ, открывая круглый стол «Мобильные платежи и мобильная коммерция: перспективы развития в России». Основной темой обсуждения стал проект «Мобильные платежи», реализуемый под эгидой Инфокоммуникационного союза, который объединил операторов связи и банки для разработки технических решений и формирования предложений по совершенствованию нормативной правовой базы мобильной коммерции.

Основная доля мирового рынка мобильной коммерции (мобильных банкинга и платежей), объем которого в 2006 г. составил \$24 млрд (по данным консалтинговой группы Celent), приходится на страны Азиатско-Тихоокеанского региона. По словам Л. Парамонова, начальника отдела инновационной деятельности ДИКТ Мининформсвязи РФ, в Японии годовой оборот рынка достигает \$2,2 млрд. При оплате проезда на железнодорожном, авиа и общественном транспорте мобильными телефонами с «электронным бумажником» пользуются 25 млн жителей этой страны. Европейцы чаще всего оплачивают таким образом парковку и общественный транспорт.

В России абоненты сотовой связи пользуются услугами мобильных платежей преимущественно для покупки цифрового контента в Интернете или на WAP-порталах. Объем рынка составляет \$550–700 тыс.,

что позволяет утверждать: мобильная коммерция в России уже есть.

Предоставляется и услуга мобильного банкинга, которая вписывается в рамки действующего законодательства: транзакции проводит банк, а доступ к сервису обеспечивает оператор. Однако эта услуга пока не стала массовой, поскольку далеко не все абоненты сотовой связи имеют счет в банке, с которым их оператор заключил договор. Кроме того, для подключения к услуге нужно заменить SIM-карту, а это требует от абонента дополнительных усилий. «Платежный сервис должен обеспечивать выбор: использовать для оплаты банковский счет или лицевой счет у оператора», – считает П. Ройтберг, директор департамента МТС по развитию продуктов и услуг.

Дальше всех в обеспечении второй из этих возможностей продвинулся «ВымпелКом». Совместно с АКБ «Таврический» он предлагает услуги под брендом «Мобильный платеж»; процессинг транзакций и онлайн-взаимодействие с поставщиками сервисов осуществляет компания «Мобильные Платежные Системы». Для дистанционной оплаты билетов в кинотеатрах «Каро фильм» предназначена услуга «Мобильный платеж. Кино», а для оплаты доступа к Всемирной паутине – «Мобильный платеж. Интернет». И если в конце II квартала 2007 г. к услуге было подключено 80 тыс. человек, то в IV – уже 140 тыс.

По убеждению Д. Зырянова, руководителя направления «Мобильная коммерция» дирекции по маркетингу «ВымпелКома», мобиль-

ные платежи станут доступны большинству россиян, когда удастся выработать единую позицию всех заинтересованных сторон – банков, операторов связи, платежных систем. Операторы «большой тройки» и «Скай Линк» активно участвуют в проекте «Мобильные платежи». Вместе с кредитными организациями они планируют создать в Москве, Санкт-Петербурге и Сочи фрагменты опытной зоны для проверки концепции универсальной платежной платформы и соответствующих технических решений.

По словам И. Кузнецова, руководителя проекта «Мобильные платежи» и вице-президента АКБ «Таврический», испытания будут проводить три группы: первая – «МегаФон», «Московская Сотовая Связь» и «Связь-Банк», вторая – «ВымпелКом», АКБ «Таврический» и «Дельта Телеком», третья – МТС, «Интеллект Телеком» и МБПР. Каждая группа станет обрабатывать свою бизнес-модель мобильной коммерции. Помимо проверки технических решений и бизнес-моделей, намечено изучить возможность оплаты с мобильного телефона государственных и муниципальных услуг. А в столице Олимпиады-2014 будут тестироваться процедуры мобильных платежей по технологии NFC (Near Field Communication) в рамках проекта GSMA Pay-Buy-Mobile, который по договоренности этой международной организации и Инфокоммуникационного союза стартует в России.

И. Кузнецов полагает, что испытания завершатся к концу 2008 г. и Мининформсвязи будут представлены статистические данные, которые позволят выработать стандарты взаимодействия, выгодные всем участникам рынка.

Александра КРЫЛОВА

➔ «ИКС» о мобильных платежах

2007:

№ 6, с. 52–53

№ 7, с. 62–67

№ 8, с. 17



Е. Васильев: «Мобильная коммерция в России есть, но ее нет»

ЗАО "Самарская оптическая кабельная компания" приглашает Вас посетить наш стенд № 1С54 в павильоне № 1 на выставке "Связь - Экспокомм 2008", которая пройдет с 12 по 16 мая 2008 г. в выставочном центре "ЭкспоЦентр" на Красной Пресне, г. Москва.



САМАРСКАЯ ОПТИЧЕСКАЯ КАБЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ

443022. Россия. Самара, ул. Кабельная, 9, Тел./Факс: (846) 955 09 63, 955 25 35,
Тел.: (846) 955 11 93. E-mail: sales@soccom.ru, http://www.soccom.ru

Эффективность электронных каналов продаж растёт

– к такому выводу пришли участники VIII Международного форума iFin-2008. Многие российские кредитные организации уже успели оценить экономический эффект от использования Интернета и мобильной связи для удаленного банковского обслуживания.

Электронными банковскими услугами пользуются в мире уже более 130 млн человек, но в России массового охвата населения пока нет. По словам Д. Мирошникова, начальника управления розничных продуктов компании «Банк'с софт системс», электронные финансовые услуги предоставляют лишь 35% отечественных банков.

Однако, как отмечает директор по развитию корпоративных проектов Intel Н. Местер, ситуация постепенно меняется. Если несколько лет назад интернет-банкинг был лишь «фишкой» для привлечения VIP-клиентов, то сегодня этой услугой пользуются обычные люди и она начинает приносить банкам реальные деньги, в том числе от кросс-продаж.

Правда, получая информацию о клиентах из разных источников, кредитные организации ее не консолидируют и не анализируют. «Это и станет ближайшей задачей, – считает Н. Местер. – Банкам придется фокусироваться на извлечении данных клиента из разных автоматизированных банковских систем, на понимании его потребностей и создании специализированных методик, позволяющих делать адресные финансовые предложения».

Отсутствие интересных клиенту продуктов и сервисов – причина низкого потребления банковских услуг в России. Как отметил Ю. Песня, гендиректор Telecom Design, европеец пользуется пятью-шестью банковскими продуктами, а россиянин – одним. И это неудивительно: ведь, начиная с проектирования услуги и заканчивая решением технологических вопросов, западные банки ориен-

тируются на интересы клиентов. Примером реализации такого подхода Telecom Design считает интегрированное решение eBanking Suite, базирующееся на экспертизе и опыте ее партнера TietoEnator, ведущего поставщика ИТ-услуг в Северной Европе. Это решение обе компании представляли на форуме.

Изначально iFin имел сугубо технологическую направленность, однако, говорит директор по маркетингу компании «БИФИТ» Р. Мустафаев, по мере развития электронных финансовых услуг фокус постепенно смещается с технологических на бизнес-аспекты. В нынешнем году представители ведущих поставщиков и разработчиков ПО для банковской сферы («БИФИТ», «Банк'с софт системс», «Диасофт», R-Style Softlab, ФОРС-БС) с энтузиазмом говорили и о технологиях, и о бизнес-возможностях.

«БИФИТ» представил новую версию системы электронного банкинга iBank 2, которая предназначена для дистанционного обслуживания корпоративных клиентов, но поддерживает и частных пользователей. Внедрив ее, банки получают возможность предлагать юридическим лицам услуги активного управления счетами по любым каналам – интернет-банкинг, РС-банкинг, mobile-банкинг (для смартфонов и КПК), SMS- и WAP-банкинг. Система iBank 2 обеспечивает частным пользователям удобную процедуру подключения, а банкам – экономию на накладных расходах.

В активе компании «Диасофт» – создание для правительства Республики Казахстан рабочего прототипа электронной системы, поз-

воляющей оплачивать государственные услуги через банк. На форуме «Диасофт» представляла интегрированный фронт-офис Diasoft FA#, предназначенный для организации самообслуживания через удаленные каналы доступа и автоматические устройства.

Для быстрого продвижения удаленного банкинга на массовом рынке компания «Банк'с софт системс» предложила SOA-решение, базирующееся на платформе IBM WebSphere. Оно уже внедрено в АКБ «Связь-Банк» и позволяет не отказываться от решений разных производителей ПО, обеспечивая возможность непрерывной разработки новых продуктов.

Лейтмотивом форума стало использование платежных терминалов. В нем особо заинтересованы банки, опоздавшие на этот рынок. Прием наличных денег у абонентов – важное звено любой дистанционной услуги: помимо удаленного управления банковским счетом, клиент должен иметь возможность удобного его пополнения.

Технические решения для этого уже готовы. Есть надежда и на регулирование правовых вопросов: межведомственная рабочая группа планирует внести поправки в статью 13-1 ФЗ «О банках и банковской деятельности». По словам А. Емелина из Ассоциации российских банков (АРБ), они позволят кредитным организациям привлекать на основе договора поручения любые компании и индивидуальных предпринимателей для оказания им услуг приема любых платежей. Это – первый шаг к разграничению деятельности банков и платежных систем, к созданию правил регулирования.

Александра КРЫЛОВА



«ИКС» об
электронных
платежах и
финансовых
услугах:

2007:

№ 3, с. 58–67

№ 4, с. 26

№ 6, с. 52–53

Липецкая область

Мал золотник, да дорог

Липецкий чернозем стал благодатной почвой не только для агропрома, но и для телекома. Однако если рынок сотовой связи уже «созревший плод», то рынок широкополосного доступа в Интернет только-только дает молодые побеги, и «ЦентрТелеком» там пока практически единственный «садовод».

По площади Липецкая область невелика – входит в последнюю десятку субъектов Российской Федерации (не считая Москвы и Санкт-Петербурга), однако это не мешает ей занимать ведущие позиции в стране по объему промышленного производства на душу населения. На небольшой территории в 24,1 тыс. км² разместились 200 крупных промышленных предприятий самых разных отраслей – от черной металлургии до пищевой промышленности. И, наконец, область является лидером по привлечению иностранных инвестиций, чему немало способствует существующая на ее территории особая экономическая зона.

Отрасль связи Липецкой области также демонстрирует неплохие показатели: объем рынка в 2007 г. достиг 4,8 млрд руб., что на 21% выше результатов предыдущего года (данные «iKS-Консалтинга»). Наиболее весомый вклад в отраслевой рост и, как следствие, в экономику региона внесли операторы сотовой связи – их совокупная выручка составила практически половину всех доходов телекоммуникационной отрасли. Как и в большинстве субъектов РФ, в 2007 г. сотовики в лице «большой тройки» и Tele2 обеспечили более чем 100%-ное проникновение мобильной связи в регионе. Господствующие высоты занимают «ВымпелКом» и МТС с 56% и 26% рынка соответственно. Примечательно, что шведский оператор Tele2, пришедший в Липецкую область последним, сумел завоевать третье место, заняв 12% рынка сотовой связи и оставив позади себя «МегаФон».

Проводная связь области зиждется практически на одном «столпе»

– Липецком филиале «ЦентрТелекома», аккумулировавшем почти 98% рынка местной телефонии. Общая емкость сети телефонной связи региона – 353 тыс. номеров. На 100 жителей Липецкой области приходится 31 телефонный аппарат. Монополист последовательно модернизирует сеть электросвязи, благодаря чему уровень цифровизации областной телефонной сети в 2007 г. достиг 72%.

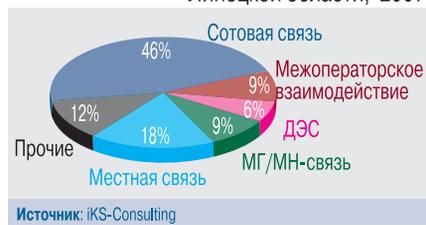
Липецкий филиал «ЦентрТелекома» уверенно лидирует и в самом динамично развивающемся сегменте отрасли – документальной электросвязи. Его доля на рынке домашних интернет-пользователей Липецка – 90%. На высоко-



«Инком», работающие в основном на рынке услуг доступа для частных пользователей, где их доля в совокупности не превышает 8%.

Однако уже в нынешнем году позиция липецкого «ЦентрТелекома» может пошатнуться. На этот рынок выходят столичные операторы: «Корбина Телеком» (массовый рынок) и «Энфорты» (сегмент среднего и малого бизнеса). Обе компании в настоящее время активно разворачивают в области свои сети, и, надо сказать, весьма своевременно. Местный рынок очень далек от насыщения – в области с 1,17 млн жителей лишь около 33 тыс. домохозяйств пользуются широкополосным Интернетом, причем 90% из них подключены к Глобальной сети по линиям ADSL. Очевидно, что современные технологии (оптика до дома от «Корбины» и беспроводной радиодоступ от «Энфорты») составят достойную конкуренцию доминирующей в настоящее время «меди».

Структура рынка услуг связи Липецкой области, 2007



конкурентном корпоративном рынке интернет-доступа, наиболее привлекательном для продажи сервисов, альтернативным операторам удалось потеснить МРК, правда, не намного. По оценкам «iKS-Консалтинга», доля «ЦентрТелекома» в корпоративном сегменте рынка документальной электросвязи – около 70%.

Безусловное лидерство МРК объясняется отсутствием серьезных конкурентов на этом региональном рынке. Игроков не много, и наиболее заметны из них «Промсвязь Инвест» (около 20% корпоративного рынка) и «Инетэра», «Телемир» и

Вполне вероятно, что в ближайшее время список «варягов» пополнится новыми именами. Активно развивающийся промышленный комплекс региона, наличие особой экономической зоны, приток иностранных инвестиций – все это порождает высокий спрос на услуги связи и указывает на высокий потенциал этого рынка. А судя по недостаточному насыщению услугами передачи данных, рынок вполне способен вместить в себя большее количество игроков.

Дежурная по рубрике
Ю. ФЕДОРОВА, аналитик агентства «iKS-Консалтинг»



22–25 апреля 2008 г. в Москве, в ЦВК «Экспоцентр», состоится IX международный форум «**Высокие технологии XXI века**» (ВТ XXI-2008) – крупнейшая инновационная выставка России в области высоких технологий различных отраслей науки и техники.

На выставке представлены приоритетные направления, инновационные проекты предприятий и региональные программы наиболее высокотехнологичных отраслей промышленности, призванные повышать качество жизни как общества в целом, так и каждого человека в отдельности. В основе экспозиции – высокие технологии предприятий оборонного комплекса России.

Посетители выставки смогут ознакомиться с достижениями и потенциалом таких предприятий, как Всероссийский научный институт авиационных материалов, Рособоронэкспорт, «Мотор Сич», «Ниеншанц», АО «САМ» и многих других. Почти все столичные округа представят в своих экспозициях малый инновационный бизнес.

www.expoecos.com

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

Выставки, семинары, конференции

Дата и место проведения, организатор, сайт	Наименование мероприятия
29.04. Москва. IDC-Russia: www.idc-cema.com	Конференция «IDC Storage Roadshow. Системы хранения данных»
12–16.05. Москва. «Экспоцентр»: www.expoentr.ru	20-я международная выставка «Связь-Экспокомм-2008»
12–16.05. Москва. «Экспоцентр»: www.hdtv-expo.ru	2-я международная выставка «ТВЧ Россия-2008»
14.05. Москва. «Экспоцентр»: www.its-forum.ru	Международный форум по интеллектуальным транспортным системам
14.05. Москва. «Гротек»: www.groteck.ru	Форум «MultiPlay» (Платные услуги в мультисервисных сетях)
14–15.05. Москва. infor-media Russia: www.infor-media.ru	Конференция «Мобильный маркетинг и реклама/ Mobile Marketing & Advertising»
20–22.05. Самара. «ЭКСПО-ВОЛГА»: www.infocompfo.ru	Конференция-выставка «CIT-research» (Communications & Information Technologies research)
22–25.05. Санкт-Петербург. Национальная радиоассоциация: www.nra.ru	8-я ежегодная конференция «Актуальные вопросы повышения эффективности использования национального радиочастотного ресурса»
26–30.05. Санкт-Петербург. НОУ «Резонанс» www.rezonance.com	Международная конференция «Инфокоммуникации в России. Переход к технологиям NGN (ИКТ-2008)»

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



Международный форум операторов "MultiPlay ' 2008"

14 мая 2008 года

Москва, Рэдиссон САС Славянская

Тема: Межоператорские взаимодействия. Цифровые платформы для передовых услуг населению и бизнесу. Инвестиции

Подробнее о программе и регистрация на сайте: www.multipay-expo.ru

Дирекция форума: (495) 609-3231, факс(495) 221-0862

e-mail: multipay2008@groteck.ru

