

Вторник, 22 сентября 2009 №175 (№4230 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №17–32 являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Рег. №01243 22 декабря 1997 года. Распространяются только в составе газеты.

Коммерсантъ

ТЕЛЕКОМ



www.kommersant.ru



АЛЕКСАНДР МАЛАХОВ,
РЕДАКТОР «Ъ-ТЕЛЕКОМ»

ПАСПОРТ ЗА ПОЛМИЛЛИАРДА

Программу внедрения биометрических загранпаспортов с самого начала преследовал злой рок. Что неудивительно, ведь на создание системы государство выделило \$500 млн. В начале 2006 года, когда документы нового образца должны были начать выдавать в пилотном режиме в Калининградской области, сотрудники УВД Калининградской области не смогли разобраться с техникой и приостановили оформление документов. В конце года, когда пилотная выдача новых загранпаспортов была налажена, английские хакеры показали способ незаконного копирования паспортных данных. Эта новость наделала много шума: получалось, что от новых документов может быть больше вреда, чем пользы.

В начале 2007 года случилась новая неприятность. Федеральная миграционная служба заявила, что оборудование для записи информации о владельце документа, предоставленное ФГУП «Восход» (генподрядчик проекта), оказалось ненадежным и постоянно ломается. Из-за этого в Санкт-Петербурге, где планировалось начать массовую выдачу паспортов с Нового года, начало выдачи было отложено. В УФМС по Санкт-Петербургу и Ленинградской области сравнили систему «Восхода» со старым «Запорожцем». В конце года произошел еще один мини-скандалчик, когда пять конкурсов по биометрическим паспортам общей стоимостью примерно 2,4 млрд рублей провели на безальтернативной основе. Другими словами, на каждый лот претендовала только одна компания. Больше всех (более 2 млрд рублей) выиграло ФГУП «НИИ „Восход“».

2008 год прошел спокойно.

Но в 2009 году, когда новый министр связи Игорь Щеголев уже пробыл на посту более года, скандалы возобновились. Только на этот раз конкурсы стал выигрывать не «Восход», а компания «Открытые технологии 98», предложившая самую высокую цену исполнения контракта. В ответ на эти действия выдача паспортов была приостановлена, так как НИИ «Восход» отказался обслуживать систему, сославшись на задолженность.

В этой борьбе за государственные деньги, как водится, неудобства испытывали обыкновенные граждане. Остается надеяться, что радикальное решение вопроса президентом Дмитрием Медведевым, назначившим НИИ «Восход» главным по новым паспортам, завершит трехлетнюю эпопею с борьбой за \$500 млн.



КОЛОНКА РЕДАКТОРА

ПАСПОРТНЫЙ СПОР

ВЛАСТЬ НАД СИСТЕМОЙ ВЫДАЧИ БИОМЕТРИЧЕСКИХ ЗАГРАНПАСПОРТОВ БОЛЬШЕ НЕ МЕНЯЕТСЯ. ВОЙНУ ЗА ПРАВО ОБСЛУЖИВАТЬ СИСТЕМУ, В ХОДЕ КОТОРОЙ ВЫДАЧА ДОКУМЕНТОВ НОВОГО ОБРАЗЦА БЫЛА ВРЕМЕННО ПРИОСТАНОВЛЕНА, ОКОНЧАТЕЛЬНО ВЫИГРАЛО ФГУП «НИИ „ВОСХОД“». ПОБЕДИТЕЛЯ ОПРЕДЕЛИЛ ЛИЧНО ПРЕЗИДЕНТ РОССИИ ДМИТРИЙ МЕДВЕДЕВ, ПОДПИСАВ СООТВЕТСТВУЮЩЕЕ РАСПОРЯЖЕНИЕ.

НАДЕЖДА РЫБКИНА

16 июля ФГУП «НИИ „Восход“», осуществлявшее техническую поддержку одного из сегментов системы выдачи биометрических загранпаспортов, прекратило обслуживать систему, сославшись на задолженность со стороны государства. По словам первого замдиректора ФГУПа Николая Мухина, на тот момент государство не расплатилось с ФГУПом за обслуживание системы в 2008–2009 годах, которое компания делала «на собственные деньги». ФГУП обслуживало систему в первом полугодии 2009 года за свой счет (контракт истек 31 декабря 2008 года), а новый конкурс был проведен только через полгода. «По нашим данным, общая сумма долга составляет около 250 млн рублей», — заявлял господин Мухин. Он уточнил, что в результате отказа от обслуживания оформление биометрических загранпаспортов стало возможным только в МИД РФ. Биометрические паспорта были введены в обращение 1 января 2006 года согласно указу президента РФ. По данным ФМС, с начала года выдано 1,3 млн паспортов нового и 0,7 млн — старого образца.

За два дня до этого НИИ «Восход» также направил жалобу в ФАС с требованием признать конкурс на техническое обслуживание межведомственного сегмента системы изготовления биометрических паспортов на 2009 год (максимальная сумма контракта 512,4 млн рублей, итоги конкурса были подведены 17 июня) недействительным (копия направлена в Минкомсвязи). В жалобе приводится ряд претензий к Минкомсвязи по поводу конкурса. Во ФГУПе пояснили, что главных претензий к Минкомсвязи три. Во-первых, неверно указано место выполнения работ, что не позволяет участникам конкурса определить объем и стоимость работ. «В документации сказано про Москву и область, однако очевидно, что география работ гораздо шире», — сообщил господин Мухин. Во-вторых, министерство запросило ряд ненужных, по мнению ФГУПа, сертификатов. В-третьих, НИИ «Восход» насторожил допуск к участию в конкурсе компании ООО ЛИССИ, которая предложила выполнить контракт всего за 15 млн рублей.

Во ФГУПе отмечали, что при сопоставлении заявок была установлена формула оценки контракта по его цене, вес этого показателя составлял 45%. В жалобе ФГУПа говорилось, что допуск ЛИССИ нарушает систему оценки, так как выводит на первый план другие критерии. Например, сроки разработки регламентов и подготовки формуляров, которые

«составляют приблизительно сотую часть всего объема работ». По этому критерию лидерами по баллам являлись «Открытые технологии 98» и «Би-Эй-Си» (у них по 96,67 балла по критерию и по 33,83 итоговых балла), а аутсайдером — ООО ЛИССИ с нулем баллов. 20% отдается компаниям по таким критериям, как соответствие ГОСТам, опыт выполнения аналогичных работ, квалификация работников и наличие авторизованных писем от производителей программно-аппаратного комплекса. «При таком раскладе победителем выходят „Открытые технологии 98“, предложившие самую высокую цену выполнения контракта (предложенная сумма — 495 млн рублей)», — рассказывал участник конкурса, пожелавший остаться неназванным. «Мы удивлены тем, что такой важный конкурс проводится без обеспечения заявки. Вследствие чего к участию в конкурсе была допущена компания ЛИССИ, предложившая 15 млн рублей, в то время как сумма обеспечения заявки по закону о госзакупках (5% от суммы контракта) превышала бы их предложение почти вдвое», — рассказал глава пресс-службы «Техносерв» (тоже участвовала в конкурсе) Андрей Коняев.

В НИИ «Восход» указывали и на то, что такая ситуация противоречит п. 4 ст. 28 ФЗ-94 о госзакупках, «согласно которому для определения лучших условий исполнения контракта конкурсная комиссия должна оценивать и сопоставлять заявки по цене контракта». В жалобе в ФАС говорилось, что существенная часть критериев Минкомсвязи направлена «на искусственное сокращение претендентов на победу». Вице-президент «Открытых технологий 98» Этери Хетеева не стала комментировать сложившуюся ситуацию. 17 июля конкурс действительно выиграла компания «Открытые технологии 98».

Вечером 17 июля Минкомсвязи распространило пресс-релиз, в котором сообщалось, что в министерстве состоялось совещание участников системы изготовления биопаспортов. По его итогам НИИ «Восход» было поручено 17 июля восстановить работоспособность системы. Кроме того, Минкомсвязи направило во ФГУП гарантийное письмо за подписью заместителя министра связи и массовых коммуникаций Дмитрия Северова, в котором просило до 18.00 17 июля восстановить работу системы и обеспечить ее работу по 30 августа. Ведомство гарантировало оплату «обоснованных расходов, связанных с выполнением работ, в объеме до 100 тыс. рублей».



ЮРИЙ МАЛЫШОВ

В НИИ рассказали, что на совещании присутствовали, но систему запускать не стали. «Нам не понятно, почему системный интегратор, который выиграл конкурс, не может до 30 августа начать выполнять свои обязанности. Поражает разница в сумме между 495 млн рублей, которая была заявлена победителем, и той, которая предлагается нам, — до 100 тыс. рублей», — пояснял свою позицию господин Мухин из НИИ «Восход».

Тем не менее 22 июля ФГУП «НИИ „Восход“» возобновило процесс технического обслуживания сегмента системы по изготовлению биопаспортов. «В связи со сложившейся критической ситуацией с выдачей загранпаспортов нового поколения российским гражданам по просьбе Федеральной миграционной службы руководством ФГУП «НИИ „Восход“» было принято решение об обеспечении дальнейшей работы сегмента системы до момента заключения государственного контракта с исполнителем соответствующих работ», — говорилось в сообщении ФГУПа.

Спустя два дня после возобновления работы системы ФАС отменила результаты конкурса, который выиграла компания «Открытые технологии 98». Начальник управления контроля размещения государственного заказа ФАС Михаил Евраев пояснил, что оценка конкурсных заявок была проведена с нарушением закона о госзакупках, поэтому служба вынесла предписание о внесении изменений в конкурсную документацию и проведении нового конкурса. «Минкомсвязи использовало некорректную формулу, которая привела к искажению результатов оценки», — отметил господин Евраев. Пресс-секретарь Минкомсвязи Елена Лашкина сказала, что ФАС отменила итоги конкурса в связи «с отдельными техническими вопросами», и пообещала вскоре объявить новый конкурс.

В конце августа ФАС отменила другой конкурс Минкомсвязи на обслуживание системы оформления загранпаспортов нового поколения. На этот раз претензии у ведомства возникли не к конкурсной документации, а по поводу необоснованного отстранения от участия в аукционе компании «Оптим». Победитель открытого конкурса получал право на техническое обслуживание вычислительной техники и оборудования межведомственного сегмента системы изготовления биометрических загранпаспортов в 2009 году. Начальная цена контракта составила 202,6 млн рублей. Заявки на участие в аукционе подали шесть компаний: «Открытые технологии 98», «Техносерв», ФГУП «НИИ „Восход“», «УСП Компьюлинк», «Би-Эй-Си» и «Оптим». Но допущены к конкурсу были только три первые компании — остальные заявки были отклонены в связи с их несоответствием закону о госзакупках. 22 июля победителем аукциона было признано ЗАО «Открытые технологии 98», предложившее 192,5 млн рублей.

Михаил Евраев сообщил, что результаты аукциона были аннулированы, так как компанию «Оптим» отстранили от участия в аукционе без достаточных оснований. «Мы вынесли предписание допустить „Оптиму“ к аукциону и продолжить его проведение», — рассказал господин Евраев. Он отметил, что нарушение обнаружилось в ходе внеплановой проверки со стороны ФАС. Елена Лашкина заявила, что «после получения решения ФАС Минкомсвязи определит сроки проведения аукциона».

Разбирательство вокруг того, кто должен обслуживать систему выдачи биопаспортов, параллельно шло на самом высоком уровне. В июле главный конструктор государственной системы изготовления, оформления и контроля би-



ПОСЛЕДНЕЕ СЛОВО В БИТВЕ ЗА ПАСПОРТА
СКАЗАЛ ПРЕЗИДЕНТ РОССИИ

IT В ГОССЕКТОРЕ

опаспортов Александр Панкратов обратился к главе администрации президента Сергею Нарышкину с письмом, в котором просил назначать операторов на постоянной, а не конкурсной основе. Затем с письмом утвердить НИИ «Восход» в качестве такого оператора к Дмитрию Медведеву обратились его советник Леонид Рейман, а также главы ФСБ, МВД и ФМС. Авторы обращения поясняли, что за время простоя системы образовалась очередь из 50 тыс. заявок на паспорта.

Вслед за этим, 19 августа, появилось распоряжение президента России Дмитрия Медведева, определяющее, что системой оформления биометрических загранпаспортов будет заниматься ФГУП «НИИ „Восход“».

Этим указом паспортное противостояние не завершилось. 23 августа стало известно, что Минкомсвязи добавляется передачи ФГУП «НИИ „Восход“», которое обслуживает систему паспортно-визовых документов нового образца, в свое ведение.

Минкомсвязи подготовило проект распоряжения правительства о передаче ФГУП «НИИ „Восход“» в свое ведение, рассказали в министерстве. Документ отправлен на согласование в Минэкономразвития, Минфин и Росинформтехнологии, в ведении которого сейчас находится «Восход». «В перечень задач Росинформтехнологий работы по биопаспортам не входят. Технической политикой по этому проекту занимается Минкомсвязи. Биометрические паспорта лишь участок огромного фронта деятельности по созданию „электронного правительства“. Только будучи в ведении Минкомсвязи, „Восход“ сможет эффективно взаимодействовать с другими участниками этой работы, например с НТЦ „Атлас“, который находится в ведении министерства, а также с „Ростелекомом“, который будет единым исполнителем работ по формированию инфраструктуры „электронного правительства“», — объяснил инициативу министерства заместитель министра связи и массовых коммуникаций Дмитрий Северов.

В «Восходе» сообщили, что знают об инициативе Минкомсвязи, но относятся к ней негативно. «„Восход“ четко и своевременно выполняет свои обязательства перед заказчиками. Мы не видим ни одной причины для изменения в структуре подчинения НИИ. Любые нелогичные действия сейчас будут только мешать выполнению важных задач по развитию и эксплуатации государственных автоматизированных систем, разработкой которых занимается предприятие», — заявила пресс-секретарь «Восхода» Мария Шнейдер.

Директор по развитию бизнеса в России и СНГ аналитической компании Frost & Sullivan Татьяна Толмачева не исключает того, что проект распоряжения — это ответ Минкомсвязи на решение назначить «Восход» единственным оператором системы. Адвокат юридической компании «Юков, Хренов и партнеры» Дмитрий Лобачев говорит, что если проект постановления Минкомсвязи будет одобрен, Минкомсвязи, в частности, как собственник предприятия получит право назначать руководителя ФГУПа, а также согласовывать вопросы распоряжения недвижимым имуществом предприятия.

Инициатива с переподчинением ФГУПа пока ничем не завершилась, но сама история негативно отразилась на Минкомсвязи. В конце августа департамент контроля и проверки выполнения решений правительства РФ направил доклад за подписью его директора Павла Кюннау от 18 августа (№3-П43—7161) на имя главы аппарата правительства Сергея Собянина. В документе сказано, что подготовленная Минкомсвязи конкурсная документация на обслуживание одного из участков системы по изготовлению биопаспортов позволила допустить к нему «недобросовестного участника» — юридическое лицо с уставным капиталом 10 тыс. рублей, от имени которого заявку подал генеральный директор, срок полномочий которого истек более года назад».

Правительственный департамент указывает и на то, что ФГУП «НИИ „Восход“», которое ранее обеспечивало работу этого участка, предлагало выполнить заказ за 197 млн рублей (Минкомсвязи закладывало 512 млн рублей), а ЗАО «Открытые технологии 98», выигравшее конкурс, — 495 млн рублей, что увеличивало затраты государства на 298 млн рублей. В то же время Минкомсвязи получило письмо из Генпрокуратуры, в котором содержалась просьба предоставить ее сотрудникам возможность ознакомиться с разработанными министерством конкурсными документами. ■

IT В ГОССЕКТОРЕ

DST ПОДРУЖИЛСЯ С FACEBOOK

РОССИЙСКИЙ ФОНД DIGITAL SKY TECHNOLOGIES (DST; ВЛАДЕЕТ ДОЛЯМИ В MAIL.RU, «ОДНОКЛАССНИКИ.РУ», «ВКОНТАКТЕ.РУ» И ДРУГИХ) СТАЛ СОВЛАДЕЛЬЦЕМ КРУПНЕЙШЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ В МИРЕ FACEBOOK. В DST УТВЕРЖДАЮТ, ЧТО НЕ ПЛАНИРУЮТ НИКАКОЙ ИНТЕГРАЦИИ FACEBOOK С РОССИЙСКИМИ АКТИВАМИ.

ВИКТОР ХИЛЬКО

О том, что российский фонд Digital Sky Technologies купил 1,96% привилегированных акций глобальной социальной сети Facebook, стало известно в конце мая. В сообщении компании говорилось, что DST в обмен на \$200 млн получит 1,96% привилегированных акций Facebook Inc., управляющей самой популярной социальной сетью в мире. При этом были обнародованы планы относительно выкупа летом обыкновенных акций Facebook у акционеров на сумму не менее \$100 млн.

По данным Comscore, Facebook, основанная в феврале 2004 года американцем Марком Цукербергом, является самой популярной социальной сетью в мире. По данным Facebook, сейчас на портале зарегистрировано 200 млн человек. Компания не раскрывает данных о выручке, но признается, что прибыль сможет получить не раньше 2010 года.

Компанией DST Advisors управляют ее основные владельцы — бывший гендиректор УК «Концерн „Нефтяной“» Юрий Мильнер и бывший исполнительный директор NCH Advisors Григорий Фингер, а также бывший инвестбанкир из Goldman Sachs Александр Тамас. Доля структур бизнесмена Алишера Усманова (совладелец «Металлоинвеста») — около 32%, еще примерно 2% у фонда «Ренессанс Партнерс».

В портфель DST напрямую и косвенно входят: контрольный пакет почтового сервиса Mail.ru, контрольная доля в игровом холдинге Astrum, доли в социальных сетях «ВКонтакте.ру» и «Одноклассники.ру», в системе моментальных платежей ОСМП (через OE Investments), в польской социальной сети Nasza-Klasa.pl и др. До покупки акций Facebook стоимость активов DST аналитики оценивали в \$0,9—1 млрд.

В сообщении Facebook говорилось, что DST не будет представлена в совете директоров компании, а также не



ГЛАВА DST ЮРИЙ МИЛЬНЕР НЕ ПЛАНИРУЕТ ОБЪЕДИНЯТЬ СВОИ АКТИВЫ С FACEBOOK

будет обладать специальными наблюдательными правами. Ранее в СМИ сообщалось, что место в совете директоров является одним из условий оферты DST. Юрий Мильнер рассказал, что представительство DST в совете директоров Facebook «даже не обсуждалось».

Объясняя интерес DST к Facebook, он отметил, что «полезно иметь небольшую долю в глобальной компании». По его словам, привилегированные акции Facebook обла-

дают свойствами, которые делают их гораздо более интересными для вложений, чем обыкновенные. «Что это за условия, рассказать не могу. Но все финансовые инвесторы смотрят в первую очередь на привилегированные акции Facebook. Так было, в частности, в случае с Microsoft (в октябре 2007 года купила 1,6% „префов“ за \$240 млн. — „Ъ-Телеком“),» — сообщил господин Мильнер. Источник, близкий к сделке с Facebook, уточнил, что привилегированные акции компании можно будет конвертировать в обыкновенные.

«Никаких слияний с российскими активами не будет», — пообещал Юрий Мильнер.

В середине июля стали известны подробности нового выкупа, информация о котором появилась в мае. DST сделал совладельцем социальной сети Facebook предложение о выкупе обыкновенных акций компании на сумму до \$100 млн. DST намерена покупать обыкновенные акции у сотрудников Facebook Inc. (управляет социальной сетью), которые получили ценные бумаги по опционной программе, а также у других владельцев сети. DST предлагает за одну обыкновенную акцию Facebook \$14,77, рассказал источник, близкий к сделке. Сумма оферты составляет до \$100 млн, что эквивалентно приблизительно 1,54% капитала компании (оценка всех акций — \$6,5 млрд).

Гендиректор DST Юрий Мильнер подтвердил факт направления оферты. «Я рад, что цена, предложенная DST, намного выше той, которая обсуждалась прошлой осенью», — заявил основатель Facebook Марк Цукерберг. Если оферта DST будет принята, DST станет владельцем около 3,5% капитала социальной сети. Как сообщалось ранее, привилегированные акции Facebook могут быть конвертированы в обыкновенные. ■

MAIL.RU ПОДЕШЕВЕЛА НА ДВА ГОДА

КАК СТАЛО ИЗВЕСТНО ИЗ ОТЧЕТА ЮЖНОАФРИКАНСКОГО ХОЛДИНГА NASPERS, ВЛАДЕЛЬЦА 42,9% MAIL.RU, В ДЕКАБРЕ 2008 ГОДА ОН ДОКУПАЛ 10% ПОРТАЛА ИСХОДЯ ИЗ ОЦЕНКИ ВСЕЙ КОМПАНИИ \$1 МЛРД. ЭТО В ДВА РАЗА МЕНЬШЕ ТОГО, ВО СКОЛЬКО ЭКСПЕРТЫ ОЦЕНИЛИ MAIL.RU ПРОШЛЫМ ЛЕТОМ.

НАДЕЖДА ПРОНИНА

Naspers купил в декабре 10% Mail.ru за \$100 млн, то есть оценив всю компанию в \$1 млрд, говорится в отчетности холдинга за 2009 финансовый год (закончился 31 марта). О сделке стало известно в конце прошлого года: тогда гендиректор Mail.ru Дмитрий Гришин рассказывал, что компания Юрия Мильнера Digital Sky Technologies (DST) увеличила подконтрольную ей долю в Mail.ru с 36% до 53,2%, а Naspers — с 32,6% до 42,9%. Стоимость приобретений не раскрывалась, но источники, близкие к сделкам, утверждали, что в июле DST приобрела у фонда Tiger Global Management около 15% Mail.ru примерно за \$300 млн. Таким образом, летом всю Mail.ru оценивали приблизительно в \$2 млрд.

В \$1 млрд Mail.ru оценивалась в ноябре 2007 года, когда Naspers объявил о покупке 2,6% портала за \$26 млн (тогда холдинг увеличил свою долю в интернет-компании до 32,6%). При этом в начале января 2007-го Naspers объявил о покупке 30% Mail.ru за \$165 млн,

то есть исходя из оценки в \$550 млн. ООО «Мэйл.ру» владеет более чем 50 сервисами, включая одноименный почтовый сервис, социальную сеть «Мой мир@mail.ru», фото-, видео- и блогхостинги, интернет-аукцион Molotok.ru, поисковую систему GoGo.ru, торговую Torg.ru и платежную «Деньги@mail.ru». По данным TNS на май, Mail.ru — вторая после «Яндекса» по популярности площадка рунета с аудиторией 17,8 млн человек в месяц.

Основным владельцам Mail.ru — фонду Digital Sky Technologies (около 30% контролируют структуры совладельца «Металлоинвеста» Алишера Усманова) и южноафриканской медиакомпания Naspers Ltd — принадлежит соответственно 53,2% и 42,9% компании. Гендиректор Дмитрий Гришин владеет около 3,5%. По данным Mail.ru, ее выручка в 2008 году по US GAAP составила \$74,6 млн, чистая прибыль — \$34,3 млн, EBITDA — около \$40 млн.

Российские интернет-компании с похожей бизнес-моделью тоже подешевели. Так, стоимость Rambler Media с 1 июля 2008 года по 30 декабря снизилась в восемь с половиной раз — с \$26,2 до \$3,1 за акцию. За первое полугодие 2009-го стоимость Rambler выросла почти в два раза — до \$6,12 за акцию.

В отчете Naspers также указывается, что холдинг стал контролирующим владельцем интернет-аукциона Molotok.ru и консолидировал его результаты в свою отчетность. Naspers стал косвенным совладельцем Molotok.ru в марте 2008 года, когда завершил сделку по покупке за £946 млн 100% европейской сети аукционов Tradus, которой принадлежало приблизительно 30% Molotok.ru. После покупки дополнительных 10% Mail.ru (владеет 49% Molotok.ru) южноафриканский холдинг стал косвенным владельцем более 50% Molotok.ru. В отчетности Naspers говорится, что 20% Molotok.ru были оценены в \$11 млн, то есть вся компания стоит около \$55 млн. ■

ИНТЕРНЕТ-БИЗНЕС



Консультант с доставкой в офис

Программа «День с МТС»

Узнайте больше о современных технологиях мобильной связи,
полезных для вашего бизнеса.
Закажите выездную консультацию в удобное для вас время на сайте.

Звоните (495) 766 00 01

www.corp.mts.ru



МАШИНЫ ПРОСТО СУПЕР

ЭТИМ ЛЕТОМ ПРЕЗИДЕНТ РОССИИ ДМИТРИЙ МЕДВЕДЕВ ПРОВЕЛ СОВЕЩАНИЕ, НА КОТОРОМ ОБСУЖДАЛИСЬ ПРОБЛЕМЫ СУПЕРКОМПЬЮТЕРНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ. ПО ИТОГАМ ЗАСЕДАНИЯ БЫЛО ПОРУЧЕНО РАЗРАБОТАТЬ ПРОГРАММУ РАЗВИТИЯ ЭТОЙ ОТРАСЛИ. ЭКСПЕРТЫ СЧИТАЮТ, ЧТО ВНИМАНИЕ ГОСУДАРСТВА К СУПЕРКОМПЬЮТЕРНОЙ ОТРАСЛИ УЖЕ САМО ПО СЕБЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПОЗИТИВНЫМ ЗНАКОМ, НО ДЛЯ ПОЛНОЦЕННОГО РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ НЕ ХВАТАЕТ СПРОСА СО СТОРОНЫ БИЗНЕСА.

АНДРЕЙ РОМАНОВ

В конце июля президент России Дмитрий Медведев впервые определил приоритеты в суперкомпьютерной отрасли. На заседании Совета безопасности он заявил, что государство будет вкладывать в суперкомпьютеры, но остается открытым вопрос со спросом на такие вычислительные мощности. Президент отметил, что необходимо стимулировать спрос на этом рынке не потому, что это модно, а чтобы создавать конкурентоспособную продукцию. Дмитрий Медведев подчеркнул, что недостаточный спрос обусловлен тем, что с суперкомпьютерами и их возможностями не знакома огромная часть предпринимателей, не говоря уже о чиновниках. По словам президента, в стране лишь «считанные единицы моделей обсчитываются на суперкомпьютерах, а остальные делаются на ватмане с применением известных прежних подходов».

Министр связи и массовых коммуникаций России Игорь Щеголев согласился на Совете безопасности с тем, что о массовом внедрении суперкомпьютеров говорить пока рано. По словам министра, для этого предстоит еще создать центры управления, выделить деньги, стимулировать частно-государственное партнерство, а также выработать единые стандарты для обмена данными. Тем не менее уже сейчас Минкомсвязи готовит проекты создания новых суперкомпьютерных центров, увеличения мощностей существующих и объединения их в сеть. По словам министра, в России сейчас насчитывается 17 суперкомпьютеров, а осенью в Московском государственном университете пройдут пробные запуски систем мощностью 500 терафлоп.

По итогам заседания помощник президента Аркадий Дворкович сказал, что президенту подготовят предложения по созданию суперкомпьютеров и объединению их в грид-систему. Он уточнил, что государство рассмотрит возможность налогового стимулирования отрасли и что разработкой конкретных предложений будет заниматься специальная рабочая группа при президенте России.

СОСТОЯНИЕ ИНДУСТРИИ Суперкомпьютеры сегодня — это кластерные серверы с несколькими десятками, сотнями и даже тысячами процессоров, работа которых строится на одновременном выполнении задач, специально разделенных между собой в общей структуре исполнения программ, поскольку именно это необходимо для повышения быстродействия. Такой способ организации называется параллельными вычислениями. Эта отрасль программирования подразумевает разделение задач на множество потоков. Сегодня они актуальны для суперкомпьютеров из списка TOP 500, но уже в недалеком будущем станут рядовым делом для пользователей настольных компьютеров.

По вычислительной мощи настольные ПК отстают от суперкомпьютеров примерно на 12 лет. Иными словами, по уровню производительности сегодняшние профессиональные ПК практически полностью соответствуют суперкомпьютерам 12-тилетней давности. Поэтому положение дел с высокопроизводительными вычислениями (High Performance Computing, HPC) определяет ситуацию на рынке персональных систем в следующем десятилетии. Современные суперкомпьютеры преодолели планку производительности в 1 петафлопс (квадриллион, или 1015 операций с плавающей запятой в секунду). Первая такая система (IBM Roadrunner) стоимостью \$100 млн была представлена летом прошлого года. Профессор и писатель Стив Чен (США) попытался рассчитать, какая производительность необходима для решения различных задач будущего. По его мнению, аэродинамике хватит производительности в несколько петафлопс, молекулярной динамике — 20 петафлопс, а космологии — порядка 10 эксафлопс. Квантовая химия и молекулярное моделирование потребуют еще более мощных ресурсов.



СУПЕРКОМПЬЮТЕР МОЩНОСТЬЮ В 1 ПЕТАФЛОП ОБОЙДЕТСЯ РОССИИ В \$100-120 МЛН

Ведущие страны мира используют и совершенствуют возможности суперкомпьютеров для решения особо сложных задач науки, образования, экономики, для формирования долгосрочных прогнозов, в том числе в области метеорологии и экологии, с целью обеспечения национальной безопасности. В последнее десятилетие произошли заметные сдвиги в организации научного процесса: вследствие широкого внедрения вычислительной техники заметно усилилось направление компьютерного моделирования и численного эксперимента, что позволяет значительно повысить эффективность процессов научного и технологического поиска. Стало возможным моделировать сложные биологические структуры, имитировать взаимодействия систем, состоящих из колоссального количества микро-, нанообъектов, молекул и атомов, анализировать возможные способы их взаимодействия и результаты таковых, прогнозировать глобальные атмосферные явления и т. д.

Успехи России в суперкомпьютерной отрасли хотя и скромны для масштаба страны, но есть. В очередную редакцию списка 500 самых мощных суперкомпьютеров мира в июне 2008 года попали восемь российских суперкомпьютеров. В ноябре 2006 года в нем присутствовал лишь один, а в июне 2007 года — четыре. Этот список составляют и публикуют эксперты Джек Донгарра из Университета Теннесси, Эрих Штрмайер и Хорст Саймон из Национального вычислительного центра энергетических исследований и Ханс Мойер из Мангеймского университета (Германия).

За комментариями по поводу положения дел с высокопроизводительными вычислениями в России мы обратились к Николаю Местеру, директору российского представительства Intel по корпоративным проектам. Николай Местер сказал, что сейчас рынок суперкомпьютеров в России сегментирован по нескольким отраслям. «Первое направление — научно-технические вычисления, которые охватывают как фундаментальные науки, так и прикладные. Второе направление, близкое к первому, связано с образованием. Третье направление — промышленное. Здесь речь идет, к примеру, о таких вычислениях, как моделирование свойств веществ, поведения самолета в воздухе и проч. Есть даже пример из легкой промышленности, когда на суперкомпьютерах просчитывались свойства памперсов».

Николай Местер говорит, что суперкомпьютеры позволяют проводить более точные расчеты, что экономит не

только время, но и деньги. «Раньше, когда расчеты проводились без суперкомпьютерных вычислений, многие вопросы решались с привлечением авторитета в данной области, который высказывал свое мнение. Такая ситуация была, к примеру, в авиастроении. Тогда проводились определенные расчеты, а дальше аппарат продували в аэродинамической трубе. Затем шло испытание самолета, цена образца которого превышает \$1 млн. Суперкомпьютеры же позволяют предсказать, как будет вести себя самолет, и тем самым сэкономить \$1 млн», — рассказал господин Местер. Он добавил, что инженеры в любом случае не могли просчитать все параметры, поэтому их число уменьшали. «Суперкомпьютеры к тому же позволяют просчитать ситуации „а что если“, то есть, к примеру, поведение самолета при различных характеристиках. Без таких вычислений сделать это чрезвычайно сложно и дорого», — отметил господин Местер. Он добавил, что суперкомпьютерные вычисления уменьшили время, требуемое на разработку новой модели автомобиля, в три-пять раз. Самые мощные суперкомпьютеры используются в научных и образовательных учреждениях: «На производстве используются, как правило, системы раз в пять-десять менее производительные, нежели топовые модели в научных учреждениях. Стоимость хорошего вычислительного комплекса для промышленных целей может составлять \$1,5–2 млн, а цена топовых моделей может доходить до \$100–200 млн».

Николай Местер оценивает объем суперкомпьютерного рынка в России в сумму «от нескольких десятков до сотни миллионов долларов в год». «Разброс объясняется тем, что суперкомпьютеры строятся не каждый год. В каждой более или менее развитой стране в среднем два-четыре суперкомпьютерных центра, которые в среднем раз в два года делают апдейт», — объяснил господин Местер.

По словам Николая Местера, в Россию поставляют суперкомпьютеры в том числе и иностранные производители, например HP и IBM. Существует также российско-белорусская суперкомпьютерная программа, в рамках которой было создано несколько мощных систем.

МНОГОЯДЕРНОСТЬ Два года назад мир перешел на многоядерные CPU, и это кардинальным образом изменило ситуацию с HPC: до этого рост производительности суперкомпьютеров происходил почти линейно, но с появлением четырехъядерных процессоров достижение производительности в 1 терафлоп существенно упростилось: сегодня это можно сделать с помощью одной «корзины» блейд-

серверов, что доступно не только крупным, но и средним предприятиям. Однако экономика оказалась не готова к тому, чтобы эффективно использовать столь высокую вычислительную мощность. Возникли также проблемы с программным обеспечением, которое стало несостоятельным в решении задач распараллеливания вычислений на столь большое количество процессоров. Это одна из главных проблем, возникшая в связи с появлением суперкомпьютеров производительностью 0,5–1 петафлоп.

Упомянутая проблема касается ПО всех уровней. Операционные системы должны уметь работать с десятками тысяч ядер, поэтому встал вопрос об архитектуре суперкомпьютеров, поскольку программы просто не успевают адаптироваться к скачку производительности. Возникают сомнения: а следует ли продолжать «гонку за петафлопами» или лучше ограничиться системами среднего размера?

Важно отметить, что в России высокопроизводительные вычисления развиваются очень активно. Именно в этой отрасли наша страна может стать одним из мировых лидеров. Но для этого требуются серьезные усилия, финансовые вложения и прежде всего участие государства. Ни одна коммерческая структура не способна на координацию столь масштабных действий. Очевидно, активное участие в этом должно принимать научное сообщество, следует разработать программу коммерциализации результатов HPC.

Активно работавшая в 2007 году государственная программа «Образование» привела к появлению ряда установок, расположенных не только в Москве. В их числе: суперкомпьютеры в УГАТУ (Уфа), Новосибирске, Красноярске и Томске (первая реализация в рамках программы СКИФ).

Важнейшей практической задачей является внедрение суперкомпьютеров в индустрию. В августе 2008 года объявлено, что НПО «Сатурн» завершило проект создания суперкомпьютерного центра, где был запущен в эксплуатацию самый высокопроизводительный суперкомпьютер в промышленности России и СНГ — мощностью 14,3 терафлопс на базе 1344 четырехъядерных CPU Intel Xeon.

Широко применяются высокопроизводительные вычисления в нефтяной и газовой отрасли — правда, там для решения самых разных задач используются кластеры невысокой по нынешним меркам производительности — 2–4 терафлопс. К сожалению, в России неактивно ведется разведка новых месторождений, а значит, и нет острой потребности в более производительных компьютерах.

Еще одной перспективной для использования HPC областью является создание новых лекарственных препара-

тов. Высокопроизводительные вычисления позволяют заменить обычный скрининг (проверку очередного нового химического соединения на пригодность для лечения тех или иных заболеваний) целенаправленным моделированием нужных молекул веществ, которые в состоянии оказывать целенаправленное терапевтическое воздействие на болезнь и ее симптомы. И даже более того, НРС ускоряют и облегчают выявление причин человеческих недугов.

Руководитель программы СКИФ-ГРИД Сергей Абрамов рассказал, что, несмотря на отставание России в плане потребления суперкомпьютерных технологий, новые системы в стране появляются. «В суперкомпьютерной отрасли главное — это мотивация потребителей, то есть бизнеса и государства. И проблема здесь даже не в структуре экономики. Можно ведь оставаться добывающей страной, но при этом активно использовать суперкомпьютеры. Вопрос стремления к высшему качеству продукции. Суперкомпьютеры не будут востребованы, пока предприятия нашей страны не осознают необходимость конкурировать (в том числе и на международном рынке) путем повышения качества», — отметил господин Абрамов. По его словам, за рубежом суперкомпьютеры используются в любой отрасли, потому что все находится в условиях жесткой конкуренции. «У нас же пока дела ведут „как вывезет“. Ткнул в любой участок, где есть залежи нефти, и доволен, отвечать за невыбранные остатки не надо. Когда же ты понимаешь, что должен выжать все до капли, то начинаешь использовать суперкомпьютеры для расчета точки бурения», — отметил господин Абрамов.

Сергей Абрамов отмечает, что сегодня государство обрацает все больше внимания на суперкомпьютерную отрасль. «Самое главное, что произошло, — сформулировали основы госполитики в этой отрасли. Это означает, что государству не все равно, что здесь происходит. Это важно, так как эта отрасль является инфраструктурой для экономики знаний. А инфраструктурные проекты делаются не компаниями, а государством. В самой капиталистической стране мира — в США — на эту отрасль тратятся из бюджета от \$4 млрд до \$6 млрд в год», — рассказывает господин Абрамов. По его словам, затем ресурсы суперкомпьютеров, созданных и содержащихся за госбюджет, бесплатно отдаются (по программе INCITE, например) и госучреждениям, и университетам, и вовсе не бедным компаниям, таким как IBM или General Electric.

По словам господина Абрамова, российский бюджет потратит в 2007–2010 годах, за четыре года программы СКИФ-ГРИД, около 450 млн рублей. А на две программы СКИФ и СКИФ-ГРИД с 2000 года по сегодня бюджет потратил — 470 млн рублей, в 2010 году предусмотрено еще 130 млн рублей. «Это все очень маленькие суммы, но и на эти деньги нам удалось создать 20 прикладных программных пакетов для вычислений в разных отраслях промышленности, а также 18 опытных образцов суперкомпьютеров. Пять супер-ЭВМ семейства СКИФ вошли в мировой TOP 500. Есть еще только одна российская машина, вошедшая в TOP 500 от России, она была создана ранее не нами — кооперацией во главе с НИИ „Квант“», — отметил господин Абрамов.

«Две из этих машин входили в первую сотню, в которой царят Япония, США и Китай, и только изредка туда попадают разработки других стран. К примеру, Германия как разработчик была в первой сотне только один раз», — рассказал Сергей Абрамов. Он отметил, что топовые модели суперкомпьютеров не продаются. «Они и технологии, одобренные в них, попадают на рынок только через три-пять лет, когда уже несколько морально устаревают. Машины из первой десятки TOP 500 не продаются, так как могут обеспечить превосходство страны в любой отрасли. На них можно рассчитать материал, изделие, технологию, которые будут вне конкуренции», — пояснил господин Абрамов. Он отметил важность поддержки государством конкурентных разработок супер-ЭВМ, что во времена СССР только в 80-х годах проводилось 15 конкурирующих между собой проектов по разработке суперкомпьютеров, 5 из них были доведены до реализации.

Сергей Абрамов рассказал, что сейчас по программе СКИФ-ГРИД созданы технологии, которые по 12 существенным показателям являются самыми передовыми в мире. «Мы создали работающие модули суперкомпьютера, которые в июне в работе демонстрировались на выставке в Гамбурге. Эту машину можно полностью произвести в России — все печатные платы, все конструктивы и модули, за исключением микросхем, которые приходится импортировать. Мы готовы сегодня создать систему мощностью 1 петафлоп, срок реализации не более года, стои-

мость — \$100–120 млн, при разумных требованиях по энергетике и площадям», — заверил господин Абрамов.

Зачастую люди, не имеющие отношения к сфере развития современных технологий, задают вопрос: а зачем, собственно, нужны столь мощные суперкомпьютеры? Ответы на этот и другие подобные вопросы можно найти в недавно вышедшем IBM Journal of Research and Development (Volume 52, Number 1/2, 2008), который целиком посвящен различным аспектам использования массово параллельных высокопроизводительных вычислений. Прежде всего это области квантовой химии, квантовой молекулярной динамики и все, что с ними связано, от разработки новых лекарственных препаратов до моделирования ферментов и клеточных структур. Сейчас с помощью НРС изучаются механизмы устойчивости вирусов к воздействию на них лекарственных препаратов, выявляются причины возникновения аллергических реакций и аутоиммунных заболеваний.

До последнего времени поиск подходящего лекарственного препарата выглядел как экспериментальный отбор (методом проб и ошибок) пригодных соединений из огромного количества синтезированных молекул, которые, как предполагали исследователи, должны обладать терапевтическим эффектом. Однако если сократить количество производимых в пробирке веществ хотя бы в несколько раз, можно сэкономить огромные средства. Именно это и позволяют делать суперкомпьютеры. Моделирование дает возможность отбраковать структуры, заведомо не подходящие для обеспечения нужных химических превращений, еще до начала испытаний.

Безусловно, больших вычислительных ресурсов потребует активно развивающаяся генетика. В частности, успешно разрабатываемые методы исчерпывающего анализа ДНК человека при их широком внедрении могут еще при рождении выявить предрасположенность к возникновению и развитию ряда заболеваний. Однако получение, обработка и хранение столь обширной информации потребует существенного увеличения вычислительных ресурсов.

Огромную роль играют НРС при разработке и создании современных электронных микросхем. В самом транзисторе, создаваемом по современным технологическим нормам, вместе с контактами содержится около миллиарда атомов, однако размеры структур столь малы, что для полного описания его характеристик необходимо использовать сложные квантово-механические расчеты. Полное описание поведения системы, состоящей из миллиарда атомов, — очень важная задача, которая до сих пор не решена в полном объеме.

После того как станут ясны электрофизические характеристики самого транзистора, возникает следующая задача — моделирование поведения самого процессора. Напомним, что сегодня он состоит из миллиардов логических элементов, причем каждый полевой транзистор моделируется эквивалентной схемой (около 20 элементов). Таким образом, для описания электрических процессов, протекающих при работе чипа, нам придется учитывать работу 20 млрд таких элементов, а это невозможно сделать без использования мощных параллельных вычислительных систем.

Промышленность все активнее пользуется НРС. Практически все авиастроительные компании проводят комплексное моделирование аэродинамических характеристик планеров, сокращая время и ресурсы, которые требуются для натурных испытаний в аэродинамических трубах. Точно так же поступают и все автогиганты при анализе аэродинамических характеристик новых моделей. Многие автомобильные компании сегодня делают существенно меньше натурных краш-тестов (связанных с разрушением автомобилей при их столкновении с препятствиями), поскольку эти ситуации моделируются на компьютерах.

В НПО «Сатурн» моделируется процесс работы турбины современного реактивного самолета, например, для расчета последствий попадания в нее птицы. Ведь минимизировать негативные последствия такой ситуации — значит спасти жизнь членов экипажа, пассажиров и само воздушное судно.

Одна из серьезных проблем, о которой уже упоминалось, — неготовность современного ПО использовать нарастающие возможности НРС. Но проблема еще шире: не только программисты, но и многие ученые и разработчики в промышленности просто не знают, какие возможности предоставляют им современные вычислительные системы, насколько они сейчас доступны, как можно использовать их возможности в конкретных делах. ■



ЦЕНТР ТЕЛЕКОМ

ОАО «ЦентрТелеком» - крупнейший оператор фиксированной связи в Центральном Федеральном округе Российской Федерации, предоставляющий широкий спектр современных телекоммуникационных сервисов государственным и бизнес-структурам на территории 17 областей Центра России. За время существования компании было реализовано множество региональных проектов, целью которых стало создание уникальных корпоративных телекоммуникационных систем в регионах ЦФО. Нам доверяют крупные государственные структуры, в числе которых Пенсионный Фонд Российской Федерации, Федеральная налоговая служба России, Федеральная таможенная служба России и другие. Среди бизнес-структур, с которыми ОАО «ЦентрТелеком» связывают длительные партнерские отношения, - Сберегательный банк Российской Федерации, российские подразделения концернов Volkswagen и Volvo, Белгородская сбытовая компания, «ОрелЭнерго», многочисленный ряд региональных системообразующих предприятий.

В Центральном Федеральном округе ОАО «Центр-Телеком» обладает уникальной межрегиональной сетью передачи данных, которая позволяет реализовать любое требование заказчика в сфере обеспечения телекоммуникационными услугами. Широкий спектр сервисов и многолетний опыт работы специалистов компании создают превосходные условия для реализации самых амбициозных инфокоммуникационных проектов для бизнес-структур.

Сегодня с использованием возможностей межрегиональной сети передачи данных ЦентрТелеком готов обеспечить компаниям, штаб-квартиры которых располагаются в Москве, надежную, качественную и защищенную от несанкционированного доступа систему телекоммуникаций. Единовременные затраты на создание корпоративной «виртуальной частной сети», объединяющей московский офис и региональные подразделения, значительно ниже экономического эффекта от её использования. При этом компания получает возможность оперативно принимать управленческие решения на основе реальных данных, поступающих от региональных подразделений в режиме online. Существенно сокращаются затраты на командировочные расходы и управленческий персонал. Повышается прозрачность системы управления бизнесом, становятся более очевидными критерии оценки эффективности управленческих решений.

«Золотое» правило ОАО «ЦентрТелеком» - надежная и качественная связь для всех, индивидуальный подход - к каждому. При работе с корпоративными клиентами специалисты компании стремятся не только определить текущие потребности бизнеса в телекоммуникационных услугах. Решения от ЦентрТелекома учитывают перспективы развития любого клиента - от небольшого цветочного магазина до крупнейших производственных холдингов. При этом каждый проект, реализованный специалистами ОАО «ЦентрТелеком», уникален по своим техническим характеристикам, применяемому оборудованию и технологиям.

**г. Москва, ГСП-3, 125993
Дегтярный переулок, д. 6, стр. 2
8 (495) 597-2222; 8 (496) 777-7776**

РЕКЛАМА

КОМАНДА ФАС

7 СЕНТЯБРЯ ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА (ФАС) ПРЕКРАТИЛА ПРОИЗВОДСТВО ПО ГРОМКОМУ ДЕЛУ В ОТНОШЕНИИ MICROSOFT. ДЕЛО БЫЛО ВОЗБУЖДЕНО ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ СТ. 10 ЗАКОНА О ЗАЩИТЕ КОНКУРЕНЦИИ. MICROSOFT ОБВИНЯЛИ В РАЗНОМ ЦЕНООБРАЗОВАНИИ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ ЗАКАЗЧИКОВ — ЗА ЭТО КОМПАНИЮ МОГЛИ ОШТРАФОВАТЬ НА 2% ОТ ВЫРУЧКИ В РОССИИ. УХОД ОТ ШТРАФА НЕ ОЗНАЧАЕТ, ЧТО У MICROSOFT НЕ ВОЗНИКНЕТ ПРОБЛЕМ С ФАС, ВЕДЬ КОРПОРАЦИЮ ВНЕСЛИ В РЕЕСТР КОМПАНИЙ, ЗАНИМАЮЩИХ ДОМИНИРУЮЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ НА РЫНКЕ ОПЕРАЦИОННЫХ СИСТЕМ.

ВИКТОР ХИЛЬКО

Нарушение, в частности, заключалось в «экономически или технологически не обоснованном прекращении производств и поставок» в Россию «коробочной» версии операционной системы Windows XP, а также сокращении поставок данной ОС в качестве предустановленной при продаже нового компьютера. Microsoft прекратила продажи Windows XP 30 июня 2008 года.

Начальник управления информационных технологий ФАС Владимир Кудрявцев уточнял тогда, что Microsoft, прекратившая розничные продажи Windows XP, позволяет купить эту версию ОС, заплатив гораздо больше. «Купить лицензию XP вы не можете, но если вы приобретете дорогие версии Windows Vista — Ultimate или Business, то у вас появится право воспользоваться услугой downgrade, или переходом к предыдущей версии», — говорит господин Кудрявцев. По его словам, пользователь, в сущности, должен переплачивать за желание использовать Windows XP, «ведь XP стоит меньше Vista».

Также в ФАС сочли нарушением установление разных цен на ОС одной версии, распространяемые через производителей ПК. Подробности о претензии к ценам господин Кудрявцев назвать отказался, сославшись на коммерческую тайну Microsoft. «Речь идет о том, что на одну и ту же версию программы устанавливаются разные цены», — пояснил он. Глава юридической компании «Усков и партнеры» Владимир Усков предположил, что речь идет о различных условиях для разных производителей ПК.

Глава Microsoft в России Николай Прянишников, узнав о действиях ФАС, сообщил, что «удивлен таким разворотом событий». «Мы прекращаем продажу старых продуктов с появлением новых версий. Это нормально. При этом мы продолжаем оказывать поддержку пользователям продуктов прошлых лет», — уточнил господин Прянишников. Он отметил, что если ФАС видит в этом нарушение законодательства, то Microsoft готова прислушаться к позиции антимонопольного ведомства. «Могу сказать, что Microsoft не устанавливает розничные цены на свои продукты. Этим занимаются 7,5 тыс. партнеров в России», — сказал господин Прянишников.

Ст. 14 КоАП РФ «Злоупотребление доминирующим положением на товарном рынке» подразумевает наказание за злоупотребление доминирующим положением в размере от 1 до 15% выручки правонарушителя от реализации товара, на рынке которого совершено правонарушение, но не более 2% от совокупной выручки. Вадим Усков отметил, что штраф взымается с выручки за год.

В сообщении ФАС говорится, что дело было прекращено в связи с «неподтверждением признаков нарушения антимонопольного законодательства корпорацией Microsoft». В частности, компания представила информацию о наличии возможности приобретения ОС Windows XP по четырем каналам: через сборщиков ПК, покупку версии Windows XP для лицензирования установленной операционной системы (Get Genuine Kit, GSK), через реализацию Downgrade Rights («обратное обновление»), в качестве предустановленной ОС на неттопах (недорогих персональных компьютерах, предназначенных для работы в интернете). По данным ФАС, в 2008 финансовом году корпорация Microsoft продала более 1,2 млн копий ОС Windows XP с русской локализацией.

В ФАС отмечают, что корпорация представила стратегию поэтапной замены различных ОС (Windows XP, Windows Vista, Windows 7). В ходе рассмотрения дела корпорация Microsoft выступила с инициативой организации в России процедуры бесплатного обмена потребителями операционной системы Windows Vista Home Basic и Windows Vista Home Premium на Windows XP Home. Эта проце-



ЭТИМ ЛЕТОМ MICROSOFT ПОПАЛ ПОД КОНТРОЛЬ ФАС

дура продлится до конца 2009 года, до этого момента похожая процедура была доступна только для обладателей дорогих версий Windows Vista (Business и Premium), предустановленных на ПК.

ИСТОРИЯ ВОПРОСА ФАС занялась рынком операционных систем в феврале: ведомство начало проверку шести крупнейших производителей компьютеров (Acer, Asus, HP, Samsung, Dell и Toshiba), действующих на российском рынке. Начальник управления информационных технологий ФАС Владимир Кудрявцев полагал, что проверка займет месяц, но ее пришлось продлить еще на месяц. ФАС интересовало, существует ли спрос на услугу возврата операционной системы (ОС), а также наличие самой возможности вернуть ОС.

В России около 70% компьютеров продается с предустановленной ОС Windows (в США — около 90%), то есть покупателю не нужно отдельно приобретать операционную систему, говорит аналитик ИК «Финам» Татьяна Менюкова. По ее расчетам, если хотя бы 10% пользователей, купивших компьютер с Windows, откажутся от этой ОС и потребуют возврата денег, то недополученная выручка производителей может составить до \$70–100 млн в год. В 2008 году продажи персональных компьютеров в России, по данным IDC, выросли на 8,4% — приблизительно до 9,5 млн штук. В пятерку крупнейших поставщиков в 2008 году вошли Acer, Asus, HP, Toshiba и Dell.

По итогам проверки ФАС выяснилось, что у представленных в России производителей компьютеров процедура возврата денег за ОС не предусмотрена. В результате 10 июня ФАС объявила о том, что возбудила дело в отношении производителей компьютеров Acer, Asus, Toshiba, Hewlett-Packard, Samsung, Dell. ФАС выявила признаки нарушения закона «О защите конкуренции» в согласованных действиях названных компаний. В сообщении ФАС говорилось, что более 90% ноутбуков указанных производителей продаются с предустановленной ОС Windows. В результате покупатели обычно не имеют возможности приобрести нужную модель без ОС Windows, а также не могут отказаться от использования «навязываемой вместе с покупкой продукции». Дело о нарушении рассматривалось 15 июля, но потом его перенесли на 10 сентября. 10 сентября слушание дела было вновь отложено, приблизительно на полтора месяца.

В сообщении ФАС говорилось, что возможность вернуть деньги за ОС фигурирует в лицензионном соглашении Microsoft. В нем говорится, что пользователь может выяснить, каков порядок возврата средств, у производителя приобретенного ноутбука. В ФАС отмечают, что у Microsoft и производителей есть прямые сублицензионные соглашения, в которых говорится о выплате компенса-

ции производителям со стороны Microsoft, если происходит возврат ОС Windows. Это подразумевает наличие процедуры возврата у производителя, считают в ФАС.

Глава Acer в СНГ Глеб Мишин уверяет, что сговора между производителями компьютеров быть не может. «Мы, напротив, находимся в жесткой конкуренции друг с другом, поэтому было бы странно, если бы мы договаривались о таких вещах», — удивляется господин Мишин. Samsung разослала сообщение, в котором говорится, что представители ФАС и производителей провели встречу, по итогам которой большинство участников согласилось с тем, что на данный момент спроса на ноутбуки без предустановленной ОС нет.

За нарушение ст. 11 ФЗ «О защите конкуренции» для юридических лиц КоАП РФ предусматривает наказание в виде штрафа в размере от 1 до 15% годовой выручки компании от реализации товара, на рынке которого совершено правонарушение. По оценке Глеба Мишина, в прошлом году выручка шести названных производителей от продажи ноутбуков в России составила приблизительно \$1,5 млрд. Таким образом, примерный совокупный штраф может составить от \$15 млн до \$225 млн. Максимальный штраф грозит компании Acer, чья доля на российском рынке ноутбуков является наибольшей. По данным Gartner за первый квартал 2009 года, доля Acer составила 35,4%, Asus — 12,5%, Samsung — 9,7%, Toshiba — 9,6%, HP — 5,1%, Dell — 2%.

В ФАС отмечают, что в России у шести производителей существует 16 юридических лиц. «Кто-то полноценно работает, а кто-то — как маркетинговое представительство», — пояснил Владимир Кудрявцев. По его словам, это не помешает ФАС взыскать штраф, если поставщики ноутбуков будут признаны виновными. «Если возникнут проблемы с добровольной выплатой штрафа, судебные приставы могут взыскать активы компании в стране», — подтвердил начальник правового управления ФАС РФ Сергей Пузыревский. Партнер John Tiner & Partners Валерий Тутыхин добавил, что судебные приставы могут обратить взыскание на права требования виновных компаний: «Если в России кто-то платит этим производителям, то этим плательщикам можно прислать исполнительный лист. После этого деньги будут поступать не производителям, а в бюджет».

К самой Microsoft у ФАС по этому вопросу претензий нет и не было. В пресс-службе компании отметили, что партнеры Microsoft вправе определять собственные процедуры обмена и возврата Windows. «Мы неоднократно обращали внимание партнеров на то, что ими должны быть разработаны механизмы возврата предустановленных продуктов Microsoft», — рассказали в пресс-службе компании.

Глеб Мишин говорит, что если ФАС вынесет предписание о возврате денег, то его придется выполнять. «Но на самом деле это никому не нужно. К нам никто не обращается с просьбами о возврате денег. Ноутбуки без операционной системы будут покупать в большинстве случаев те, кто привык покупать нелегальный софт», — утверждает господин Мишин. Тем не менее Acer реализовала программу возврата средств за Windows. PR-менеджер компании «Белый ветер Цифровой», развивающей сеть одноименных магазинов, Людмила Семушина рассказала, что за всю историю компании только один пользователь в судебном порядке потребовал возврата денег. «Но мы выиграли это дело в 2008 году», — говорит она. — До сих пор не существует механизма для возврата денег за предустановленную ОС».

В России зафиксирован лишь один случай, когда покупателю вернули деньги за предустановленную ОС. В июле 2008 года житель Санкт-Петербурга Владимир Садовников

получил \$73,9 от компании BenQ, отказавшись использовать Windows Vista. На Западе продажу компьютера с предустановленной Windows называют Windows tax (налог на Windows). Одним из первых пользователей, которым вернули деньги, стал австралиец Джеффри Бенетт. В 1998 году он четыре месяца переписывался с Toshiba, прежде чем ему вернули 110 австралийских долларов за Windows.

Партнер юридической компании Salans Виктор Наумов напоминает, что пользователь, который отказался от использования предустановленной Windows, может обратиться в суд. «Единственная проблема, которая может возникнуть, — это цена операционной системы. Обычно она не указывается. Было бы логично ориентироваться на стоимость „коробочной“ версии, но насколько она должна быть выше предустановленной версии, сказать сложно», — говорит господин Наумов.

РЕЕСТР ДЛЯ MICROSOFT Несмотря на то что у ФАС больше нет претензий к Microsoft, корпорация, вероятно, столкнется с ними в дальнейшем. 4 июня ФАС сообщила о том, что ведомство внесло Microsoft в реестр компаний, занимающих доминирующее положение на рынке операционных систем. Microsoft стала первой в России IT-компанией, попавшей в такой реестр. Чтобы в него попасть, нужно удерживать более 35% рынка.

Внесение Microsoft в реестр означает, что ФАС сможет применять в отношении компании ст. 10 федерального закона «О защите конкуренции» («Запрет на злоупотребление хозяйствующим субъектом доминирующим положением»). Эта статья, в частности, запрещает устанавливать монопольно высокие или монопольно низкие цены на товар, навязывать контрагенту невыгодные условия договора, необоснованно устанавливать различные цены на один и тот же товар, создавать дискриминационные условия, а также создавать препятствия для доступа на рынок другим игрокам.

Внесение в реестр не принесет Microsoft больших проблем, считает Павел Ламбров из юридической компании «Николаев и партнеры». «Это означает более пристальный контроль со стороны ФАС на предмет нарушений антимонопольного законодательства», — объясняет он. Такого же мнения придерживается старший юрисконсульт группы «Спутник» Эльдар Назмутдинов: «ФАС наверняка будет пристальнее следить за ценовой политикой корпорации. Но прямых негативных последствий внесение в реестр не несет».

Павел Ламбров не исключает того, что в будущем у Microsoft могут возникнуть проблемы с ФАС, как это происходит с корпорацией в Европе. Так, в 2004 году Еврокомиссия обязала корпорацию заплатить €497 млн штрафа за нарушение антимонопольного законодательства ЕС путем включения принадлежащей ей программы Windows Media Player в Windows. В 1998 году Microsoft проиграла в суде американской компании Netscape (автору интернет-браузера Netscape Navigator), которая обанкротилась после того, как корпорация начала внедрять Internet Explorer в свою Windows.

Внесение Microsoft в реестр может сделать прозрачнее ценовую политику корпорации в России, считает гендиректор разработчика ОС Alt Linux Алексей Смирнов. По его словам, часто государственные тендеры на закупку компьютерной техники выигрывают те системные интеграторы, которым Microsoft предоставляет большую скидку на Windows. Президент группы компаний Verysell Михаил Краснов, напротив, утверждает, что Microsoft предоставляет своим партнерам равные условия. ■

СЕНСОРНЫЙ ТУРНИР

СЕНСОРНЫЙ ЭКРАН (ТАЧСКРИН) ПО-ПРЕЖНЕМУ СЧИТАЕТСЯ МОДНОЙ ТЕХНОЛОГИЕЙ НА МИРОВОМ РЫНКЕ МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ. КРУПНЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ ВЫПУСКАЮТ ВСЕ НОВЫЕ И НОВЫЕ МОДЕЛИ ТЕЛЕФОНОВ, ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ КОТОРЫМИ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ НЕ КЛАВИАТУРА, А СЕНСОРНЫЙ ЭКРАН. «Ъ-ТЕЛЕКОМ» ВЫБРАЛ САМЫЕ ИНТЕРЕСНЫЕ ТЕЛЕФОНЫ С ТАЧСКРИНАМИ, КОТОРЫЕ ЕСТЬ В ПРОДАЖЕ В РОССИИ.

МАРИЯ ПОПОВА

По прогнозам Strategy Analytics, мировые поставки мобильных телефонов с сенсорными экранами в 2009 году вырастут до 90 млн штук. Предполагается, что их доля составит 7–9% от общего числа продаваемых трубок. Есть и более оптимистичный прогноз: тайваньский производитель сенсорных экранов Young Fast Optoelectronics (поставляет панели для HTC, Samsung и LG) предполагает, что этот показатель увеличится в 2009 году до 20%, то есть примерно в два раза по сравнению с 2008 годом. Технология, позволяющая отказаться от привычной клавиатуры, набирает популярность благодаря маркетинговой активности самых разных вендоров: от Apple до Samsung и Nokia.

NOKIA N97 Nokia N97 была анонсирована производителем как первый мобильный компьютер, не имеющий аналогов в мире. Вероятно, производитель таким образом пытался если не избежать, то хотя бы минимизировать сравнения с Apple iPhone. Как бы то ни было, практически все сетевые обзоры (и отзывы пользователей) по привычке сравнивают его возможности именно с «яблочными». Есть мнение, что интерфейс у N97 менее понятный, что усложняет навигацию по меню. А размеры при этом крупнее и вес больше: 117,2х55,3х15,9 мм и 150 г против 115,5х62,1х12,3 мм и 133 г у iPhone.

С другой стороны, важное преимущество N97 — это наличие помимо тачскрина полноценной QWERTY-клавиатуры. Выполненное в форм-факторе бокового слайдера с наклонным экраном и небольшими клавишами, финское устройство может вызвать ностальгические чувства у бывших владельцев машинок Psion Revo или Diamond Mako. Правда, в отличие от тех древних уже моделей КПК, N97 предлагает возможности, приближающиеся к современному полноценному компьютеру.

Главный акцент производителя сделан на персонализации устройства. С поправкой на российского пользователя модель, выполненная в черном либо белом цвете, идет с предустановленными приложениями V Kontakte, LiveJournal, SPB soft, а также приложениями МТС (карты, словари, сейф, прогноз погоды, конвертер валют и пр.). Предполагается, что целевая аудитория N97 — это не просто активные пользователи интернета, но и активные участники социальных сетей и сервисов. Чтобы отвлечься, в смартфоне есть встроенный клиент для доступа к магазину Ovi, в котором можно купить программы, музыку и проч. Помимо этого в N97 встроены GPS-приемник, в качестве программы для навигации используется Nokia Maps 2.0.

Еще одна возможная группа пользователей N97 — любители музыки. Устройство отличается традиционно свойственным Nokia хорошим качеством динамиков и наушников (в базовом комплекте поставляются Nokia HS-45, про-

водная гарнитура с пультом AD-54; а разъем 3,5 мм позволяет подключать любые другие виды наушников). Видеоплеер поддерживает форматы MP4 и 3GP.

Пятимегапиксельная камера с оптикой Carl Zeiss делает снимки с разрешением 2592х1944 пикселя и поддерживает видеозапись в аналоговом DVD-качестве формата 16:9. Снабжена двойной светодиодной вспышкой и 15-кратным зумом. К снимкам можно привязывать GPS-координаты.

Смартфон работает на платформе S60 5th Edition с процессором ARM 11 (434 МГц). Он может подключаться к ПК и обеспечивает коммуникации через ИК-порт, USB, Bluetooth, Wi-Fi и EDGE. Сенсорный дисплей (3,5") передает до 16 млн цветов, не нарушая корректное их отображение даже при значительных отклонениях. Хорошую яркость он сохраняет и на солнечном свете.

N97 оснащена аккумулятором на 1500 mAh. По заявлению производителя его хватает на 430 часов работы в режиме ожидания и до 10 часов — в режиме разговора в сетях GSM. По отзывам пользователей, при достаточно умеренном общении, использовании интернета и прослушивании музыки аппарат может продержаться без подзарядки около двух дней.

НЕДОСТАТКИ. Обычные неудобства маленькой QWERTY-клавиатуры: требует от пользователя значительной сноровки и желательно некрпных пальцев с недлинными ногтями. Навигация многим кажется менее удобной и понятной, чем в iPhone.

SAMSUNG I8910 Этот корейский моноблок уже признан ассоциацией EISA (European Imaging and Sound Association — ассоциация ведущих европейских журналов по аудио- и видеотехнике) лучшим продуктом 2009 года. Samsung заявляет его как первый в мире телефон, позволяющий записывать видео в формате HD. Устройство оснащено большим AMOLED-дисплеем, диагональю 9,4 см, или 3,8 дюйма (при размерах самой трубки 123х59х13 мм), с разрешением 640х360 пикселей. Еще одна отличительная особенность — восьмимегапиксельная камера с CMOS-матрицей, автофокусом, четырехкратным зумом и светодиодной вспышкой. Предусмотрены возможность обмена видеозаписями в режиме реального времени (через Wi-Fi или HSUPA) и различные виджеты (котировки акций, прогноз погоды, новости и пр.). Есть модуль GPS, электронный компас, а также предустановлен Google Maps 2.0. Карты доступны в двух режимах: для пешеходов и автомобилистов.

Акцентирующий мультимедийные возможности Samsung i8910 построен на платформе Marvell PXA312, процессор ARM Cortex-A8 (624 МГц), операционная система Symbian S60 Feature Pack 5. В телефоне 128 Мб оператив-

ной памяти, объем доступной пользователю для хранения данных и установки программ — около 80 Мб. Также можно использовать карты microSD (до 32 Гб). Звук, как обычно в Samsung, громкий — здесь его делают мощнее два динамика и применение технологии DNSe 2.0.

Литий-ионный аккумулятор емкостью 1500 mAh при интенсивной использовании, по отзывам тестировщиков, держится примерно сутки. Производитель заявляет время разговора до 13 часов и в режиме ожидания — до 600 часов.

НЕДОСТАТКИ. Отсутствие ИК-порта, что в эпоху Bluetooth уже не критично. По количеству предустановленных программ Samsung пока проигрывает Nokia.

SONYERICSSON XPERIA X1 Еще один горизонтальный слайдер, только с меньшими, чем у Nokia N97, размерами: 110,5х52,6х17 мм. Но весит смартфон при этом чуть больше конкурента — 158 г. В остальном этот «самый ожидаемый смартфон 2008 года» сегодня уже мало чем может похвастаться исключительным. Здесь, как и в Nokia N97, предусмотрено сенсорное управление и QWERTY-клавиатура. Кнопки сделаны достаточно крупными и с большим шагом, но ради этого пришлось пожертвовать цифрами, которые нужно набирать в регистре Fn. Диагональ дисплея — 3 дюйма при специфическом разрешении 800х480 пикселей. Камера — на 3,2 мегапикселя, со вспышкой и автофокусом.

Процессор Xperia X1 мощнее, чем у N97, — 528 МГц (платформа Qualcomm 7200A). Есть 256 Мб оперативной памяти и до 512 Мб — встроенной. В комплект поставки входит карта, обеспечивающая доступ к службе поддержки.

Шведско-японский слайдер управляется Windows Mobile 6.1 и предоставляет набор коммуникаций из GPRS, EDGE, HSPA, Wi-Fi. Здесь есть и радио, и карты (Google Maps). Также в устройство установлена пробная версия навигационной программы Wayfinder Navigator.

Емкость аккумулятора такая же, как и в N97 (1500 mAh), но, по отзывам пользователей, подзарядка для X1 будет требоваться чаще — даже при средней активности использования все-таки каждый день. Производитель указывает, что в сетях GSM время в режиме разговора — 10 часов, в режиме ожидания — 500 часов.

НЕДОСТАТКИ. Специфика QWERTY-клавиатуры (нет цифровых клавиш) и нестандартное разрешение (800х480), с которым возможны проблемы у софта сторонних разработчиков.

LG GC900 Этот корейский моноблок внешне напоминает Samsung i8910, но только тоньше (12,4 мм) и легче (102 г). Дисплей TFT — 3" со специфическим разреше-

нием 480х800 пикселей. 16 млн цветов на солнце, как обычно, несколько меркнут. Зато сенсорные преимущества подчеркивает трехмерный интерфейс S-class под Windows Mobile (интерфейс с 3D-эффектами впервые появился в LG Arena и ориентирован на максимальное упрощение управления телефоном, и в частности его мультимедийными функциями).

Модель LG GC900 Viewty Smart позиционируется как камерофон: основной акцент производитель здесь делает на восьмимегапиксельную камеру с автофокусом и LED-вспышкой. Есть профессиональный режим Intelligent Shot — для автоматического выбора одного из семи режимов съемки. К снимкам можно делать геометки — в устройстве есть встроенный GPS-приемник (с Google Maps). Видео можно воспроизводить в форматах DivX, XviD и MPEG4.

Из коммуникаций в LG GC900 есть Bluetooth 2.1, Wi-Fi модуль IEEE 802.11 b, поддержка HSDPA и EDGE.

Емкость литий-ионного аккумулятора — 1000 mAh. Производитель определяет максимальное время разговора — 5 часов 30 минут, а время ожидания — 330 часов. При нагрузке с учетом получаса разговоров в день, использования камеры и часа-полтора прослушивания музыки, по отзывам, зарядки хватает на сутки или чуть больше.

НЕДОСТАТКИ. Не самый быстрый GPS-приемник с не лучшим уровнем приема сигнала. Нет разъема 3,5 мм для наушников и вообще аудио не сильная сторона модели.

BLACKBERRY 9500 STORM Канадский ответ iPhone — первый смартфон от RIM с сенсорным дисплеем. Невысокий (112,5 мм), широкий (62,2 мм) и толстоватый (13,95 мм) при весе 155 г. Дисплей — 3,25 дюйма, TFT, с разрешением 480х360 пикселей и 65 тыс. цветов. Плавающий (нефиксированный) экран с навигацией по технологии SurePress должен облегчить управление устройством и использование QWERTY-клавиатурой.

Работает коммуникатор на процессоре 624 МГц под управлением Blackberry OS 4.7. Память — 1 Гб и 128 Мб ОЗУ. Встроена 3,2-мегапиксельная камера с автовспышкой, автофокусом и двукратным зумом. Медиаплеер поддерживает видеоформаты — MPEG4 и WMV — и аудио — MP3, AAC, WMA. Есть GPS-приемник с собственными Blackberry Maps.

Заявленная возможность аккумулятора емкостью 1400 mAh — 356 часов (15 дней) в режиме ожидания и около 6 часов в режиме разговора. По отзывам же, если использовать коммуникатор действительно как коммуникатор (а не просто как телефон) — разряжается за сутки.

НЕДОСТАТКИ. Нет FM-радио (производитель рекомендует слушать станции онлайн), Wi-Fi и ИК-порта. ■



NOKIA N97



SAMSUNG I8910



SONYERICSSON XPERIA X1



LG GC900



BLACKBERRY 9500 STORM

В КОНТЕКСТЕ ТЕЛЕФОНА

В ИЮНЕ СИСТЕМА КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ «БЕГУН» ЗАПУСТИЛА НОВЫЙ СЕРВИС ДЛЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ — ТАРГЕТИРОВАНИЕ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ В МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВАХ, КОТОРОЕ ПОЗВОЛЯЕТ ПОКАЗЫВАТЬ РЕКЛАМУ ПОТЕНЦИАЛЬНО ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМ В ТОВАРЕ ПОТРЕБИТЕЛЯМ. В СООБЩЕНИИ КОМПАНИИ ГОВОРИТСЯ, ЧТО ЕЖЕДНЕВНО «БЕГУН» ПОКАЗЫВАЕТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА БОЛЬШЕ 15 МЛН РЕКЛАМНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ. УЧИТЫВАЯ ПОТЕНЦИАЛ ЭТОЙ АУДИТОРИИ, «БЕГУН» И РЕАЛИЗОВАЛ ТАРГЕТИРОВАНИЕ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ В МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВАХ.

КЛАВДИЯ ЩУР

Теперь рекламодатели могут фокусировать свою рекламу на пользователей свыше 20 популярных в России операторов сотовой связи, среди которых МТС, «Вымпел-ком», «МегаФон», «Скай Линк», а также региональные операторы. Для таргетирования доступны мобильные устройства нескольких десятков популярных брендов, а среди операционных систем представлены такие платформы, как Symbian, iPhone и Windows Mobile.

В «Бегуне» отмечают, что мобильный таргетинг, то есть показ рекламы потенциально заинтересованным потребителям, в сочетании с традиционными настройками (показ рекламы по ключевому слову, географии, времени и др.) дает рекламодателям возможность выстроить индивидуальную коммуникацию с пользователями мобильных устройств.

ОСОБЕННОСТИ МОБИЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ Мобильный телефон является, пожалуй, самым персонализированным каналом доступа к информации. Эта особенность дает дополнительные возможности таргетинга — по модели телефона абонента, сети сотового оператора, местоположению.

У мобильного оператора есть также возможность собирать и накапливать значительный объем информации об абоненте: о возрасте, поле, данные о пользовании услугами, о вкусах и предпочтениях. Это дает рекламодателю возможность точнее выбирать целевую аудиторию и определять как потребности, так и потенциальные возможности конкретных клиентов.

Существующая контекстная реклама позволяет достаточно точно нацеливать рекламные объявления, например, на пользователей с определенными краткосрочными и долгосрочными интересами, на тот или иной регион, типы сайтов, пол и возраст, объясняет гендиректор компании «Бегун» Алексей Басов. «Но мобильное устройство является еще более персональным рекламным носителем, чем интернет, так как оно практически всегда у пользователя под рукой. Поэтому мобильное медиа сможет добавить к таргетингам тарифы, историю роуминга, размер ежемесячных расходов на мобильную связь, марки телефонов и даже текущее географическое положение абонента, причем с точностью до сотен метров», — обещает господин Басов. По его словам, важное преимущество мобильных устройств также в том, что они позволяют не только совершать звонки, но и оплачивать услуги, что обеспечивает высокий уровень отклика на рекламное сообщение.

При этом могут быть различны не только форматы, но и способы доставки рекламного сообщения, а также модели оплаты: для многих рекламодателей можно будет убрать в контекстной рекламе промежуточное звено «переход по объявлению», так как пользователь может сразу звонить, не переходя по рекламе. «В этом отношении вполне успешно можно применить наш опыт с услугой „Контекстный звонок“, которая позволяет с помощью технологической платформы соединить для разговора рекламодателя с потенциальным клиентом. Пока такое решение мы применяем только в интернете, но оно может быть адаптировано под мобильные медиа», — сообщил господин Басов.

Мобильная реклама отличается от контекстной способами определения профиля абонента, поэтому ее правильно называть не контекстной, а именно таргетированной, говорит директор по продуктам и мобильной рекламе МТС Павел Ройтберг. «Оператор анализирует профиль пользования абонента и предлагает каждому абоненту только релевантные услуги. Например, мы можем предложить абонентам, которые ежемесячно бывают в роуминге в Изра-



MMS — ОДИН ИЗ САМЫХ УДОБНЫХ КАНАЛОВ ДОСТАВКИ МОБИЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

иле, авиабилеты со скидкой на данное направление», — пояснил господин Ройтберг. Он отметил, что мобильная реклама также отличается высоким уровнем доверия аудитории, поскольку телефон всегда находится рядом с человеком, с его помощью он общается с родными и близкими, а также выгодно отличается размерами баннера — обычно это не менее трети экрана.

В настоящее время рынок контекстной рекламы в интернете растет, мобильная же реклама находится пока в стадии становления — в основном это пилотные проекты, на которых операторы отработывают механизмы и инструменты доставки сообщений и восприятие сообщений пользователями.

Уровень CTR (отношение числа кликов к числу показов) для мобильной контекстной рекламы в среднем составляет 3–5%, что является высоким показателем. Мобильную рекламу также выгодно отличает большой процент занимаемой рекламной площади на странице — 10–20%.

РЕКЛАМА ДЛЯ БОГАТЫХ Мобильная реклама в целом интересна практически всем сегментам рекламодателей, контекстная мобильная реклама в перспективе также будет интересна всем, считает директор московского представительства компании Subscribe.ru Кирилл Чистов. По его словам, сейчас из-за небольшого охвата целевой аудитории и недостатка в плане таргетинга по местоположению абонента она интересна сетевым тор-

говым компаниям и предприятиям развлекательного сектора (товарные категории: спортивный инвентарь, одежда и обувь, мебель и интерьер, ремонт, подарки, авиабилеты, туры, вся электроника, компьютеры, кино, развлечения, рестораны, кафе и пр.).

Сейчас крупные бренды начинают всерьез присматриваться к мобильным рекламным площадкам, изучать их возможности и эффективность. Уже проводились кампании для Сбербанка, Nokia, BMW, Toyota, Procter & Gamble, Unilever и других. Тем не менее по большей части рынок сейчас обслуживает главным образом собственные нужды: операторы сотовой связи проводят кампании по продвижению своих услуг, производители мобильных телефонов — своих устройств. Эта ситуация объясняется тем, что рынок только зарождается — еще нет сформировавшегося и устоявшегося пула основных игроков рынка, не выработаны рыночные стандарты продуктов и инфраструктуры, пока отсутствуют независимые измерители эффективности рекламы.

Многие существующие решения в области мобильной рекламы предназначены для больших брендов, в том числе из FMCG-сегмента, а также специализированных рекламодателей, говорит Алексей Басов. «Стоимость контакта с целевой аудиторией и стоимость отклика высока. Это сдерживает достаточно большой сегмент рекламодателей, которые либо не могут позволить себе данную рекламу, либо не подготовлены технологически — например, нет мо-

бильной версии сайта, нет возможности разработать специальное маркетинговое решение», — объясняет господин Басов. — Поэтому цель наших усилий заключается в том, чтобы создать универсальный массовый продукт, расширить возможности мобильной рекламы для широкого круга рекламодателей». В качестве примера господин Басов приводит внедрение локальной рекламы, которая зависит от местоположения абонента в городе с точностью до сотен метров: «Такому абоненту можно показать рекламу ближайшего ресторана, кафе, магазина, розничной точки продаж, такси, доставки пиццы и т. п. Такая реклама будет оптимальна, например, для городских услуг, которые в большинстве случаев не требуют даже сайта».

Несмотря на незрелость рынка, уже есть некоторые примеры рекламных кампаний для мобильных устройств. К примеру, оператор GigaFon демонстрирует рекламные баннеры на экранах смартфонов во время поступления звонка или сообщения. Абонент получает денежную компенсацию на свой счет у мобильного оператора.

Один из вариантов рекламы заключается в интеграции рекламных кодов и сообщений в продукты, которые можно передавать с помощью SMS. Интересный пример такого маркетинга — история с фестивалем Nokia Trends Lab, который ежегодно проводится компанией Nokia в разных странах мира. В 2008 году фестиваль проходил в московском клубе «Гауди». Приглашения на мероприятие рассылались по SMS, и приглашенному не требовалось иметь при себе

билет. Благодаря технологии «штрих-код в мобильном телефоне» и платформы «Электронный билет» от компании «Мобильные дисконтные системы» посетителям для регистрации необходимо было предъявить мобильный телефон, с экрана которого персонал сканировал уникальный штрих-код с логотипом организатора. Владельцы мобильных билетов проходили на вечеринку с VIP-входа, минуя общую очередь, через отдельную стойку. При сканировании персонал, контролирующий проход, видел имя и фамилию гостя, а также дополнительную информацию о нем, что позволяло ему приветствовать каждого человека лично.

СТАНОВЛЕНИЕ РЫНКА Поскольку рекламодателей на рынке мобильной рекламы пока немного, его объем невелик — по данным агентства J'son & Partners, в первом квартале 2009 года он составил \$1,39 млн. В 2008 году рынок вырос более чем в два раза, несмотря на некоторый спад, который в конце 2008 года переживала вся рекламная индустрия; в этом году рост составит около 45%. Росту рынка способствует прежде всего проникновение сотовой связи в России (по подсчетам J'son & Partners, в первой половине 2009 года оно составило 139,3%), а также распространение более функциональных мобильных устройств — смартфонов.

По оценке Juniper Research, объем мирового рынка интернет-рекламы для мобильных телефонов в 2009 году достигнет \$500 млн (общий объем рынка рекламы, распространяемой не только по интернету, но и по другим каналам, составит в мире более \$1,4 млрд, а к 2014 году достигнет \$6 млрд). При этом доход от рекламы только в мобильном интернете к 2014 году вырастет до \$2 млрд, что обусловлено прежде всего проникновением мобильного доступа в интернет. На некоторых развивающихся рынках мобильный доступ в интернет уже сейчас занимает лидирующие позиции. Так, в Индии в 2008 году почти 90% пользователей интернета использовали мобильный доступ.

Алексей Басов считает, что рынка мобильной контекстной рекламы и мобильной рекламы в целом как такового нет. По его словам, сейчас есть поле для экспериментов, на котором работает ограниченное количество компаний. «О появлении рынка можно будет говорить тогда, когда появятся рыночные стандарты продуктов и инфраструктуры, независимые измерители, устоявшиеся и прозрачные игроки и, самое главное, заметные денежные потоки. Я думаю, что на становление данного рынка понадобится год-полтора», — говорит господин Басов. Он полагает, что потенциал рынка будет реализован с появлением масштабируемых, массовых продуктов. «Уже есть первые шаги к такому продукту, например адаптация рекламы под специфику мобильных устройств, которая значительно повысит ее эффективность», — поясняет господин Басов. По его словам, следующим шагом станет внедрение мобильной контекстной рекламы.

ТЕЛЕФОННАЯ ПОДПСКА Быстрая эволюция мобильных телефонов и смартфонов, которая сопровождается увеличением разрешения экранов и ростом производительности процессоров, позволяет абонентам сотовой связи пользоваться всеми интернет-ресурсами прямо со своих мобильных устройств. Все большее количество абонентов использует мобильный интернет для чтения новостей, получения электронной почты, общения в социальных сетях и поиска необходимой информации. Это открывает новые возможности для рекламодателей и компаний, которые занимаются размещением контекстной рекламы.

Первой компанией, реализовавшей мобильную контекстную рекламу, стал «Бегун». Эта система транслирует контекстную рекламу в мобильных устройствах с оплатой за переход и аукционным ценообразованием. Система позволяет таргетировать аудиторию по оператору связи, модели телефона, операционной системе. В «Бегуне» отмечают, что сейчас их рекламу через мобильные устройства просматривает более 1 млн человек в сутки.

Крупнейшая интернет-компания в России также экспериментирует с мобильной рекламой. Как рассказал директор по маркетингу сервисов «Яндекса» Андрей Себрант, компания занялась этим еще несколько лет назад: «Сегодня в мобильном поиске „Яндекса“ показываются объявления „Яндекс.Директа“, а в PDA-версии почты — баннеры, при этом список мобильных сервисов для трансляции медийной рекламы мы планируем расширять». По словам господина Себранта, аудитория мобильного интернета пока сравнительно невелика, а ее поведение отличается от поведения пользо-

вателей в «большом интернете», поэтому о доходах и объемах рынка говорить пока рано, равно как и строить прогнозы. «Однако перспективы у рынка есть, ведь модели мобильных телефонов, с которых удобно работать с интернетом, постепенно становятся дешевыми и массовыми. Мы, в свою очередь, наращиваем охват аудитории наших мобильных сервисов, активно развивая эти сервисы и сотрудничая с операторами мобильной связи, с производителями устройств и с разработчиками мобильных браузеров. К примеру, мобильный поиск „Яндекса“ установлен на WAP-портале МТС, также наш поиск является поиском по умолчанию в мобильной версии Opera», — говорит Андрей Себрант.

В отличие от интернета, в мобильной рекламе существуют принципиально иные источники знания об интересах аудитории, но они существенно превосходят по возможностям интернет: тематика мобильного контента, данные опросов о потребительских предпочтениях (ремонт, турпоездки, бытовая техника и т. д.), анонимные анкетные данные о поле и возрасте, данные биллинга. Опрос лишь один из способов определить потребительские запросы, и он также позволяет строить гипотезы в отношении потенциальных интересов пользователя. К примеру, МТС и «Бегун» попросили подписчиков MMS-рассылки МТС ответить на ряд таких вопро-

ФОРМАТЫ МОБИЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

В мире мобильной рекламы существует несколько технологий доставки рекламного сообщения. Одним из самых старых и знакомых пользователю форматов является USSD (Unstructured Supplementary Service Data). Этот формат представляет собой GSM-сервис, который позволяет организовать интерактивное взаимодействие между абонентом и сервис-приложением. Наиболее оптимальными областями приложения этой технологии являются различного рода справочные службы, новостные и информационные сервисы, рекламные рассылки и т. д. Плюс этого формата в том, что пользователь обычно сам заинтересован получить ту или иную информацию.

Другим видом рекламы является ICB (Interactive Cell Broadcasting). Этот тип отличается тем, что способен доставлять текстовую информацию на экран телефона в режиме интерактивного вещания. К примеру, в течение дня на дисплее телефона могут появляться и задерживаться на некоторое время текстовые информационные сообщения.

Несколько экзотический для российского пользователя тип рекламы реализуется посредством технологии RBT (Ring Back Tone), которая проигрывает рекламное сообщение вместо стандартного гудка, который пользователь слышит при вызове другого абонента.

Несмотря на поддержку технологии Bluetooth огромным числом телефонов, реклама посредством этой технологии не получила широкого распространения. Суть формата заключается в том, что по мере приближения к тому или иному объекту абонент получает рекламное сообщение посредством канала bluetooth.

Другой формат рекламы подразумевает установку пользователем на телефон специального программного обеспечения, которое позволяет получить не только информацию о продуктах и услугах, но и закачать нужный контент.

Технологии передачи видео на мобильный телефон являются одними из самых перспективных на рынке мобильной рекламы. В программу онлайн-трансляции или загружаемый видеоролик рекламодатель может поместить информацию о своих продуктах и услугах.

Технология для доступа в интернет WAP (wireless application protocol) фактически является мобильным аналогом интернета и предоставляет широкие возможности для рекламодателя.

SMS- и MMS-рассылки являются наиболее удобным, надежным и оперативным способом дистанционного взаимодействия с клиентом. Данная технология обеспечивает гарантированную доставку сообщений адресату. SMS пользуются до 80% абонентов. Примерно половина из них регулярно отправляет и получает SMS. MMS используют до 15% абонентов. Преимущества MMS в том, что сообщение может содержать видео, картинки, мини-ролики, а также сравнительно большой объем текстовой информации.

ФАКТОР РОСТА

Эксперты отмечают, что росту мобильного рекламного рынка способствует проникновение мобильного интернета. По данным Nielsen, проникновение мобильного интернета составляет около 11% пользователей сотовой связи. Ежедневная аудитория — около 6 млн человек, ежемесячная — около 15–18 млн человек. Темпы роста аудитории в 2008 году составили 82% по сравнению с 2007 годом. По статистике 34% россиян, пользующихся мобильным интернетом, обращаются к развлекательным сайтам, еще по 24% — к музыкальным и игровым.

Согласно исследованию рекламной сети WapStart, доходы большинства посетителей мобильных сайтов не превышают 30 тыс. рублей в месяц, но при этом они проявляют довольно высокую потребительскую активность. Так, более 40% опрошенных заявили, что совершали за последний месяц одну или несколько покупок дороже 10 тыс. рублей. Почти половина аудитории мобильного интернета (48%) живет в небольших населенных пунктах, 37% — в городах, в том числе 15% — в Москве и Санкт-Петербурге. 28% пользователей причисляют себя к рядовым сотрудникам, еще 25% — к специалистам. Руководителей и предпринимателей среди опрошенных оказалось только 12%, а более трети респондентов сообщили, что учатся или не работают. Больше 30 тыс. рублей в месяц зарабатывает всего 16% участников опроса. Около половины посетителей мобильных сайтов (51%) тратят все заработанные средства, еще четверть откладывают деньги на крупные покупки. На «черный день» копят 17% опрошенных.

По данным фонда «Общественное мнение», в первом полугодии 2009 года больше половины россиян (69%) для выхода в сеть из дома использовали широкополосный доступ. Из них 41% использует выделенную линию, а 28% — технологию ADSL. 15% пользователей интернета пользуются мобильным доступом. Dial-up по-прежнему пользуются 11% домашних пользователей интернета в нашей стране.

По оценке J'son & Partners, в 2008 году сотовые операторы заработали на услуге примерно \$657 млн, увеличив выручку за год на 65%. В 2009 году предполагается рост рынка на уровне 30–50%. Абонентская база росла быстрее, чем доходы операторов. В 2008 году число пользователей мобильного интернета достигло 32,5 млн человек, увеличившись по сравнению с 2007 годом на 82%. Аналитики объясняют высокие темпы роста постепенным увеличением числа пользователей телефонов, приспособленных для работы в интернете.

сов: «Хотели бы вы получать информацию о товарах для детей?», «Интересно ли вам получать информацию о компьютерах и сотовой связи?», «Интересует ли вас информация о бытовой технике (ТВ, холодильник и т. п.)?» и др. Ответы позволили сформировать группы по интересам. Для этих групп стала возможной контекстная коммуникация (показ рекламы заинтересованному пользователю), привязанная к среднесрочным интересам. Для точного нацеливания рекламных сообщений формировались целевые группы получателей с учетом следующих характеристик: макрорегион, пол, возраст, социальный статус, семейное положение, объем ежемесячных трат на сотовую связь.

В результате абонент МТС ежедневно получал на свое мобильное устройство интерактивное MMS-сообщение. Рекламный блок был расположен на каждом слайде и занимал верхнюю треть экрана. Блок состоял из текстового сообщения, ссылки на WAP-сайт рекламодателя, кликабельного номера телефона. Реклама показывалась абоненту в MMS-сообщениях по предварительному согласию вместе с полезной информацией (погода, новости и пр.). В рассылку были включены 603 абонента, количество переходов составило 52, CTR — 11,4%, общая стоимость для рекламодателя — 241 руб.

Эксперты объясняют такой высокий CTR тем, что пользователь более лоялен к такой рекламе. «По нашему опыту можно с уверенностью сказать, что если пользователь подписался на рекламную тематику и получает регулярно информацию по этой тематике, то он более чем лоялен к подобной рекламе. Есть случаи, когда абонент через какое-то время отказывается от SMS-оповещений, но таких немного — сотни человек. Значит, эти люди не являются тем ядром аудитории, на которое направлена клиентская рассылка», — делает вывод коммерческий директор компании «Раппорто» Елена Карцева.

Павел Ройтберг говорит, что даже в кризис рынок каналов «новых медиа» растет. «К примеру, в интернете не фиксируют снижения объемов рекламы. Наоборот, ожидают роста до 18% по итогам года — главным образом за счет сегмента контекстной рекламы», — отмечает господин Ройтберг. По его словам, мобильная реклама схожа с контекстной возможностью таргетинга, а также измеримостью результатов. МТС считает, что доля сегмента мобильной рекламы в 2012 году составит примерно 1–1,5% объема рекламного рынка.

Будущее за таргетированной рекламой, потому что это единственный эффективный способ реализации сервиса мобильной рекламы, уверен Павел Ройтберг. «Сами каналы коммуникации через мобильные сети достаточно дорогие, и единственный вариант не надоесть абоненту и быть эффективным — как можно точнее определить целевую группу коммуникации». По словам господина Ройтберга, МТС планирует развивать проекты по мобильной рекламе с использованием различных каналов: «С вводом в действие в 2010 году новой платформы МТС сможет, во-первых, автоматизировать взаимодействие различных платформ по доставке рекламных сообщений (WAP, MMS, SMS) и расширить функциональные возможности мобильной рекламы. Во-вторых, такая платформа позволит рекламодателям управлять рекламными кампаниями и обеспечить измеримость результатов кампании».

Господин Ройтберг отметил, что у МТС действуют шесть рекламных площадок: SMS- и MMS-подписки, баннеры на WAP-портале МТС, МТС-новости, баннеры на мобильной версии проекта Omlet.ru и J-Drive (баннерная и контекстная реклама). «По ряду рекламных кампаний показатель отклика аудитории (CTR) составил порядка 11%, при этом почти половина из заинтересовавшихся абонентов в результате приобретают рекламируемый товар или начинают пользоваться предлагаемой услугой», — рассказывает господин Ройтберг. — В прошлом году было проведено около 40 рекламных кампаний с использованием MMS-рассылки и баннеров на WAP-портале МТС для крупных брендов. Сегодня получателями рекламной рассылки являются порядка 400 тыс. абонентов МТС: примерно 300 тыс. подписчиков получают рассылки через SMS, еще около 100 тыс. абонентов подписаны на MMS-рассылку». Кроме того, у МТС действует услуга «Корпоративный гудок», когда корпоративный клиент использует GOOD'OK как дополнительный канал для продвижения компании и может заказать своим сотрудникам, использующим корпоративный номер МТС, гудок с определенным информационным сообщением о своей компании.

По словам Алексея Басова, хорошую эффективность показала реклама на WAP-сайтах, в SMS, в персонализированных MMS-рассылках, брендированный контент и сервисы, а также специализированные «бутиковые» решения и составляющие BTL-акций для крупных брендов, которые сейчас создают основной объем рынка. «Очень высокий уровень отклика также показала мобильная контекстная реклама, которую мы тестировали вместе с МТС — одна из туристических компаний вложила всего 241 руб. в таргетированные MMS-рассылки и осуществила продаж почти на 800 тыс. руб.», — рассказывает господин Басов.

Если заглядывать далеко вперед, то большой потенциал у рекламы, учитывающей местоположение абонентов — основанной на LBS или GPS, считает директор управления маркетинга и операций компании i-Free Вячеслав Овчинников. «Сочетание этих технологий с рекламными каналами, базирующимися на SMS, WAP, ICB, Bluetooth, открывает огромные перспективы для создания уникальных мобильных сервисов и продуктов, очень привлекательных для потребителей. Собственно, сегодня практически вся традиционная реклама, кроме широковещательной телевизионной, тоже движется в этом направлении, поскольку это реальный способ существенно усилить эффективность рекламного контакта», — поясняет господин Овчинников. ■

МОБИЛЬНЫЙ БИЗНЕС

ПАКЕТ ПРИЛОЖЕНИЙ

ДАЖЕ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ГОТОВЫ ПЛАТИТЬ ЗА СОФТ ДЛЯ СВОИХ СМАРТФОНОВ. ПРИМЕРНО ЗА ГОД СЕРВИСУ APPSTORE УДАЛОСЬ ПРОДЕМОНСТРИРОВАТЬ БОЛЕЕ 1 МЛРД ЗАГРУЗОК. ЭТО ЗАСТАВИЛО ДРУГИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПРЕДПРИНЯТЬ АНАЛОГИЧНЫЕ ШАГИ. «Ъ-ТЕЛЕКОМ» ПОДГОТОВИЛ ОБЗОР ОСНОВНЫХ СЕРВИСОВ, ПРЕДЛАГАЕМЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ СМАРТФОНОВ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ ЭТИХ УСТРОЙСТВ.

МАРИЯ ПОПОВА

Несмотря на рецессию и общее стремление к сокращению расходов, потребители мобильных устройств готовы сделать выбор в пользу отнюдь не дешевых смартфонов. При этом решение о покупке они все чаще принимают, учитывая наличие дополнительных сервисов, которые позволяют скачивать приложения сторонних разработчиков. 68% респондентов Mformation не хотят приобретать смартфоны, которые ограничены лишь предустановленным софтом производителя. 67% опрошенных отмечают, что готовы заплатить больше за смартфон, который поддерживает загрузку дополнительных приложений. 81% подтвердили, что даже готовы поменять имеющуюся трубку ради доступа к магазинам специализированных приложений, таких как AppStore. Это уже происходит в США: после появления AppStore на продукцию Apple перешло заметное количество любителей BlackBerry.

Гибкость платформы и развитость магазинов мобильных приложений становятся ключевыми направлениями развития для производителей смартфонов. Первыми осознали это Apple, Nokia и RIM, которые, по данным исследования Strategy Analytics, лидируют сейчас по части освоения новых форматов получения дохода от дополнительных сервисов. Так, если в 2007 году, по данным Strategy Analytics, Nokia получила от своих Ovi-сервисов менее 1% глобальной прибыли, то к 2012 году этот показатель может достичь 5%.

По словам Виктории Ереминой из Nokia, «людям сейчас нужны не просто устройства, а законченные решения, которые помогают общаться с близкими, друзьями, развлекаться, решать повседневные задачи. Среди этих сервисов — карты и навигация, аудио, видео, почта, организация контактов, обмен и передача файлов, разнообразные полезные приложения, игры, интеграция с социальными сетями».

Впрочем, только на сервисах производители смартфонов много зарабатывать не смогут. Приложения стоят недорого, к тому же часть выручки идет разработчику. Более того, многие пользователи стремятся в первую очередь загружать бесплатный контент. Тем не менее распространение подобных сервисов будет стимулировать рост поставок дорогих мультимедийных смартфонов.

Из-за кризиса сокращаются поставки мобильных телефонов в целом (примерно на 10%), зато наблюдается некоторый рост спроса на смартфоны. По прогнозам Techno Systems Research, продажи этих устройств увеличатся до конца года на 20% и составят 183,6 млн шт. Таким образом, их доля на мировом рынке мобильных телефонов составит 17%, а к 2013 году вырастет уже до 28% — именно благодаря росту сервисов в сетях 3G и появлению большого количества приложений для смартфонов, которые легко приобрести в специальных интернет-магазинах производителей. Пока же, по данным IDC, сегмент смартфонов составляет 13% мирового рынка сотовых телефонов.

По итогам 2008 года доля продаж смартфонов iPhone и BlackBerry составила 3% продаж всех сотовых телефонов в мире и предположительно увеличится до 5% за 2009 году. По данным Deutsche Bank, оба производителя заработали на этих устройствах 35% операционной прибыли глобального рынка сотовых телефонов, а в 2009 году, по прогнозам, смогут увеличить показатель почти до 60%. Для сравнения: Nokia поставила в 2008 году 46% всех телефонов и получила 55% совокупной прибыли. Стремительно догоняют тройку лидеров — Apple, RIM и Nokia — азиаты Samsung и HTC.

APPLE APPSTORE Первый вендорский интернет-магазин приложений открыла Apple в июле 2008 года. Мобильный клиент AppStore входит в iPhoneOS, загружать контент можно и на ПК через программу iTunes. Логично, что по статистике продаж из всех приложений для iPhone лучше всего продаются самые дешевые.

Сейчас в AppStore уже более 75 тыс. приложений, и это даже с учетом тех ограничений, которые Apple накладывает на разработчиков. В частности, здесь не допускаются прило-



ГРИГОРИЙ СОБЧЕНКО

В ПОГОНЕ ЗА APPLE ПРОИЗВОДИТЕЛИ ТЕЛЕФОНОВ СОЗДАЮТ МОБИЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ

жения, дублирующие встроенный функционал iPhone (например, веб-браузер). Недавно Apple заявила, что сервис iTunes перестанет поддерживать синхронизацию с медиаплеерами сторонних производителей. Есть и чисто технические ограничения: не разрешены приложения, которые несовместимы с iPhone OS3.0., приложения, чрезмерно расходующие заряд батареи и т. д. При этом за участие в сервисе AppStore разработчики платят ежегодный взнос \$99.

Вообще у разработчиков приложений для смартфонов сегодня сложная ситуация. В условиях ограниченных ресурсов и времени нужно выбрать приоритетные платформы, на которые ориентировать продукты в первую очередь. И при всех нюансах взаимодействия все равно, как правило, такой платформой оказывается iPhone. AppStore уже является крупнейшим магазином такого рода, соответственно, все самые интересные новинки появляются сначала здесь. Разработчикам этот сервис предоставляет самую большую базу интерактивных пользователей, а также самый простой и эффективный канал распространения — через iTunes. К тому же технически разработку удобнее осуществлять под одно разрешение экрана и одну ОС.

NOKIA OVISTORE Nokia, громко анонсировавшая собственный магазин приложений для смартфонов, наконец запустила его в мае (в России — в июне). Сервис позволяет владельцам мобильных телефонов Nokia покупать разный контент. В магазине Ovi на сегодня более 5,5 тыс. различных приложений. Контент поставляют разработчики из 65 стран мира. Именно этот магазин позиционируется как самый дружелюбный для разработчиков, так как любой может зарегистрироваться и продавать свой контент без контроля со стороны самой Nokia. Впрочем, отсутствие контроля не очень-то хорошо для конечных пользователей, учитывая подверженность Symbian вирусам. Разработчикам здесь нужно заплатить 50 евро в качестве вступительного взноса. Бесплатная регистрация продукта занимает около недели. Получают участники сервиса 70% от продаж.

Виктория Еремина, руководитель пресс-службы Nokia Евразия, отмечает, что активные пользователи магазина Ovi сейчас есть более чем в 180 странах мира: «Их количество растет в геометрической прогрессии — в августе число зарегистрированных пользователей сервиса выросло в два с половиной раза по сравнению с июнем и июлем вместе взя-

тыми». В России Nokia видит большие перспективы для распространения сервисов и активно привлекает для создания контента отечественных разработчиков, комментируют в компании. Впрочем, основным рынком для OviStore, видимо, останется Европа, а конкурировать с уже хорошо раскрученным AppStore будет очень сложно.

Аналитик УК «Финам Менеджмент» Максим Клягин напоминает, что OviStore был запущен совсем недавно и пока сравнивать его результаты с AppStore не совсем корректно: «Но мы не исключаем того, что он, по крайней мере, может составить ощутимую конкуренцию Apple на мировом рынке — особенно в регионах, где позиции сервисов Apple пока не столь сильны, например, в России».

BLACKBERRY APPWORLD Канадская RIM, серьезно конкурирующая с Apple на американском рынке, запустила свой интернет-магазин приложений с заметным опозданием — в апреле. По объему контента он пока заметно уступает AppStore и даже недавно появившемуся OviStore: пользователям предлагается лишь более 1 тыс. приложений. Для работы с AppWorld нужно устройство под управлением BlackBerryOS версии 4.2 или выше.

Вступительный взнос за участие в AppWorld обходится разработчикам в \$200. По степени популярности среди них BlackBerry на втором месте после iPhone. Главная проблема с BlackBerry, у которого чуть ли не самая большая пользовательская аудитория в США, — это сложная среда для разработки, в том числе из-за большого количества разных версий устройств, с разными разрешениями экранов и даже с несколькими различающимися ОС. При этом сам сервис BlackBerry AppWorld не настолько прост в использовании, как AppStore. Пользователю может создать неудобство и то, что платежи нужно делать через PayPal. Минимальная цена приложения составляет \$2,99, тогда как у Apple — \$0,99.

Пока BlackBerry AppWorld доступен только для жителей США, Канады, Великобритании, Аргентины, Бразилии, Чили, Мексики, Венесуэлы, Ирландии, Италии, Франции, Испании, Германии, Австрии, Португалии и Бенилюкса. В Россию BlackBerry долго не пускали, однако сейчас эти смартфоны уже поставляются официально — вероятно, и сервис скоро может приобрести актуальность.

ПРИМКНУВШИЙ ANDROID Примеру «большой тройки» производителей поспешили последовать не только вендоры смартфонов, но и другие игроки IT-индустрии. В частности, Google, разработавшая открытую мобильную плат-

форму на базе Linux — Android, представила магазин Android Market. Этот сервис может стать для интернет-гиганта неплохим источником дохода, учитывая, что сама система Android является бесплатной.

Android Market появился одновременно с официальным выходом первого устройства, работающего под управлением этой ОС, — HTC Dream (T-Mobile G1). Фактически в США пока доступен только он и MyTouch от HTC, также распространяемый T-Mobile. Правда, уже в этом полугодии заявляют о выходе своих новых телефонов на Android американская Motorola американская Motorola (модель Motorola Cliq) и китайский Huawei (модель Huawei 8220 под названием T-Mobile Pulse). В конце года предполагают выпустить аналогичные устройства Samsung (Samsung Galaxy, Samsung InstinctQ) и Sony Ericsson.

С расширением рынка устройств на Android, вероятно, активнее начнет развиваться и сервис Android Market. Пока же его география слишком ограничена, чтобы представлять интерес для разработчиков — соответственно, и приложений для конечного пользователя маловато. Разработчики выжидают, пока устройств на этой платформе будет продано достаточное количество, аналитики же настроены весьма оптимистично. До недавнего времени iPhone и BlackBerry считались безусловными лидерами на американском рынке смартфонов, но по мере появления все большего количества телефонов на Android расстановка сил здесь может измениться — соответственно, изменятся и приоритеты разработчиков.

Высокий потенциал Android связывают, в частности, с гораздо большими возможностями, которые он дает разработчикам по сравнению с тем же iPhone. Всех подкупает открытость платформы: во-первых, открытый код (что облегчает процесс разработки), во-вторых, возможность напрямую размещать приложения на сервисе Android Market (а значит, и напрямую размещать апдейты и новые версии, ускоряя таким образом процесс доставки их пользователю). Те, кто работает с Apple, должны некоторое время ждать утверждения от главного партнера.

Как раз именно это — необходимость ждать утверждения каждого приложения, попадающего в AppStore, — в дальнейшем может серьезно повредить Apple, считают аналитики. Разработчики неоднократно жаловались на то, что процесс утверждения контента может затягиваться, а некоторые приложения отвергаются без объяснения причин.

Сначала все приложения на Android Market были бесплатными, затем стали появляться и платные программы. Если приобретенный контент чем-то не устроит пользователя, его можно вернуть в течение 24 часов после покупки (в AppStore такая возможность предусмотрена только при наличии технических проблем с загрузкой или установкой приложения, а в BlackBerry App World не предусмотрена вовсе).

По заявлению Google на Android Market уже доступно более 9,5 тыс. приложений — платных и бесплатных. Уже выпустили, например, свои приложения для Android Market социальная сеть Facebook и онлайн-радио Pandora. При этом пользователи демонстрируют высокую активность: каждый скачал в среднем по 40 приложений — и четыре из пяти скачивают как минимум одно приложение в неделю.

ШАНСЫ В РОССИИ Ожидается, что продажи смартфонов в России, как и в мире, будут демонстрировать позитивную динамику, соответственно, будет расти и рынок дополнительных сервисов. По данным J'son & Partners, доля смартфонов на российском рынке мобильных телефонов составляет сегодня около 12%. Однако интерес к iPhone и BlackBerry здесь пока небольшой, отмечают игроки. Тем не менее без привязки к бренду отечественный пользователь также заинтересован в устройстве, которое обеспечивает решение повседневных задач, позволяет поддерживать коммуникации или предлагает широкий спектр развлечений. ■

ANDROID ПРИШЕЛ В РОССИЮ

В НАЧАЛЕ СЕНТЯБРЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ СМАРТФОНОВ HTC И ОПЕРАТОР Сотовой связи МТС ОФИЦИАЛЬНО АНОНСИРОВАЛИ СТАРТ ПРОДАЖ ПЕРВОГО В РОССИИ УСТРОЙСТВА НА БАЗЕ НОВОЙ ОПЕРАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ANDROID. ЭКСПЕРТЫ ПРОРОЧАТ НОВОЙ СИСТЕМЕ ОКОЛО 10% РЫНКА ОПЕРАЦИОННЫХ СИСТЕМ ДЛЯ СМАРТ-ФОНОВ К 2011 ГОДУ.

АЛЕКСАНДР ПИЛОТОВ

В августе HTC представила новую модель телефона на базе операционной системы Android, созданной Google, — HTC Hero. Коммуникатор получил от разработчиков механику и набор функций, ориентированных прежде всего на работу с мобильным интернетом. HTC Hero оснащен 3,2-дюймовым сенсорным экраном, 5-мегапиксельной камерой с автофокусом и GPS. Он поддерживает сервисы Google: Gmail, Gtalk, Google Maps, Google Calendar, YouTube, а также ряд виджетов. Кроме того, все устройства новой операционной системы будут содержать каталог приложений Android Market — приложение, которое позволяет скачивать и устанавливать программы. Все эти сервисы не будут доступны в первой партии устройств, однако HTC уверяет, что в ближайшее время будет выпущена обновленная прошивка, которая все данные сервисы поддерживает. Устройство можно будет перепрошить самостоятельно или бесплатно в сервисном центре.

Помимо сервисов Google в HTC Hero реализован пользовательский интерфейс HTC Sense, разработанный производителем специально для устройств на базе Android. Интерфейс позволяет настроить устройство под собственные нужды с помощью набора предустановленных виджетов, которые можно размещать на семи рабочих экранах устройства. Семь экранов объединены в «сюжет», таких «сюжетов» предустановлено шесть (работа, отдых и проч.).

В 2008 году компания HTC выпустила первое в мире устройство на базе новой платформы — коммуникатор T-mobile G1 (в Европе также известный как HTC Dream). Его эксклюзивным реселлером стал оператор сотовой связи T-mobile, аппарат продавался с двухлетним контрактом оператора в США и Европе. Второе устройство на Android, коммуникатор HTC Magic, было представлено общественности в феврале 2009 года в рамках выставки Mobile World Congress. Разработчики отош-



ли от предыдущего формфактора и отказались от выдвижной клавиатуры в пользу сенсорного управления.

В России аппарат появился в августе в салонах МТС. Смартфон представлен в одном дизайне — моноблок черного цвета. Розничная цена коммуникатора составляет в среднем 25 тыс. рублей. Для сравнения: цена на iPhone 8 ГБ начинается сейчас от 21 тыс. рублей, 16 ГБ — от 24 тыс. рублей. HTC Hero стал первой моделью телефона на базе Android, которая будет продаваться в России, но в октябре на рынке должен появиться GPhone, который HTC продвигает совместно с T-Mobile («дочка» немецкого оператора Deutsche Telekom).

О планах запуска собственных смартфонов на базе Android уже заявили Motorola, Samsung, Sony Ericsson и ряд других производителей. В частности, Samsung выпустит в сентябре свой Android-аппарат I7500 по ориентировочной цене 25 тыс. рублей. Motorola, чья доля на российском рынке за последние несколько лет значительно сократилась, также пообещала представить свои «гуглофоны». Тем не менее HTC пока остается наиболее активным участником Open Handset Alliance, разрабатывающим и запускающим в массовое производство аппараты на базе но-

вой платформы. Российская компания «Вобис» в июле также выпустила в количестве 100 штук коммуникатор Highscreen PP5420, который, по словам производителя, был создан для определения спроса на такие устройства.

Президент «Евросети» Александр Малис не берется предположить, насколько смартфон HTC Hero будет популярен в России, так как «насколько удался продукт, не понятно». «Поклонники HTC наверняка приобретут новую трубку, но в целом рынок смартфонов достаточно ограничен — их покупают максимум 5% абонентов», — поясняет господин Малис.

Некоторые эксперты пророчат смартфону большое будущее. По оценкам аналитиков из Mobile Research Group, Google Android может захватить до 10% рынка операционных систем для смартфонов к 2011 году. Согласно отчету Gartner по итогам второго квартала 2009 года, за прошедший год доля ОС Symbian сократилась с 57% до 51%, а доля Android составила примерно 2%. Аналитики из Smart House считают, что в 2010 году в мире будет продано 5 млн устройств на базе Android, а уже в 2011 году — 10 млн.

Не все аналитики настолько оптимистичны в оценке перспектив Android. Аналитик УК «Финам Менеджмент»

Анна Зайцева считает, что время для вывода нового смартфона на российский рынок выбрано не самое удачное: покупательская способность населения падает, потребители не расположены к дорогим покупкам. Кроме того, Россия не так охвачена «гугломанией», так что телефон будет приобретаться исходя из его функциональных характеристик. «При этом данный сегмент рынка уже насыщен, в нем есть серьезная конкуренция. В результате мы не ожидаем, что в текущем году будет продано более 100 тыс. „андроидов“. Конечно, инвестиции в маркетинг могут увеличить этот показатель, но вряд ли существенно. Правда, наш прогноз по iPhone за тот же период — не более 80 тыс. аппаратов», — говорит госпожа Зайцева. Продажи iPhone 3G идут в России из рук вон плохо. В марте источники в «большой тройке» рассказывали, что ведут переговоры с Apple о пересмотре условий контрактов в части уменьшения обязательств по количеству iPhone и о снижении их закупочных цен.

По оценке J&P Consulting, на глобальном рынке смартфонов продажи устройств под управлением ОС Google Android действительно могут достичь показателя в 10% рынка. Это связано с тем, что многие производители телефонов активно экспериментируют с новыми ОС, вывода на рынок свои устройства. «Сегодня традиционные интернет-сервисы компании Google пользуются большой популярностью у пользователей глобальной сети, благодаря этому существенно расширяется потенциальная аудитория покупателей. И стоит учитывать, что во многих развитых странах продажи телефонов идут через операторов сотовой связи, которые используют дотационные программы, а это также способствует тому, чтобы терминалы с Google Android были доступны широкому кругу пользователей сотовой связи», — говорит аналитик J&P Consulting Сергей Савин. По его словам, российского потребителя Google Android будет сложнее завоевать, так как в России невысокое проникновение интернета, а операторы не используют дотационных схем. ■

APPLE ВЫВОДИТ ТРЕТЬЕ ПОКОЛЕНИЕ

АМЕРИКАНСКАЯ КОРПОРАЦИЯ APPLE ВЧЕРА ПРЕДСТАВИЛА НОВУЮ ВЕРСИЮ IPHONE 3G S. СМАРТФОН ПРИМЕРНО В ДВА РАЗА «БЫСТРЕЕ» ПРЕДЫДУЩЕЙ МОДЕЛИ, А В ОПЕРАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ БОЛЕЕ 100 НОВЫХ ФУНКЦИЙ. ТРЕТЬЯ ВЕРСИЯ IPHONE ДОЛЖНА БЫЛА ПОЯВИТЬСЯ В РОССИИ В АВГУСТЕ ПО ЦЕНЕ 24–30 ТЫС. РУБЛЕЙ ЗА АППАРАТ, НО СРОКИ СДВИНУЛИСЬ ПРИМЕРНО ДО ОКТЯБРЯ.

АЛЕКСАНДР ПИЛОТОВ

Новый iPhone, который был анонсирован в июне, работает приблизительно вдвое быстрее предыдущего, говорится в сообщении Apple. Память смартфона увеличена до 32 ГБ против максимальных 16 ГБ моделей нынешнего поколения. При этом время автономной работы нового устройства в сетях GSM будет увеличено: вместо 10 часов разговора — 12 часов. В режиме 3G время разговора остается прежним — пять часов. Новый iPhone оснащен камерой с матрицей в три мегапикселя, что на один мегапиксель больше, чем в предыдущей версии. iPhone 3G S работает под управлением операционной системы iPhone OS 3.0, в которой более 100 новых функций. Среди них: автофокусировка камеры, запись видео, голосовое управление и другое.

Новая модель появилась на прилавках магазинов США, Германии, Франции, Великобритании, Италии, Испании и Швейцарии 19 июня. В США модель с 16 ГБ памяти стоит \$199, а с 32 ГБ — \$299. Такие цены предлагаются вместе с двухлетним контрактом оператора AT&T. При этом 8 июня цена на самую младшую модель iPhone 3G

8 ГБ снизилась со \$199 до \$99. Ожидалось, что в августе охват стран увеличится до 80, в их число входит и Россия.

Но запланированный старт продаж новой модели смартфона Apple — iPhone 3G S — в России отложили. Как сообщил источник, близкий к Apple, продажи iPhone 3G S в России начнутся не раньше октября. «Спрос на смартфоны в ключевых для Apple странах оказался слишком высоким, поэтому сейчас компания удовлетворяет спрос именно в этих странах», — пояснил источник. Пресс-секретарь МТС Ирина Осадчая сообщила, что сроки поставок iPhone 3G S на российский рынок зависят от Apple. В «Вымпелкоме» и «МегаФоне» не стали комментировать ход переговоров, сообщив, что «они продолжаются». Гендиректор ICS Group, официального дистрибьютора Apple в России, Евгений Бутман отказался от комментариев, глава представительства Apple в России Валерий Лановенко не отвечал на звонки. Мировые продажи iPhone 3G S начались 9 июня. Apple сообщала, что за первые три дня удалось продать более 1 млн iPhone 3G S, тогда как первая модель iPhone достигла такого результата только за 74 дня.

По мнению ведущего аналитика Mobile Research Group Эльдара Муртазина, перспективы новой модели в России сомнительны: «По сути, это обновление для тех, кто еще не купил iPhone. Владельцы этого аппарата сегодня вряд ли будут переходить на новую модель из-за ее цены. Сейчас операторы договариваются о стоимости трубок в 24–28 тыс., Apple настаивает на 30–34 тыс. Кроме того, новая модель выходит одновременно с Nokia N97, находящейся в той же ценовой категории».

Продажи iPhone в России начали в ноябре 2008 года операторы МТС, «Вымпелком» и «МегаФон». За два года операторы «большой тройки» обязались реализовать 3,5 млн трубок. Apple установила закупочную цену для российских дилеров на уровне €400 за iPhone 3G с объемом памяти 8 ГБ и €470 за аппарат с 16 ГБ памяти. Эта цена не включает НДС и таможенную пошлину (в сумме еще 23% от стоимости). Однако стартовавшие осенью продажи пошли явно не по плану: по данным Сергея Румянцева, гендиректора РТК, управляющей монобрендовыми салонами МТС, с момента начала продаж в России до кон-

ца первого квартала 2009 года продано порядка 240 тыс. аппаратов. В марте источники в «большой тройке» рассказывали, что ведут с американским производителем переговоры о пересмотре условий контрактов в части уменьшения обязательств по количеству iPhone и о снижении закупочных цен.

По оценке господина Муртазина, в июне на складах операторов и дилеров скопилось 200–240 тыс. iPhone 3G. Если операторы снизят стоимость младшей модели iPhone 3G до 15 тыс. рублей, они смогут продать этот объем к лету 2010 года, считает господин Муртазин.

В первом квартале в России было продано 5,48 млн сотовых телефонов, что на 29% меньше, чем за тот же период прошлого года, и на 42% меньше, чем в четвертом квартале 2008 года. По данным независимого аналитика, преподавателя Академии народного хозяйства Владимира Богданова (в 2002–2007 годах вице-президент по маркетингу «Евросети»), падает и средняя цена трубок. В первом квартале она составила \$150, что на 35% ниже средней цены за аналогичный период прошлого года. ■

NOKIA ЗАГРУЖАЕТСЯ В НЕТБУКИ

Крупнейший производитель мобильных телефонов Nokia выходит на рынок нетбуков. Nokia Booklet 3G будет работать под управлением операционной системы Microsoft Windows на базе процессора Intel. У Nokia хорошие шансы закрепиться на новом рынке: помогут давние партнерские отношения с ритейлерами и лояльность к бренду.

НАДЕЖДА РЫБИНА

Nokia запустит производство нетбуков с целью выхода на быстроразвивающийся рынок персональных компьютеров, сообщила компания в конце августа. Первый нетбук от Nokia — Booklet 3G — будет работать под управлением операционной системы Microsoft Windows. По данным Reuters, это будет новая Windows 7, официальный выход которой запланирован на 22 октября. Нетбук создан на базе процессора Atom от Intel, весит 1,25 кг и позволяет работать в автономном режиме до 12 часов, диагональ дисплея составляет 10 дюймов. По данным Reuters, предположительно Nokia разместит заказы на производство нетбуков на заводах второго по величине сборщика ПК в мире тайваньской Compaq.

Нетбук — экономный вариант ноутбука, созданный главным образом для доступа в интернет и выполнения простейших операций, таких как работа с офисными приложениями, просмотр видео и прослушивание музыки.



NOKIA СМОЖЕТ ПРОДАВАТЬ СВОИ НЕТБУКИ В САЛОНАХ СВЯЗИ

Первый нетбук появился в 2007 году, его выпустила компания Asus. В России цены на нетбуки составляют в среднем от 5 тыс. до 18 тыс. рублей.

По данным IDC, в 2008 году продажи нетбуков в мире выросли на 127% и составили более 26 млн штук, в то время как рынок мобильных телефонов вырос всего на 10%.

В России во втором квартале 2009 года рынок ноутбуков уменьшился по отношению ко второму кварталу 2008 года на 42,3%, до 626,7 тыс. штук. Рентабельность нетбуков, как правило, ниже, чем ноутбуков, но она компенсируется высокими темпами роста сегмента, считает руководитель отдела анализа мировых рынков ИК «Финам» Михаил Аристакесян. «Производители мобильных устройств, ориентированные на сохранение высокой динамики финансовых показателей, не могут игнорировать этот сегмент. Сейчас основной объем продаж нетбуков приходится на Европу, но постепенно будет происходить сме-

щение в сторону развивающихся стран. Это означает, что у данного рынка есть хорошие перспективы для долгосрочного роста», — говорит господин Аристакесян. По его мнению, Nokia, которая смогла завоевать сильные позиции на рынке смартфонов, имеет все шансы на успех в смежном сегменте, так как целевая аудитория лояльна к этому бренду.

Глава Acer в СНГ Глеб Мишин соглашается, что у Nokia есть хороший шанс закрепиться на рынке нетбуков, так как у финского производителя большой опыт работы с сотовыми ритейлерами. «Сейчас многие ритейлеры, которые раньше занимались только продажей телефонов и аксессуаров, начинают продавать и нетбуки. В России это, например, «Евросеть» и «Связной». У этих компаний несколько тысяч точек продаж по России, поэтому их сети могут оказаться очень эффективным каналом сбыта», — считает господин Мишин. ■

YOTA ОБРЕТАЕТ ГОЛОС

WiMAX-оператор «Скартел» осенью начнет предоставлять услугу VoIP (передача голосовых данных по интернет-каналу). Звонки внутри сети обещают сделать бесплатными, а на мобильные и стационарные телефоны — дешевле, чем у традиционных операторов. Услуга не принесет компании больших доходов, но позволит привлечь новых абонентов, считают эксперты.

ВИКТОР ХИЛЬКО

В начале осени «Скартел» (бренд — Yota) выпустит программное обеспечение для звонков через интернет (VoIP), рассказала PR-директор компании Наталья Царевская-Дякина. Чтобы воспользоваться услугой оператора, абонентам нужно иметь смартфон HTC MAX 4G, на который необходимо установить приложение. «Приложение для звонков уже скоро появится на телефонах, работающих в сети Yota. На сегодняшний день это единственная модель — HTC MAX 4G, но на подходе еще один телефон, предназначенный в первую очередь для использования интернет-звонков Yota. Однако приложение для интернет-звонков можно будет установить на обычный компьютер или ноутбук», — рассказала госпожа Царевская-Дякина. Она отметила, что звонить можно не только через сеть Yota, но и через любое другое соединение, которое может обеспечить надлежащую скорость передачи данных.

VoIP-звонки внутри сети (то есть с одного смартфона HTC MAX 4G на другой) будут бесплатными. «При этом мы не будем учитывать географию абонентов. К примеру, звонок через сеть Yota из Сочи в Москву тоже будет бесплатным», — пояснила госпожа Царевская-Дякина. Звонить также можно будет на мобильные и стационарные телефоны, но уже за отдельную плату. «Тарифы пока разрабатываются, но они будут ниже тех, которые сейчас предлагают другие операторы связи», — обещает Наталья Царевская-Дякина.

Следующим шагом «Скартела» станет выпуск приложения для VoIP-звонков с компьютера. Планируется, что этот софт будет интегрирован в программу для доступа к сети Yota — Yota Access. В октябре «Скартел» также представит новый мобильный телефон, который будет работать в сетях GSM и мобильного WiMax. Телефон будет поставляться с предустановленным приложением для VoIP-звонков. В продаже телефон появится к зиме.

Оператор «Скартел» (ООО «Скартел», оказывает услуги под брендом Yota) на 100% принадлежит управляющей компании WiMax Holding Ltd. 25,1% WiMax Holding



«СКАРТЕЛ» ВТОРГСЯ НА РЫНОК «БОЛЬШОЙ ТРОЙКИ»

Ltd принадлежит «Ростехнологиям», остальные доли — фонду Telconet Capital Limited Partnership. Инвесторы фонда не раскрываются, но известно, что один из них — гендиректор ООО Денис Свердлов. «Скартел» объявил о запуске своей сети мобильного WiMax в России в сентябре 2008 года. Оператор пообещал, что в течение трех-четырех лет покроет 40 крупнейших городов России и инвестирует в сети приблизительно \$1 млрд.

По оценке ИК «Финам», сейчас в России насчитывается около 5 млн пользователей VoIP, но в денежном выражении этот рынок невелик: в прошлом году этот показатель не превысил \$4 млн. «Это объясняется преобладанием бесплатных звонков между пользователями сервисов, на которые приходится порядка 90% трафика. При этом новые пользователи больше ориентированы на бесплатное общение. Поэтому если количество абонентов растет почти на 100% в год, то выручка — в два раза медленнее», — поясняет аналитик ИК «Финам» Алексей Курасов. По его словам, «Скартел» может столкнуться с теми же проблемами. «Сервис может и не приносить значительного дохода. Но выгода все равно будет — за счет роста абонентской базы», — говорит господин Курасов.

Идея интернет-телефонии, то есть передачи голосовых сообщений через интернет, существует уже давно. Впер-

вые возможность передачи голоса через сеть была реализована в 1993 году, а в 1995-м появилось первое коммерческое программное обеспечение для интернет-телефонии от компании VocalTec.

Среди сильных сторон технологии помимо цены можно назвать высокое качество связи, а также дополнительные возможности, которые предоставляет интернет. Технология позволяет сократить требуемую полосу пропускания, так как позволяет уменьшать передаваемый трафик сжатием речевого сигнала. К недостаткам технологии можно отнести зависимость от задержек при передаче пакетных данных. Этот недостаток частично компенсируется невысокой зависимостью от потерь данных.

Интерес к интернет-телефонии со стороны разработчиков и инвесторов вызван двумя основными причинами. Во-первых, исследование новых возможностей, которые дает интернет, естественным образом привело к созданию проектов в этой сфере. Во-вторых, выяснилось, что передача голоса через интернет может быть намного дешевле обычных телефонных разговоров. Поэтому на сегодняшний день пользователь может выбрать из множества проектов интернет-телефонии, различающихся по качеству передачи голоса, уровню безопасности, удобству использования, количеству дополнительных услуг, цене, популярности и другим параметрам.

Некоторые эксперты полагают, что интернет-телефония может выйти на один уровень с традиционной телефонией уже к 2015 году. Уже сегодня развитие интернет-телефонии вызывает беспокойство со стороны мобильных операторов, которые, например, пытаются запретить использовать Skype на мобильных телефонах. К примеру, в 2006 году власти Китая запретили использование Skype в стране, ссылаясь на то, что сервис переманивает клиентов государственных телекоммуникационных компаний. Крупнейший оператор Германии T-Mobile ввел дополнительную плату за использование интернет-телефонии. Представители оператора объяснили свою позицию тем, что VoIP перегружает сеть.

В «Скартеле» объясняют, что взялись за создание собственного сервиса интернет-телефонии, так как это является одним из способов использования сети Yota. По словам Натальи Царевской-Дякиной, сервис позволяет использовать такие преимущества сетей 4G, как высокая скорость передачи данных и возможность предоставления пользователю необходимой полосы пропускания (система Quality of Service).

В «Скартеле» отмечают, что услуга интернет-телефонии ориентирована на массового потребителя, у которого появляется возможность, не вникая в технические подробности, совершать звонки через интернет бесплатно или за сравнительно небольшие деньги. В отличие от сервисов интернет-звонков с компьютера, которые популярны уже довольно давно, Yota предлагает услугу, ориентированную в первую очередь на звонки с телефона. Для них не требуется специальная гарнитура, а звонить и принимать звонки можно в любой момент — не нужно ждать у компьютера или носить с собой ноутбук. Поэтому для пользователя интернет-звонки Yota отличаются от обычных мобильных звонков главным образом по двум показателям — цене и карте покрытия сети.

Чтобы начать пользоваться услугой, нужно зарегистрироваться на сайте Yota. Далее для бесплатных звонков внутри сервиса вместо телефонного номера будет задействован логин пользователя. Чтобы позвонить кому-либо, надо знать его логин и убедиться, что абонент сейчас онлайн, с помощью специального индикатора. Сервис встроен в телефонную книжку, и пользователь имеет возможность выбрать, каким образом дозваниваться до абонента — через интернет или через мобильную сеть. На новом телефоне Yota будет даже специальная кнопка для интернет-звонков. Если телефоны звонящего и его собеседника находятся в сети, по этой кнопке можно совершать бесплатные звонки. Если телефон звонящего — в сети, а его собеседника — нет, можно звонить по тарифам интернет-телефонии или выбрать обычный мобильный звонок. ■

БЕСПРАВНЫЙ SKYPE

В КОНЦЕ ЛЕТА В ПРЕССЕ СТАЛИ ПОЯВЛЯТЬСЯ СООБЩЕНИЯ О ТОМ, ЧТО В РОССИИ МОГУТ ЗАБЛОКИРОВАТЬ ДОСТУП К ПОПУЛЯРНОМУ СЕРВИСУ SKYPE. ПОВОДОМ ПОСЛУЖИЛО СОСТОЯВШЕЕСЯ 21 ИЮЛЯ ЗАСЕДАНИЕ КОМИССИИ РСПП, НА КОТОРОМ ОБСУЖДАЛОСЬ ПРОДВИЖЕНИЕ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ IP-ТЕЛЕФОНИИ. ОПЕРАТОРЫ СВЯЗИ РАТУЮТ ЗА СОЗДАНИЕ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ БАЗЫ ДЛЯ РАБОТЫ VOIP-СЕРВИСОВ. ОДНАКО ЭКСПЕРТЫ УБЕЖДЕНЫ, ЧТО НА САМОМ ДЕЛЕ ИМИ ДВИЖУТ КОРЫСТНЫЕ ИНТЕРЕСЫ.

ДИАНА РОССОХОВАТСКАЯ

БЛАГИЕ НАМЕРЕНИЯ Обеспокоенность участников рынка вызвана прежде всего тем, что VoIP-клиенты (Voice over IP) не подключены к СОПМ (системе технических средств для обеспечения функций оперативно-розыскных мероприятий), а значит, разговоры между пользователями таких сервисов не могут прослушиваться спецслужбами. Выступая на заседании комиссии РСПП по телекоммуникациям и информационным технологиям, первый заместитель гендиректора компании «МегаФон» Валерий Ермаков отметил, что 20–25% голосового трафика, которые проходят мимо СОПМ через интернет-каналы голосовой связи, создают серьезную угрозу нацбезопасности. К 2012 году, предупредил господин Ермаков, эта доля может вырасти до 40%.

Как объяснил Дмитрий Ржавин, начальник отдела защиты сетей операторов связи департамента информбезопасности компании «Энвижн Груп», прослушка разговоров через Skype осложняется тем, что голосовой трафик передается по его каналам в зашифрованном виде. «Алгоритм его шифрации является очень криптостойким — по крайней мере, в открытой печати не было информации, что его удалось взломать», — говорит господин Ржавин. Дело в том, что при каждом звонке голос передается по уникальному маршруту: клиентские программы соединяются друг с другом напрямую, и нет центрального пункта, через который проходили бы все разговоры. Однако Дмитрий Ржавин добавляет, что при звонках со Skype-телефона на обычный стационарный или мобильный аппарат возможность «перехватить» разговор средствами СОПМ появляется в точке приземления трафика, где он дешифруется на Skype-шлюзе.

Еще одно обвинение в адрес Skype сводится к отсутствию лицензии на предоставление услуг голосовой связи на территории России. Голосовой трафик передается сначала на шлюз в Европе, где он переходит на сеть крупного оператора, а затем легально возвращается в Россию. Skype покупает услугу присоединения у наших операторов международной связи и за пределами страны получает точку для терминирования своего трафика, что выводит его из-под действия российского законодательства, объясняет господин Ржавин. Это освобождает Skype от уплаты налогов и инвестиций в развитие инфраструктуры, а также ставит под угрозу интересы абонентов.

Горячее обсуждение недостатков Skype и других VoIP-клиентов (в «группе риска» оказались также Google Talk, MSN Messenger, Yahoo Messenger, Gizmo и др.) на июльском заседании было воспринято многими СМИ как намерение блокировать их использование в России. Тем не менее о тотальном запрете речи не идет, уверяют в РСПП: это технически сложная процедура, которая к тому же потребует серьезных финансовых затрат.

«У РСПП никаких претензий к Skype и другим VoIP-сервисам нет», — заверил управляющий директор управления телекоммуникационных и информационных технологий Сергей Мытенков. — Российский союз промышленников и предпринимателей сам внедрил систему IP-телефонии и активно ее использует». Внесенные на заседании предложения «имели регламентирующий характер и были направлены на то, чтобы предоставление услуг IP-телефонии было более регламентированным», объяснили «Б-Телекому» в союзе. Подготовкой рекомендаций, касающихся правового регулирования IP-телефонии в России, займется рабочая группа в составе основных игроков рынка (в том числе представителей «МегаФона», «Транстелекома» и др.). Первые результаты ее работы обещают объявить на очередном октябрьском заседании комиссии. «В настоящее время ведется подготовка документа, проводятся рабочие встречи, аккумулируются мнения участников рабо-



СЕРВИС SKYPE ПЕРЕШЕЛ ДОРОГУ
РОССИЙСКИМ ОПЕРАТОРАМ СВЯЗИ

чей группы, идет анализ зарубежного опыта. Сам документ будет представлен широкой общественности только в октябре, и говорить о чем-то раньше этого времени нецелесообразно», — объясняет вице-президент компании «Транстелеком» Анатолий Земцов.

Намерения промышленников и предпринимателей кажутся вполне мирными — уравнивать в правах всех продавцов VoIP-сервисов и сформулировать единые технические требования к предоставлению услуг IP-телефонии, иначе говоря, законодательно урегулировать этот рынок. Однако аналитики настроены скептически.

«Чтобы сформировать правовое поле для использования технологии VoIP, необходимо привлечь независимое экспертное сообщество. В противном случае будут учтены интересы только крупных игроков — операторов фиксированной и сотовой связи», — уверен Виталий Солонин, ведущий консультант J'son & Partners Consulting. По его мнению, рынок IP-телефонии вообще не нуждается в регулировании: «У пользователей есть возможность коммуницировать разными способами — и это главное достижение сегодняшнего времени».

ПОДАЛИ ГОЛОС По мнению ряда аналитиков, столь пристальное внимание бизнес-лобби к деятельности VoIP-сервисов на руку основным игрокам рынка связи. Абонентская база Skype постоянно растет: если на конец 2007 года было зарегистрировано около 270 млн абонентов, то на 1 января 2009-го — уже 405 млн. Кроме того, Skype является мировым лидером по количеству сгенерированных минут голосовой связи: в прошлом году оно достигло 65 млрд. Выручка Skype за 2008 год составила \$551 млн. Мысль о недополученной прибыли, по словам опрошенных экспертов, не дает покоя сотовым операторам — чтобы остановить перетекание трафика в интернет-телефонию, некоторые из них затевают собственные VoIP-проекты.

Директор по проектам агентства iKS-Consulting Константин Анкилов обращает внимание на то, как «чуждое совпало» обсуждение проблем IP-телефонии, инициированное «МегаФоном», с выводом на рынок мегафонового конкурента Skype. Спустя около недели после шумевшего заседания оператор анонсировал запуск собственного VoIP-клиента «Мультифон», который профиль-

ные издания окрестили «альтернативным „Скайпом“». Опции «Мультифона» действительно аналогичны тем, что предлагает Skype: абоненты оператора могут с помощью ПК совершать звонки (в том числе междугородные) и отправлять SMS-сообщения по льготным тарифам (голосовые и видеозвонки между абонентами «Мультифона» бесплатные). Так, минута исходящего вызова на мобильный номер столичного «МегаФона» будет стоить абоненту от 25 коп., средняя цена минуты колеблется в пределах 10 руб. (деньги снимаются с телефонного счета абонента).

Чтобы воспользоваться сервисом, нужно загрузить ПО с сайта компании на свой компьютер и пройти регистрацию. Кроме того, в приложение включена функция определителя номера (оно интегрировано с услугами сотовой связи «МегаФона», и каждый абонент IP-сети заведомо имеет номер мобильного телефона), чего нет у Skype. Это дало компании повод презентовать «Мультифон» как продукт, предоставляемый на законных основаниях и полностью прозрачный для пользователя. Услуга подключения к «Мультифону» доступна также абонентам МТС и «Вымпелкома», правда, в урезанном виде: они могут совершать звонки только с компьютера на компьютер. При этом новый продукт не является в чистом виде сервисом IP-телефонии: протокол SIP используется только на участке «абонент-коммутатор», после чего сигнал идет по сетям сотовой связи.

По словам Константина Анкилова, у Skype действительно «довольно специфический и не до конца определенный правовой статус — отчасти потому, что законодательство не успевает за техническим прогрессом», но нельзя закрывать глаза и «на корпоративные интересы некоторых членов РСПП». К планам союза добиться равных условий для всех игроков рынка аналитик относится скептически, отмечая, что это будет означать «гонение на Skype де-факто».

Примеры таких «гонений» на мировом рынке уже есть. В апреле одна из крупнейших в мире сотовых компаний T-Mobile (принадлежит холдингу Deutsche Telekom) заявила, что будет блокировать трафик Skype на iPhone под предлогом перегруженности сетей. Этому решению предшествовало сообщение о том, что программу можно легально приобрести в AppStore и установить на телефон. Всего за неделю приложение Skype загрузил 1 млн пользователей iPhone. Пользователям, нарушившим запрет, T-Mobile пригрозил отключить доступ в интернет, а компанию Apple обвинил в нарушении абонентского договора.

Два крупнейших британских оператора сотовой связи — Orange и O2, в свою очередь, потребовали от Nokia исключить Skype из набора приложений в аппаратах N97, пообещав в противном случае прекратить их продажи. Ограничение на использование VoIP в своих сетях ввели также компании AT&T и Vodafone.

«Несмотря на то что причинны блокировки Skype понятны (это нежелание традиционных операторов связи терять часть своих доходов), эффект от этого более чем сомнителен», — считает аналитик PricewaterhouseCoopers Сергей Салов. По его словам, традиционные виды IP-телефонии стали очень просты в настройке и использовании (например, помимо протокола Skype есть еще открытый SIP-протокол, для которого почти любой может написать программу), поэтому «если удастся задавить Skype, то на его место придут другие сервисы». Согласен с этим мнением и Виталий Солонин: «Как показывает опыт прошедших лет, регулирование одного вида IP-телефонии приводит к очень быстрому появлению альтернативных IP-коммуникаций. Так, несколько лет назад были очень распространены карточки IP-телефонии, а теперь акцент сместился к Skype, Signet и другим коммуникационным IP-сервисам».

Российские операторы пока не решаются на такие крайние меры, как блокировка VoIP-трафика. В официальных заявлениях они упирают на то, что не рассматривают Skype как конкурента. Кроме того, представители РСПП уверяют, что «большая тройка» и Skype ориентированы на разные целевые аудитории. «Сегодня практически каждая крупная компания использует IP-телефонию, а Skype можно назвать „домашним“ сервисом. Skype никогда не будет давать такого уровня связи, как, например, представители первой тройки операторов. Единственный его плюс — очень доступная цена», — говорят в РСПП.

НЕБИТАЯ КАРТА Низкие тарифы на соединение — главный козырь Skype, который сотовики пока едва ли могут побить. Звонки с компьютера на компьютер для пользователей бесплатны, звонки на мобильный или фиксированный телефон стоят сущие копейки (например, можно звонить на стационарный телефон в 30 стран мира по \$0,021 за минуту). Столь низкая стоимость обусловлена алгоритмом передачи сигнала: Skype трансформирует голос в пакеты данных и отправляет их по цифровым каналам, что в разы дешевле, чем по голосовым.

По прогнозам экспертов, роста цен на услуги интернет-телефонии ожидать не стоит. Отстаивая свою долю на рынке, операторы связи, скорее всего, будут вынуждены снизить цены на звонки на дальние расстояния. «В конечном итоге потребителей не интересует, какая технология используется для предоставления соответствующей услуги, — их интересует только цена и качество, — уверен аналитик ФК «Открытие» Тибор Бокор. — Традиционная голосовая телефония предоставляет более высокое качество по сравнению с VoIP. Следовательно, до тех пор, пока ценовая премия будет адекватной, тотального переключения на VoIP не произойдет». Не исключено, что лет через десять, предсказывает эксперт, российские потребители будут платить всего 1 тыс. рублей в месяц за целый пакет услуг связи, включающий неограниченный доступ к услугам телефонии (местные, междугородные звонки, мобильная связь), доступ в интернет, цифровое телевидение и т. д.

Очевидно, что развитию услуг и решений на основе VoIP-технологии будет способствовать распространение широкополосного доступа в интернет. По словам Константина Анкилова, росту этого рынка не смогут помешать никакие решения регуляторов: «Технический прогресс движется в эту сторону, и услуги на базе IP, в том числе голосовые, можно будет организовать более экономично». ■



В 10 раз больше общения после 5 минут разговора.....

С тарифным предложением «Время бизнеса» звонки становятся в 10 раз дешевле

Решайте важные деловые вопросы, не ограничивая себя во времени. После 5 минут исходящих местных разговоров стоимость исходящих звонков снизится в 10 раз до конца текущего дня*, и общение с партнерами станет еще более выгодным.

Новые решения для Вашего бизнеса

*Условие о снижении цены в 10 раз распространяется на исходящие местные разговоры и будет действовать до конца текущего дня при соблюдении параметров, установленных Оператором. В зависимости от региона, период времени, на который распространяется условие о снижении цены, может различаться. За более подробной информацией, пожалуйста, обращайтесь в компанию сети МегаФона Вашего региона. Подробности в точках продаж и на сайте www.megafon.ru. Реклама.

www.megafon.ru

 0555



МЕГАФОН

Будущее зависит от тебя