

Модель бизнеса, связанная с микроплатежами через SMS-сообщения на короткие номера с премиум-тарификацией, превратилась в России в организованную легализацию доходов от мошенничества. Схема надувательства проста — с помощью различных «лохотронов», псевдоуслуг, а порой и просто прямого обмана с доверчивых пользователей сотовой связи взимаются платежи. Речь идет о больших деньгах: по оценке AC&M Consulting, рынок мошеннических операций с SMS-платежами составляет \$50 млн в год. «Ъ-Телеком» решил разобраться, кому достаются эти деньги.

Лохотрон по переписке

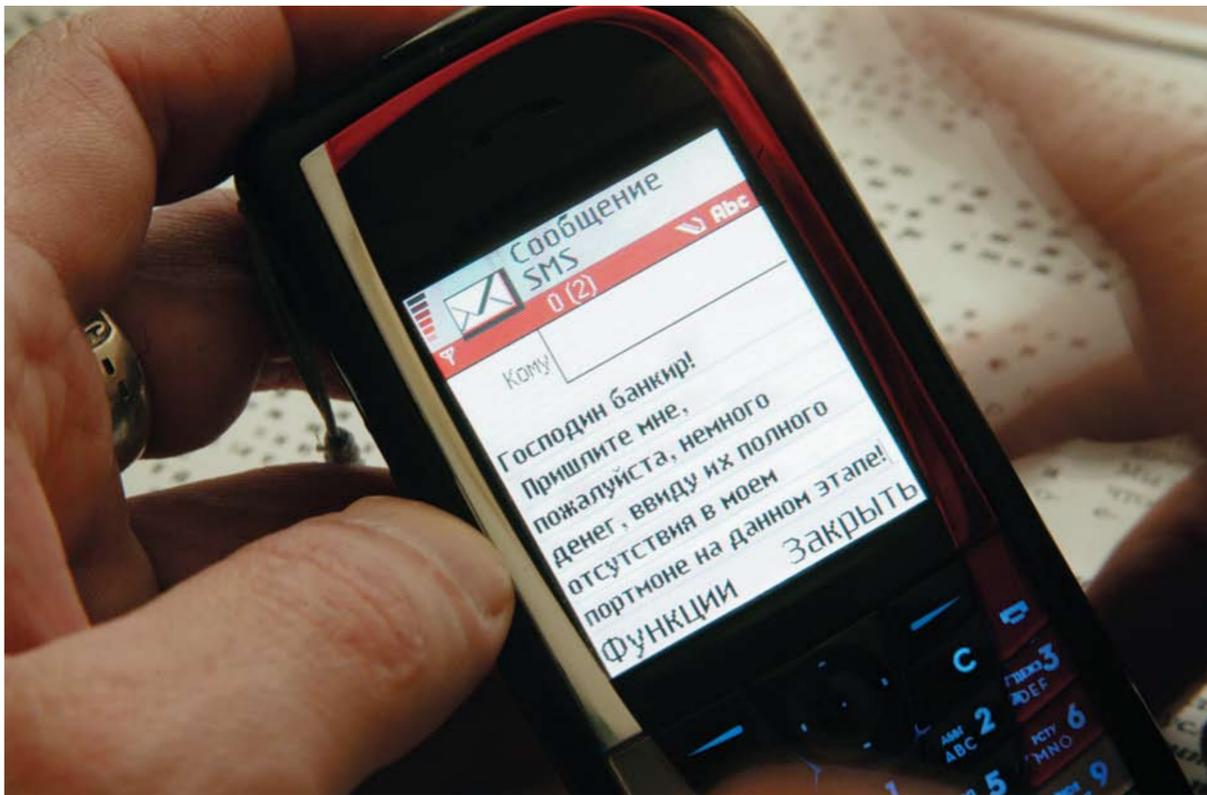
объемом \$50 млн

МОШЕННИЧЕСТВО

С мира по SMS-ке

Схема получения сомнительного дохода за счет микроплатежей через SMS-сообщения проста и прозрачна, а также выгодна для всех участников цепочки, кроме самого абонента. Суть ее заключается в следующем: контент-провайдер запускает партнерскую программу, в которой может зарегистрироваться любой желающий получать доход от SMS-трафика. Партнеру выделяется специальный код, который используется для его идентификации: если кто-то отправил сообщение с этим кодом на короткий номер контент-провайдера, последний начисляет соответствующему партнеру денежную сумму в виде части стоимости этого сообщения; как правило, в диапазоне 50–70%. Остальная доля распределяется между оператором сотовой связи и самим контент-провайдером.

Полученный код так называются партнеры контент-провайдеров используют для приема платежей за различные товары и услуги — почти в 100% случаев это доступ к той или иной информации (технология позволяет отправить SMS абоненту приславшему ответное SMS с заданным текстом — например, ссылкой или паролем для доступа к веб-сайту или скачивания какого-либо контента). Задача партнера — максимально увеличить



Короткие SMS-сообщения оборачиваются длинным рублем для сотовых компаний, контент-агрегаторов и их партнеров. ФОТО НИКОЛАЯ ЦЫГАНОВА

свой SMS-трафик и, соответственно, доход. Эту схему получения дохода и облюбовали мошенники — они регистрируются в партнерских программах с максимальной стоимостью SMS-сообщения (она составляет около 300 рублей) и, как в любом лохотроне, заманивают жертв чем-то очень привлекательным по низкой цене или вовсе даром. «Приманок» для охоты на доверчивых пользователей уже придумано множество, фантазия их создателей, надо отдать им должное, неиссякаема: это может быть и программа, якобы позволяющая читать чужие SMS-сообщения или обнаруживать местоположение любого абонента по его номеру, или же «превращающая» камеру телефона в рентгеновский аппарат, чтобы видеть людей без одежды, или же банальный «тройной конь», блокирующий работу на компьютере и требующий отправить SMS для разблокировки. «Бесплатные» ICQ-клиенты для телефона оказываются программами, присылающими SMS на премиум-номер до полного обнуления счета, а онлайн-тесты IQ или «расчет даты смерти» после ответа на все вопросы требуют отправить SMS, чтобы узнать результат. При этом в ответ на первое сообщение часто предлагают отправить второе, а в ответ на второе — третье.

(Окончание на стр. 21)

20
страница

По следам арендаторов

ходили весь год операторы связи



20
страница

Кризис прошел сквозь сети

миновал рынок связи



22
страница

Операторы защитили своих абонентов

от судебных приставов



EBEL

THE ARCHITECTS OF TIME



ЖИЗЕЛЬ НОСИТ
ЧАСЫ EBEL BRASILIA

Санкт-Петербург
Думская ул. 2, т. (812) 333-34-90
ул. Маяковского 1, т. (812) 273-51-59
Невский пр. 20 т. (812) 312-09-21
П.С., Большой пр. 46, т. (812) 235-07-66



П.С., Большой пр. 57, т. (812) 232-93-85
Владимирский пр. 3, т. (812) 713-22-84
Невский пр. 44 (Grand Palace), т. (812) 571-36-78
Москва, ул. Б. Якиманка 22, т. (495) 995-21-76
www.imperial-ldr.ru

телеком

По следам арендаторов

ходили весь год операторы связи

корпоративный сектор

В 2010 году участники рынка не ожидают существенного роста в сегменте услуг для юридических лиц, утверждая, что рынок либо увеличится на несколько процентов, либо останется на уровне 2009 года. Поводов для пессимизма вроде бы нет — большинство альтернативных операторов связи, подводя предварительные итоги «кризисного» года, говорят о росте выручки в пределах 5–15%. С другой стороны, тот рост, на который ссылаются операторы, вызван отнюдь не органическим увеличением объема рынка — компании, пользуясь высоким уровнем миграции на объектах коммерческой недвижимости, а также нацеленностью бизнес-клиентов на урезание расходов, весь год занимались переполюсовками.

Офисная миграция

По данным ИАА «Недели сотовых технологий», сегодня в Петербурге сдаются помещения под офисы более чем в 100 бизнес-центрах (БЦ) классов А, В и С. Чем ниже уровень объекта, тем больше вероятность встретить там представителей домашних сетей или операторов третьего-четвертого дивизиона, ориентированных на низкодоходных абонентов. Однако в прошлом году эта градация операторов при обслуживании объектов коммерческой недвижимости практически стерлась. Если клиент изъявлял желание экономить и переходил в бизнес-центр классом ниже, то его оператор стремился попасть туда вслед за ним.

В миграции абонентов ряд операторов даже увидели положительную сторону, так как им удалось значитель-



Участники рынка ждут всплеска деловой активности. ФОТО ЮРИЯ МАРТЬЯНОВА

но увеличить количество обслуживаемых объектов. По словам коммерческого директора компании «Северен-Телеком» Антона Виноградова, оператор потерял только 20% мигрировавших абонентов в случаях, когда менеджеры компании узнавали о переезде уже по факту, при отказе клиента от услуг связи. Абоненты сэкономили на чем могли и иногда вынуждены были перебираться в БЦ класса С или в офисные центры, а операторы шли за ними, подтверждают представители петербургского «ВестКолла».

Эта тенденция особенно ярко проявилась в первой половине 2009 года, пока управляющие компании в БЦ высокого уровня не начали снижать арендные ставки.

«Бизнес-центров с эксклюзивным присутствием одного оператора в городе почти не осталось», — говорит директор «Недели сотовых технологий» Денис Кусков. — До кризиса управляющие компании на объектах высокого класса предпочитали иметь дело не более чем с двумя операторами. Сейчас, чтобы привлечь арендаторов, они вынуждены

были предложить им выбор из нескольких поставщиков телеком-услуг». Он также подтвердил, что клиентам, собирающимся снять офис большой площади, зачастую разрешалось приводить «своего» оператора.

Если альтернативные операторы первой десятки активно осваивали бизнес-центры класса В и С (даже Orange Business Services, который позиционировал себя как оператора на объектах класса А, был вынужден перейти в БЦ попросе), то после того, как спросом вновь

стали пользоваться БЦ высокого уровня, предложившие хорошие условия аренды, туда потянулись не только игроки первой величины. Петербургские домовые сети, такие как InterZet, «Ниеманц-Хоум», «Цифра», «Этел» также стали «мелькать» на объектах коммерческой недвижимости, подключая арендаторов с небольшим объемом услуг (чаще всего своих бывших клиентов SOHO).

В 2009 году было сдано рекордное для города количество БЦ — порядка 40, что лишь подстегнуло миграцию арендаторов. Задачей операторов стало усиление присутствия на объектах, так как во многих БЦ, где они традиционно делали выручку, до половины площадей оказались незаполненными. На 2010 год прогнозируется ввод до 20 объектов, но операторы связи предполагают, что этот процесс уже слишком замедлился, чтобы существенно повлиять на их рынок. «Вряд ли темпы и объемы ввода новых коммерческих объектов будут колоссальными», — уверен господин Виноградов. Тенденция к миграции арендаторов сохранится, однако будет постепенно снижаться, так как волны активной миграции постепенно сходят на нет, пояснил он. Ввод новых БЦ может еще больше усилить конкуренцию телекоммуникационных компаний, предостерегают в компании «Метроком».

«К сожалению, на сегодняшний день конкуренция проявляется лишь в постоянном снижении тарифов на услуги связи: со стороны ряда операторов второго и третьего эшелона наблюдается ценовой демпинг. Запуск новых объектов, перерас-

пределение арендаторов по бизнес-центрам города и снижение процента заполняемости объектов коммерческой недвижимости приведет к еще большему снижению там тарифов на связь», — пояснили в пресс-службе оператора.

В ожидании деловой активности

Тем не менее операторские компании предпочитают оценивать прошедший год умеренно позитивно, утверждая, что выйти в плюс в таких условиях уже равносильно успеху. Один из лидеров рынка, компания «Петерстар», по предварительным итогам планирует показать рост выручки за 2009 год в пределах 4%. «Северо-Западный телеком» по корпоративному сегменту рассчитывает на 3–5-процентный рост. Второй эшелон называет куда более внушительные цифры. В «Северен-Телекоме» говорят об увеличении выручки на 15% за год, в компании «Обит» не исключают, что рост выручки превысит 30%. При этом операторы признают, что в Петербурге развитие рынка происходило только за счет абонентской базы конкурентов, органический рост рынка закончился.

«Думаю, что в прогнозах на 2010 год следует быть очень осторожными», — отметил генеральный директор компании «Смарт Телеком» Андрей Суходольский. — В этом году рынок будет расти за счет существующих клиентов, которые не закрылись и не уехали в «домашние офисы» — при условии, что они начнут увеличивать объем заказываемых услуг. По самому позитивному сценарию, корпоративный рынок вырастет таким образом на

10–12 процентов. Сомневаюсь, что деловая активность в стране восстановится до такой степени, что в Петербурге будут массово открываться офисы новых компаний. Господин Суходольский рассказал, что выручка «Смарт Телекома» за 2009 год выросла на 7–8%, а с учетом приобретения оператора «VMB-Сервис» — на 38%. Он подчеркнул, что первая половина 2009 года оказалась провальной для всего корпоративного сектора, а увеличение годовой выручки его компания получила за счет нескольких удачных сделок, проведенных в летние месяцы. Тогда «Смарт Телеком» удалось заключить договор на обслуживание крупного бизнес-клиента с разветвленной сетью точек присутствия, который, в свою очередь, отказался от услуг другого оператора связи.

От квалификации менеджера по продаже, от его умения работать с существующим и потенциальным абонентом сейчас напрямую зависит успех оператора — компании выстраиваются в очередь за каждого клиента со средним ARPU (от 7–8 тыс. руб.). «Мы постоянно работаем над повышением качества услуг и качества обслуживания. Независимо от статуса клиента каждый получает персонализированное, уважительное отношение к себе и вправе рассчитывать на индивидуальное решение бизнес-задач. Вероятно, 2010 год легким не будет. Однако есть убеждение, что большинство компаний смогли «приспособиться» к нынешним условиям и, пересмыслив правила игры, начали вести бизнес с новой эффективностью», — отмечает руководитель группы

рекламы и PR петербургского филиала «ВестКолл» Марина Тихонова.

Не только гибкость и оперативное реагирование на запросы клиента позволяли операторам претендовать на чужих абонентов и удерживать своих. Как поясняют сами участники рынка, размер индивидуальных скидок в прошлом году достигал 20–25%. Стоимость интернет-доступа в среднем по рынку значительно снизилась. Если оператор из первой пятерки не успевал вовремя понизить абонентскую плату, то его клиент уходил к менее крупному, но более створчивому игроку. Компаниям пытались удерживать прибыль за счет количества новых подключений. К концу года «Билайн» и «Петерстар» уже официально снизили цены на тарифы для корпоративных абонентов, ввели пакетные предложения с фиксированной ценой. Оператор «Метроком» запустил свои пакетные тарифы еще раньше — так как их стоимость не скрывалась, а, наоборот, подчеркивалась, то абоненты сразу сравнивали, сколько стоят те или иные услуги, не звоня в отдел продаж. В рамках пакета Mini абонентская плата при подключении по акции доходила до 5 тыс. руб. Ниже операторы корпоративного сегмента опускаются крайне неохотно. «Значительного спада (демпинга) мы не ожидаем в связи с тем, что операторы для оказания услуг используют дорогостоящее оборудование, и необходимо обеспечить возвратность вложенных в него денежных средств», — сообщили в пресс-службе компании «Петерстар».

НАТАЛЬЯ РЫЖКОВА

Кризис прошел сквозь сети

миновал рынок связи

Тенденция

Большинство связистов удовлетворено итогами минувшего года. По их мнению, «телекоммуникационная отрасль в целом достойно пережила острую фазу кризиса». Абоненты в основной своей массе решили не экономить на услугах связи и интернет-доступе. Несмотря на финансовую нестабильность, спрос населения на услуги операторов даже вырос. Однако прогнозы связистов на 2010 год весьма осторожны, а инвестиционные планы — крайне консервативны.

ОАО «Мобильные телесистемы» (МТС) прогнозируют в 2009 году выручку на уровне \$8,25 млрд (включая продажи телефонов). Это означает, что в 2009 году в рублевом эквиваленте выручка группы компаний, как ожидается, вырастет по сравнению с 2008

годом всего в пределах 3%. ОАО «Вымпелком» (торговая марка «Билайн») сообщило, что ожидает выручку по итогам 2009 года в размере \$8,572 млрд (данные были опубликованы на сайте комиссии по ценным бумагам и биржам США — SEC). Таким образом, в рублях годовой прирост выручки «Вымпелкома» в 2009 году может составить около 8%. ОАО «Мегафон» ожидает по итогам 2009 года роста выручки до 183 млрд рублей — против 175,5 млрд рублей годом ранее. Сотовый холдинг «Tele2-Россия» уже отчитался об 11%-м приросте в 2009 году операционной выручки — до 31,6 млрд рублей (26 млрд рублей — в 2008 году). Это, разумеется, значительно меньше того роста, который показали сотовые компании в 2008 году по сравнению с 2007 годом. К примеру, рублевая выручка «Вымпелкома» в

2008 году выросла год к году почти на 37%.

Между тем, согласно данным Минэкономразвития, темпы развития российского рынка связи в сопоставимых ценах снижаются уже девять кварталов кряду — начиная с III квартала 2007 года. По предварительным данным, в IV квартале 2009 года рост этого сектора экономики замедлился до 2,7% в сопоставимых ценах. Максимальный спад был зафиксирован в третьем квартале 2009 года: снижение темпов роста год к году составило 9,6 процентных пункта, говорится в официальных данных Минэкономразвития РФ. Если данный тренд сохранится, то уже в I квартале 2010 года в сопоставимых ценах российские телекомы вырастут в пределах 0,5–1%. А во II квартале 2010 года сектор может показать падение год к году в размере 1–2%.

По Росстату, предварительные итоги работы отрасли связи и инфокоммуникационных технологий за 2009 год выглядят по меньшей мере неоднозначными. С одной стороны, по данным официальной статистики, в 2009 году консолидированная выручка российских операторов от оказания услуг связи выросла по сравнению с 2008 годом почти на 7%. С другой стороны, согласно Росстату, связисты Петербурга в минувшем году продемонстрировали весьма скромные результаты: рост их выручки за год составил всего лишь 1,2%. Причем этот рост обеспечили пользователи — физические лица. У этой категории потребителей объем потребляемых услуг вырос на 4,2%. В целом по Северо-Западному федеральному округу в 2009 году выручка от оказания услуг связи выросла по сравнению с 2008 годом

на 4,4% (в СЗФО рост также обеспечили потребители — физические лица). По объему рынка Северо-Западный регион занимает третье место в РФ, уступая Центральному и Приволжскому ФО.

Столь неоднозначные итоги, очевидно, беспокоят отечественных связистов. Их прогнозы на 2010 год весьма осторожны, а инвестиционные планы — крайне консервативны. В своих заявлениях руководители крупнейших российских операторов стараются сделать оговорку: «Если будет подъем экономики...» или «С учетом выхода из кризиса...». В 2010 году МТС планируют капитальные затраты на уровне 20% от продаж — ниже ранее анонсированного прогноза в 22–25%. Об этом рассказал глава компании Михаил Шамолин в интервью Reuters. Он отметил, что МТС будет осторожно подходить к вопросу приобретений за рубежом. Пока никаких конкретных планов покупок у компании нет. Капвложения «Вымпелкома» ожидаются на уровне 15–18% от выручки, «поскольку экономические условия постепенно улучшаются», заявил главный исполнительный директор «Вымпелкома» Борис Немшич. При этом выручка «Вымпелкома» в 2010 году, как ожидается, вырастет на 6%, до \$9,108 млрд. Бюджет «Мегафона» на 2010 год предусматривает, в частности, сохранение капвложений на уровне не менее, чем в 2009 году (48–49 млрд руб.). «Мы подошли к кризису с лучшим финансовым положением, чем другие компании. У «Мегафона» была и остается устойчивая финансовая позиция на рынке, поэтому предпринимать какие-то резкие шаги в связи с кризисом нам не пришлось. Мы стали единственной компанией, которая не снизила инвестиции во время кризиса — в 2009 году они остались на уровне 2008 года. В 2010 году мы также не планируем



Выручка от оказания услуг связи, млрд руб.

	2009	Рост год к году, %	В т.ч. население	Рост год к году, %
Россия	1 287,3	106,9%	815,1	108,5%
Центральный ФО	573,1	107,3%	313,1	106,6%
в т.ч. Москва	437,5	107,6%	223,3	106,8%
Северо-Западный ФО	139,8	104,4%	85,7	107,7%
в т.ч. Петербург	93,4	101,2%	56,5	104,2%
Южный ФО	123,0	111,7%	97,4	111,7%
Приволжский ФО	167,4	105,9%	120,7	109,9%
Уральский ФО	94,6	102,7%	66,6	106,8%
Сибирский ФО	127,1	107,7%	91,4	111,6%
Дальневосточный ФО	62,4	109,9%	40,2	110,3%

Источник: Росстат, «Российские телекоммуникации»

их снижать», — сообщили в пресс-службе «Мегафона».

Господин Шамолин говорит, что основными источниками доходов в текущем году будут традиционные голосовые услуги. Они составляют почти 80% выручки МТС. «Если будет подъем экономики, то будет расти голосовой трафик. В прошлом году голосовой трафик не рос, хотя потенциал роста есть», — сообщил господин Шамолин. Он подчеркнул, что реализация этого потенциала зависит от экономики и психологических ожиданий. По мнению Бориса Немшича, основными драйверами роста компании в 2010 году будут телекомму-

никационные решения для бизнеса, а также передача данных и не голосовые услуги розничным клиентам. «Предприятиям необходимо навешивать упущенное, и бизнес будет нуждаться в телекоммуникационных решениях», — считает господин Немшич. — «Что касается потребительского сегмента, передача данных определенно будет основным драйвером роста, тогда как роль голосовой связи останется приблизительно на том же уровне». «Телекоммуникационные компании продолжат развиваться, однако о докризисных темпах роста бизнеса в отрасли в 2009 году говорить не прихо-

дится. В 2009 году компания «ТЕЛЕ2 Санкт-Петербург» удалось увеличить абонентскую базу и не снизить выручку. В условиях кризиса люди начинают искать лучшую цену за необходимое качество, эти изменения потребительских предпочтений фундаментальны и инертен, они будут продолжаться длительное время даже после восстановления и оживления экономики. И в этом мы видим одну из основных возможностей, которые кризис открыл перед ТЕЛЕ2», — говорит Игорь Жижкин, региональный управляющий директор «ТЕЛЕ2 Санкт-Петербург».

АЛЕКСАНДР ПЕТРОВ



Искусство находить решения

Интеграция связи для Вашего бизнеса

(812) 329 4444
www.smart.spb.ru

smart
telecom

ТЕЛЕКОМ

Лохотрон по переписке

МОШЕННИЧЕСТВО

(Окончание. Начало на стр. 19) Главный трюк мошенников — сообщить о том, что отправка сообщения бесплатна, впрочем, это откровенно грубый обман, поэтому более распространены сообщения о том, что стоимость услуги составляет каких-нибудь 5 или 10 рублей. При этом мелким шрифтом в ссылке указывается, что эта цена — за один день, а оплатить псевдослужбу необходимо сразу за полгода вперед. Любопытно, что привлечь организаторов «лохотронов» к ответственности по уголовной статье нельзя: как правило, они публикуют «Правила предоставления услуги», в которых обязательно пишут про «шуточный сервис» и про то, что соответствие сути услуги ожиданиям пользователя не гарантируется. То есть умный человек, по идее, должен сам понять, что его вполне официально предупредили о том, что он потратит деньги впустую, а если уж отправил SMS — так не жалуется, сам дурак.

С психологической точки зрения расчет мошенников точен — признавать себя обманутым мало кто хочет. Так, по данным ОАО «Мобильные телесистемы» (МТС), количество жалоб на мошенничество составляет лишь 0,02% от общего числа заказов контента. Видно, поэтому такой «бизнес» процветает: доля мошенничества в общей доле контент-услуг составляет 16% или 109 млн руб. в год в денежном выражении, по данным МТС, и \$50 млн — по данным ACS&M Consulting. «Исучая рынок, мы имеем представление о приблизительных объемах доходов агрегаторов от услуг такого типа, как sms-перехватчики, gsm-пеленгаторы и джеантвируссы. По самым скромным подсчетам, до того, как компания МТС ужесточила требования к партнерам, общий ежедневный оборот мошеннических услуг на рынке мог достигать 3–4 млн рублей» — говорит Сергей Тулаев, генеральный директор компании Planet3 (группа компаний i-Free). При этом 34% случаев мошенничества — это заведомо неверная информация о стоимости того или иного сервиса, 16% — многократная тарификация (вместо одного сообщения приходится отправлять несколько); на долю вирусов и несуществующих сервисов типа камергерента приходится всего по 5%.

Кому уходят деньги

В конце прошлого года на конференции VI Mobile VAS Conference управляющий директор контент-провайдера i-Free Кирилл Петров назвал 7 ключевых игроков на рынке микроплатежей — i-Free, «A1 Агрегатор», ZED, InScoreMedia, Plastic Vedia, Neva-Line, Smsonline. Собственно, именно эти компании и агрегируют львиную долю платежей посредством SMS. Согласно презентации (имеется в распоряжении «Ъ»), подготовленной для одного из сотовых операторов, флагманом SMS-мошенничества является контент-провайдер «Медиахолдинг первый альтернативный» — в него входят «Контент-провайдер первый альтернативный», «A1 Агрегатор», A1 Systems, One Agile. На долю этого медиахолдинга, по данным этой презентации (см. диаграммы ниже), приходится 30% всех случаев обмана абонентов. Управляющий директор «Медиахолдинга первый альтернативный» Дмитрий Цедрик сообщил корреспонденту «Ъ», что «если на основании данных оператора или по запросу силовых структур факт противоправных действий со стороны партнера получил подтверждение, компания «A1 Агрегатор» (контент-провайдер, входящий в «Медиахолдинг первый альтернативный» —



АЛЕКСАНДР КОСЯКОВ

«Ъ») прекращает сотрудничество с ним и приостанавливает партнерские выплаты». На сайте компании, однако, также сообщается о штрафах — вплоть до полной невыплаты начисленных средств, поэтому нетрудно предположить, что появление многочисленных «лохотронов» выгодно в первую очередь самому контент-провайдеру, который собранные «лохотронами» средства впоследствии не выплачивает, а оставляет себе. На прямой вопрос «Ъ-Телеком» о том, выплачивается ли компенсация обманутым абонентам и если да, то какой именно объем выплат, в «Первом альтернативном» предпочли не отвечать.

Любопытно, что доход от мошеннических схем получает и сам сотовый оператор. Так, в МТС сообщили, что на основании жалоб абонентов на мошенничество или некорректно предоставленные услуги провайдеру выставляется штраф на сумму от 9% до 90% общего дохода по короткому номеру, указанному в жалобах. В результате за 2009 год были удержаны штрафы в размере 36,6 млн руб. Сколько из этих денег вернулось абонентам — также неизвестно, однако нетрудно подсчитать, что даже если все 0,02% жалоб относятся к «лохотронам», то вернули абонентам не более 7 320 рублей.

«Недобросовестные агрегаторы, конечно, сами зарабатывают на мошенничестве, причем зачастую даже дважды — на комиссии и на штрафе. Поскольку до недавнего времени риск финансовых санкций со стороны оператора для агрегатора был минимален, штраф клиента, как правило, полностью шел в доход агрегатора. Штрафы, введенные МТС, эту ситуацию могут изменить — конечно, только в том случае, если они будут носить систематический характер», — говорит господин Тулаев. «В 2007 году был прецедент, когда специалистами «Лаборатории Касперского» было объявлено об обнаружении новой троянской программы для смартфонов и телефонов последнего поколения. Вредоносные функции вируса заключались в том, что, будучи установленным на телефон, вирус начинал автоматически рассылать текстовые сообщения на короткий сервисный номер 1055, который принадлежал нашей компании. Мы вернули все затраченные средства пострадавшим абонентам. Но с юридической точки зрения средства должны возвращать оператор

сотовой связи, так как договор о предоставлении услуг заключен именно между оператором и абонентом. Безусловно, возврат осуществляется, но если средства возвращает оператор, то на это уходит просто больше времени», — говорит исполнительный директор Zed Russia (ЗАО «Мобикон») Анна Чеснова.

Неравный бой

Справедливости ради следует отметить, что операторы и контент-провайдеры все-таки борются с мобильным мошенничеством. Так, в МТС запущена услуга «Инфоконтент», в рамках которой абонент может самостоятельно получать информацию о стоимости контентных SMS/MMS-номеров, а также о контактных номерах телефонов служб технической поддержки провайдера. В ноябре 2009 года число запросов к услуге «Инфоконтент» составило 35 тыс., оператор оценивает число предотвращенных претензий в 5,5 тыс. Также введено автоматическое уведомление абонента о стоимости услуги (Advice Of Charge — AoC): в ответ на запрос контент-услуги абоненту отправляется сообщение с информацией о стоимости запроса на данный короткий номер, абоненту необходимо подтвердить заказ контентом. В марте этого года, в ответ на запрос контент-услуги абоненту отправляется сообщение с информацией о стоимости запроса на данный короткий номер, абоненту необходимо подтвердить заказ контентом. В марте этого года, «При появлении жалоб от абонентов короткий номер ставится на мониторинг, и при выявлении фактов мошенничества вознаграждение контент-провайдеру не выплачивается. В некоторых случаях деньги возвращаются абонентам», — сообщили в «Мегафоне».

В перспективе МТС рассматривает возможность формирования черных списков провайдеров, что должно значительно затруднить переподключение заблокированных мошенников через других контент-агрегаторов. Однако главным методом борьбы с мошенничеством в МТС считают информирование населения, ведь чтобы не было «лохотронов», в первую очередь нужно, чтобы не было «лохов». С этим согласны и в «Билайне», где с апреля 2008 года действует специальная программа «Мобильная грамотность». Это социальная инициатива «Билайна», направленная на противодействие проблеме мошенничества, основанная

ническими действиями лишь в том случае, если со счета списываются денежные средства в размере большем, чем было обещано в рекламе этого сервиса, либо пользователю не предоставляют обещанную услугу (информацию). В каждом конкретном случае наличие или отсутствие обмана выясняется компетентными органами, судом. «При этом операторы связи не вправе контролировать содержание сообщений своих абонентов, поэтому привлечь оператора к ответственности невозможно», — говорит господин Миконин. По его словам, поскольку суммы, похищенные мошенниками, всегда незначительны, эффективная защита прав в

данном случае возможна путем коллективного обращения в контролирующие и/или правоохранительные органы. При этом государственные органы не могут не принять такие заявления. «Заявление с необходимыми доказательствами, в том числе выпиской по счету, копиями рекламы услуги и прочим, всегда можно отправить в адрес госоргана почтой с описью вложения, изложить в телеграмме, сдать в письменном виде самостоятельно подготовленный документ, указав, что для вас ущерб является значительным и ваши права нарушены», — резюмирует господин Миконин.

Илья Шатилин, Борис Горлин

СМС-сервисы являются мошен-

КОНТЕКСТ

КОНТЕНТ

Игры в патриотов

В ближайшей перспективе исполнительная и законодательная ветви власти должны разработать и внести в Госдуму законопроект «О государственной поддержке индустрии интерактивных технологий, компьютерных и видеогров в РФ», считает думский комитет по делам молодежи. По его инициативе недавно прошло заседание круглого стола на тему «Роль образовательной и игровой компьютерной индустрии в формировании ценностных установок и патриотическом воспитании молодежи». В ходе слушания отмечалось, что число активно играющих в компьютерные и видеогры россиян сегодня составляет от 10 до 25 млн человек, а в целом по миру их количество превышает 300 млн человек. Вместе с тем участники круглого стола отметили, что с помощью компьютерных и видеогров молодежи зачастую «навязываются чуждые нашей культуре ложные ценности». «На сегодняшний день практически не представлены игры, целенаправленно бы представлявшие социальные и культурные ценности современного российского общества», — отмечается в проекте рекомендаций, которые планируется принять по завершении обсуждения данной проблемы. В нем также указывается на необходимость «привнесения элемента патриотизма в национальную индустрию компьютерных и видеогров путем поддержки отечественных производителей, ориентированных на разработку проектов с национально-патриотическим наполнением». Участники слушаний указывают на необходимость разработки долгосрочной стратегии развития отрасли информационных и интерактивных технологий. Авторы рекомендаций полагают, что правительство РФ должно рассмотреть вопрос о распространении на российские компании, производящие эту продукцию, пониженных тарифных страховых взносов в пенсионные и другие федеральные фонды по ставкам, действовавшим в 2009 году для резидентов технико-внедренческих особых экономических зон. Они также предлагают правительству рассмотреть вопросы об отмене НДС при реализации этой продукции на электронных носителях. Рекомендуется также при принятии федеральной целевой программы «Электронная Россия 2011–2016 годов» предусмотреть включение в нее пунктов по развитию индустрии интерактивных

технологий, компьютерных и видеогров. Министерству культуры участники слушаний рекомендуют провести ряд конкурсов и турниров компьютерных и видеогров в преддверии 65-летия Победы во Второй мировой войне.

Интерфакс

ПРОЕКТЫ

Виртуальные планы

Два крупных российских работодателя — Сбербанк и РЖД — интересуются схемой работы виртуальных операторов сотовой связи (Mobile Virtual Network Operator — MVNO). Виртуальные операторы оказывают услуги сотовой связи под собственным брендом, но не владеют частотами и сетевой инфраструктурой, а используют для оказания услуг сети других операторов. Первые лицензии на создание виртуальных сотовых операторов Роскомнадзор начал выдавать в прошлом году. Из крупнейших российских компаний о желании развивать MVNO заявляла X5 Retail Group (магазины «Пятерочка», «Перекресток» и «Карусель»). Ранее «Евросеть» реализовала проект MVNO на базе сотовых сетей группы компаний SMARTS. Этот проект проработал два года, но затем сотовый ритейлер свернул его. Сбербанк уже ведет переговоры о возможном сотрудничестве по схеме MVNO с операторами «большой тройки» (МТС, «Билайн», «Мегафон»), сообщил старший вице-президент банка, руководитель IT-блока Виктор Орловский. В РЖД также рассматривают возможность реализации MVNO-проекта на базе дочерней компании «Транстелеком», которая является одним из крупнейших российских альтернативных операторов. Об этом пишет информационный портал «РЖД-Партнер». Штаб Сбербанка — почти 260 000 сотрудников. В ОАО «РЖД» работает больше миллиона сотрудников. Для сравнения: клиентская база всего «Скайлика» — 1,2 млн пользователей. Таким образом, только за счет «мобилизации» собственных сотрудников Сбербанка и РЖД могут в одностороннем порядке сформировать ядро виртуальных операторов. Кроме того, оба общества обладают мощнейшими сбытовыми сетями. Сбербанк имеет разветвленную филиальную сеть в России: 18 территориальных банков, более 20 000 отделений и внутренних структурных подразделений. В активе РЖД — 332 вокзальных комплекса, чей пассажиропоток превышает 1 млрд человек в год. Впрочем, очевидные преимущества этих MVNO-проектов одновременно являются и их недостатками. «Вертикаль власти» в обоих обществах регулярно дает сбои. А качество сервиса в этих компаниях зачастую не соответствует стоимости оказываемых услуг. **TelecomBlog**

WestCall
TELECOMMUNICATIONS

(812) 647-00-11
www.westcall.spb.ru



Телефония



Интернет



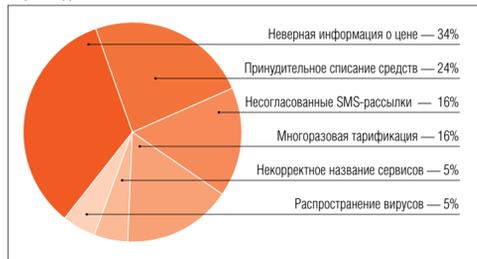
WestCall.TV



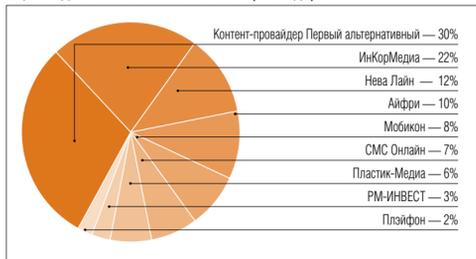
Дата-Центр

Ваш оператор связи.

Оценка долей по типам мошенничества



Оценка долей мошенничества по провайдерам



телеком

Операторы защитили своих абонентов от судебных приставов

персональные данные

В феврале этого года прокуратурой Санкт-Петербурга были внесены представления в адрес руководителей Северо-Западного филиала ОАО «МегаФон» и филиала в Санкт-Петербурге ОАО «Мобильные Телесистемы» (МТС) в связи с выявленными нарушениями законодательства об исполнительном производстве. Операторы закрыли приставам доступ к персональным сведениям своих абонентов, являющихся должниками по исполнительным производством.

В конце 2009 года управление Федеральной службы судебных приставов (УФССП) попросило прокурора Петербурга Сергея Зайцева разобраться, насколько законны действия сотовых компаний, отказавшихся сотрудничать с приставами. Операторы решили не делиться с УФССП информацией о «должниках». В частности, передавать сотрудникам управления номера телефонов интересующих граждан, детализацию их телефонных счетов и т. д. В УФССП сообщили, что персональные данные требуются исключительно для уведомления должников о возникших у них неприятностях. Однако, по словам заместителя главного судебного пристава Санкт-Петербурга Вадима Дмитриева, в случае начала партнерства с сотовыми операторами, приставам хотелось бы списывать деньги с мобильных счетов должников. «Закон об исполнительном производстве наделил судебных приставов правом обращать взыскания на любые имущественные права должников. Взаимоотношения таких людей с операторами мобильной связи попадают под категорию имущественных прав, следо-

вательно, мы имеем возможность обращать взыскание на эти средства», — считает господин Дмитриев.

В свою очередь, операторы считают, что сотрудничать с судебными исполнителями им запрещает федеральное законодательство «О персональных данных». Согласно действующему законодательству, номера телефонов и детализация счетов абонентов являются персональными данными. «Силовики» могут получить доступ к этой информации в рамках оперативно-розыскной деятельности (ОРД), но служба судебных приставов не является субъектом ОРД.

Действия прокуратуры не изменили позицию операторов. Так, в пресс-службе МТС сообщили, что прокуратура не вправе требовать от операторов раскрытия в пользу УФССП информации о своих абонентах. «Обязать оператора раскрыть информацию может только суд. Практика по решению таких споров в пользу сотовых операторов уже есть в регионах России, например, МТС имеет решения суда в свою пользу в регионах Сибири и Дальнего Востока», — заявили в МТС. Помимо этого, пресс-служба оператора привела целый ряд судебных решений о запрете взыскания средств с абонентского счета. В апреле 2009 года МТС защитила счет абонента от приставов в Верховном суде Карелии. Коллегия суда указала, что денежные средства с момента передачи их абонентом оператору становятся собственностью последнего, а у абонента остается лишь имущественное право требовать оказания услуг или возврата денег. В начале ноября 2009 года МТС выиграла аналогичный суд

в Петрозаводске. Суд постановил, что, внося авансовый платеж, абонент приобретает имущество, то есть может требовать от оператора либо оказания услуг связи согласно договору, либо возврата средств, если они не будут оказаны. «Судебные решения в пользу МТС были вынесены также в Хабаровске, Ставропольском и Алтайском краях и многих других регионах», — сообщили в пресс-службе компании.

Любопытно, что в отличие от своих конкурентов, Tele2 сообразила о сотрудничестве с судебными приставами. «„ТЕЛЕ2 Санкт-Петербург“ уважительно относится к работе службы судебных приставов и понимает важность исполнения ими своих функций. В то же время мы уверены, что действия приставов должны находиться в правовом поле. Государственные органы компетентны запрашивать информацию в рамках выполнения возложенных на них задач. Компания „ТЕЛЕ2 Санкт-Петербург“ взаимодействует со службой судебных приставов в рамках действующего законодательства, учитывая специфику нормативных актов, регламентирующих оказание услуг подвижной связи. В последнее время компания „ТЕЛЕ2 Санкт-Петербург“ не получила прокурорских представлений о выдаче данных», — рассказали в пресс-службе оператора.

Юристы считают, что операторы вправе защищать персональные данные своих абонентов. «Сведения о гражданине, в том числе его персональные данные и сведения о его расчетах с оператором относятся к охраняемой конституцией тайне, право на которую конкретизировано в законодательстве о связи.

Законом приставу прямо не предоставлено право на доступ к такой тайне, а имеющиеся общие полномочия на получение сведений не могут быть истолкованы расширительно в целях преодоления конституционных положений. Такое толкование коллизии норм дают, в частности, арбитражные суды», — говорит Андрей Миконин, адвокат юридической фирмы «S&K Вертикаль». По его словам, если сведения о гражданине как абоненте и состоянии его расчетов с оператором все же стали известны приставу (например, через правоохранительные органы или от самого гражданина), использование таких сведений для целей удовлетворения прав взыскателя вызывает большие сомнения. «Оператор связи не банк, деньгами абонентов не владеет и в активе имеет только обязательство оказать услуги связи либо вернуть авансовый платеж по требованию абонента, но не взыскателя или пристава. Никакие деньги „списаны“ со счета абонента приставом или взыскателем быть не могут», — резюмирует господин Миконин.

Телекоммуникационные аналитики считают, что коллизии между приставами, прокуратурой и операторами возникли из-за несовершенства отраслевого законодательства. «Претензии приставов — лишнее подтверждение того, что отраслевое законодательство необходимо корректировать. Самый логичный путь — отказ от паспортных данных при продаже стартовых комплектов с препейдными тарифами. Все равно эта норма строго не соблюдается. Отдельные провайдеры, кстати, не дожидаясь изменений отраслевого законодательства,



Операторы отказались раскрывать персональные данные о своих абонентах даже «под дулом пистолета» ФОТО ДМИТРИЯ ЛЕБЕДЕВА

стали предоставлять услуги связи „без паспорта“, — говорит генеральный директор аналитического агентства «Рустелеком» Юрий Брюквин. С коллегой соглашается и ди-

ректор ИАА «Неделя сотовых технологий» Денис Кусков. «Чтобы служба приставов могла получать информацию от сотовых операторов, необходимо внести изменения

в существующее законодательство, а пока я поддерживаю операторов, которые ссылаются на закон „О связи“, согласно которому сведения об абонентах являются конфи-

денциальной информацией, а значит могут представлять ограниченный круг служб, куда УФССП пока не входит», — считает аналитик.

ИВАН СТЕПАНОВ

Две штуки в одни руки

Операторам помогают набрать абонентов

гаджеты

Развитие рынка сотовой связи и активная погоня операторов за новыми абонентами привели к тому, что сегодня в Петербурге уровень проникновения сотовой связи почти достиг 190%. Это означает, что каждый абонент имеет в среднем по две активных сим-карты. Производители телефонов уже предложили мультиабонентам аппараты с поддержкой нескольких сим-карт. Наиболее активно в этой нише действуют вендоры Fly и Samsung.

Разумеется, официальная статистика сотовых компаний включает и множество «мертвых душ», однако несколькими сим-картами пользуется действительно значительное число абонентов: по разным данным, их доля колеблется в пределах 20–40%. Использование двух и более сим-карт имеет разные причины: кто-то использует один номер в личных целях, а второй — для деловых (часто его выдают на работе); кто-то оптимизирует свои расходы, комбинируя выгодные предложения разных операторов, кто-то повышает надежность связи: вероятность того, что в какой-то точке не будет покрытия двух операторов, гораздо ниже, чем в случае использования одного.

Долгое время желающие использовать несколько сим-карт были вынуждены носить с собой несколько телефонов, либо же приобретать специальные переходники, главным недостатком которых является возможность одновременной работы только с одной сим-картой. Между тем технических препятствий для того, чтобы сделать телефон, работающий с несколькими сим-картами одновременно, нет. Достаточно установить два или более приемопередатчика и разработать соответствующий интерфейс для управления ими. Стоимость «двух-симочных» моделей почти не превышает стоимости обычного аппарата, наличие второго приемопередатчика не сильно влияет на общую цену телефона: ведь «два телефона в одном» делят между собой все остальные компоненты (дисплей, корпус, аккумулятор и т. п.).

Принцип использования аппаратов с двумя сим-картами практически одинаков для разных производителей. На экране отображается не одно название сети, а два, при этом имеется и два индикатора уровня сигнала. В режиме ожидания звонок можно принять на любую из карт, при этом на экране будет отображаться, на какую именно карту вам звонят. Для исходящих же звонков придется либо



ПАВЕЛ ПИСКОВЫН

выбрать «активную» карту, и тогда все звонки будут совершаться с нее (это реализовано в телефонах Samsung, для переключения карты даже имеется специальная кнопка), либо выбрать карту каждый раз после набора номера — при нажатии клавиши посылка вызова будет появляться вопрос, с какой карты звонить. Удобнее всего выбор карты реализован в некоторых моделях телефонов Fly: в них имеется две кнопки посылки вызова, «закрепленных» за каждой из сим-карт. Во время разговора по одной из сим-карт вторая на этот период блокируется, и если позвонить на ее номер, то автоответчик сообщит о том, что аппарат абонента выключен или находится вне зоны действия сети. Это необходимо учитывать любителям долгих разговоров — им все-таки лучше приобрести два разных мобильных телефона. Еще один вариант решения проблемы — установка переадресации по условиям недоступности с одной карты на другую и обратно и включение услуги «ожидание вызова» у оператора. В этом случае не придется пропускать звонки, однако за переадресованный вызов нужно будет платить, как за исходящий. Тем, кто пользуется двумя сим-картами ради экономии, этот способ не подойдет.

Телефоны с двумя сим-картами поставляют на наш рынок преимущественно азиатские производители. Линейка DuoS

есть у Samsung: ее «топовым» аппаратом является GT-B5722. Его сенсорный дисплей с диагональю 2,8 дюйма и разрешением 240x320 пикселей обеспечивает легкость управления и позволяет с удобством просматривать содержимое любого типа. Перед отправкой сообщения или вызовом абонента достаточно выбрать нужную сим-карту с помощью соответствующей экранной клавиши. Аппарат имеет полный набор современных мультимедийных функций, включая плеер, FM-радиоприемник, а также трехмегапиксельную камеру со вспышкой. С помощью предустановленного редактора фотографий можно обрабатывать их прямо на мобильном телефоне. Bluetooth 2.1 с профилем A2DP позволяет использовать беспроводную гарнитуру для разговоров и прослушивания музыки (стерео). Благодаря наличию разъема для карт памяти microSD можно увеличить пространство для хранения медиафайлов до 8 Гб. Стоимость аппарата не превышает 9 000 рублей.

На телефонах с двумя сим-картами специализируется Fly: у этого производителя вовсе нет моделей с одной сим-картой. Стоит продукция Fly дешевле, чем Samsung. Например, телефон с сенсорным экраном Fly E135 обойдется не дороже 6 000 рублей. Имея внушительный набор мультимедийных функций, аппарат также учитывает пожелания и тех, кому телефон нужен, чтобы звонить. Например, это возможность включить во время разговора тот или иной фоновый шум, чтобы вы могли убедительно сообщить собеседнику о том, где вы якобы находитесь — например, не только что проносите, а мчитесь на работу, но попали в пробку (доступны звуки «метро», «улица», «ресторан» и т. п.). Еще одна полезная функция — черный список, позволяющий автоматически отклонять вызовы тех абонентов, с которыми вы по тем или иным причинам не хотите разговаривать. Также есть встроенный автоответчик: это не услуга оператора, за которую надо платить, а функция самого телефона. При входящем звонке через заданный промежуток времени он сам «снимет трубку», воспроизведет приветствие и запишет сообщение, которое сохранится в памяти телефона. В Fly E135 имеется также возможность автоматического завершения звонка через определенный промежуток времени, что может быть полезно, например, в роуминге.

ИЛЬЯ ШАТИЛИН



Наши крылья для ваших высот

Компания «Северен-Телеком» — универсальный оператор фиксированной связи для корпоративных клиентов в Санкт-Петербурге, Москве, Новосибирске и Самаре.

Мы готовы решать телекоммуникационные задачи любой сложности и подбирать для наших клиентов оптимальные решения. Мы понимаем, что бизнес наших клиентов зависит от нас.

Мы делаем все, чтобы наши клиенты могли работать эффективно. Мы верим, что связь — это легко и просто.

Лицензия №41600, 48142, 48143, 48144, 48145, 50096, 909753, 909754
Реклама

+7(812) 740-70-70

www.severen.ru

