

# Телеком

www.kommersant.ru

Четверг 15 ноября 2007 №210 (№3786 с момента возобновления издания)

## iPhone за три цены

### «серый» рынок

Высокие цены и необходимость адаптации к российским сетям не останавливают россиян, жаждущих стать обладателями ультрасовременного телефона iPhone от компании Apple. Покупатели, включая людей из администрации президента, готовы платить две-три цены за устройство, на которое не распространяется гарантия. Месячный объем рынка iPhone, по словам импортеров, в России составляет минимум \$1,5 млн и продолжает расти. Контрабандные поставки телефона из США незначительно влияют даже на статистические показатели российского рынка — по подсчетам РАТЭК, с начала года нелегальный импорт мобильных устройств вырос с 0 до 10%.

Во время сентябрьской встречи с британскими журналистами замглавы пресс-службы президента России Дмитрий Песков периодически отвлекался на телефонные звонки. Все бы ничего, но журналисты приметили в руках у кремлевского чиновника коммуникатор iPhone. Как он попал в руки к господину Пескову, акулы пера так и не узнали, но известно, что официально в Россию этот аппарат не поставляется. Впрочем, неофициальные поставки уже поставлены на поток. Продавцы аппаратов iPhone находятся в интернете за пару минут. Все они утверждают, что спрос на телефоны в России растет в геометрической прогрессии. Особенно заметен он стал в сентябре, когда Apple снизила цены на устройства в США на \$200 — до \$400. Именно оттуда ввозятся все аппараты, которые импортерам приходится адаптировать к российским сетям, взламывая их программное обеспечение: купленный в США iPhone будет работать только после активации на сайте музыкального сервиса iTunes и только с SIM-картой оператора AT&T. Для индивидуальных пользователей перепрошивка телефона стоит около 1 тыс. руб., а уже готовые к работе телефоны можно купить за 27–42 тыс. руб.

Объективных оценок «серого» рынка iPhone на сегодняшний день нет. Но сами продавцы утверждают, что месячный объем рынка в России составляет как минимум \$1,5 млн.

(Окончание на стр. 30)

Провайдеры широкополосного доступа в интернет устремились в регионы. «Голден Телеком» отстраивает свою сеть в 65 городах России, не отстают и другие крупные игроки рынка вроде «Системы Масс-Медиа», «Реновы-Медиа», «Национальных кабельных сетей» и «Транстелекома». Таким образом, в ближайшие два года операторы, столкнувшись лицом к лицу на новых территориях, неизбежно устроят ценовые войны, что только на руку региональным абонентам, которые платят за интернет неоправданно дорого. В Москве ценовая конкуренция привела к удешевлению трафика примерно в два раза только в этом году.

## На широкую полосу

### региональная экспансия

#### Золотая революция

«Голден Телеком» (ГТ) ускоренными темпами отстраивает сети широкополосного доступа в интернет в регионах. По словам главного управляющего компании Жан-Пьера Вандромма, к 2010 году компания планирует развернуть оптоволоконные сети в 65 городах России с общим населением 65 млн человек, протянув кабель к 15 млн домохозяйств. Этот проект ГТ начал реализовывать после покупки оператора широкополосного доступа «Корбина Телеком» в мае этого года. «Сейчас во всем Евросоюзе насчитывается всего 2,5 млн квартир, подключенных к сети посредством оптоволоконных кабелей. К 2012 году их будет уже 12 млн. Получается, что за три года «Голден Телеком» охватит оптоволоконной сетью больше квартир в России, чем все европейские провайдеры за пять лет», говорит глава «Голден Телекома». В ГТ рассчитывают, что к 2010 году смогут расширить базу подписчиков до 42,3 млн абонентов.

Если ГТ удастся реализовать заявленные планы, то холдинг может увеличить свою долю на российском рынке интернет-доступа с 8,5 до 20%, отмечают эксперты. А аналитик ИК «Атон» Анна Курбатова добавляет, что экспансия ГТ в регионы приведет к снижению цен на доступ в интернет: «Сейчас в регионах 1 Гб интернет-трафика стоит около \$80. В то же время ГТ заявляет, что намерен сделать ставку на снижение цен, максимально приблизив их к уровню Москвы, где 1 Гб стоит порядка



\$2». Компании, планирующие выход на рынок регионального широкополосного доступа (ШПД), предполагают, что среднемесячный доход с абонента со всеми предлагаемыми сервисами составит \$25–40, напоминает об обещаниях «Кор-

бины» директор департамента общественных связей холдинга «Ренова-Медиа» Екатерина Хаустова. Планы ГТ впечатляют, но только не конкурентов. «Как показывающий мировой опыт, занят в заявленные ГТ и «Корбиной» сроки боль-

шую долю рынка крупной страны не удавалось еще ни одному оператору», — говорит госпожа Хаустова. А эксперты добавляют, что путь ГТ в регионы будет нелегким: оператор неизбежно столкнется там с жесткой конкуренцией со стороны

местных операторов, которые предлагают услуги телефонии и интернет в одном пакете, что позволяет им снижать цены. Не стоит забывать и о снижении стоимости доступа к магистральным сетям: по данным экспертов, это примерно 10–25% стоимости услуг широкополосного доступа в сеть для конечного пользователя. Если в прошлом году аренда мегабитного магистрального канала, например, в Красноярском крае составляла \$2,5 тыс., то сейчас порядка \$1,5 тыс. Аналогичная тенденция налицо и в других регионах. Благодаря снижению цен на магистральный трафик наблюдается тенденция к уменьшению стоимости тарифов для конечных пользователей, однако пока говорить о привлекательных тарифах в регионах не приходится. Поэтому большинство потенциальных абонентов таковыми и останутся еще в течение как минимум двух лет.

### Межрегиональные страдания

На сегодняшний день ситуация с широкополосным доступом в регионах плачевная. По оценкам iKS-Consulting, по итогам первого полугодия 2007 года общее количество пользователей услуг широкополосного доступа в России составило 3,4 млн с учетом Москвы. «Если не брать в расчет столицу, то количество абонентов в регионах составляет немногим более 2,1 млн пользователей», — отмечает аналитик iKS-Consulting Константин Анкилов.

(Окончание на стр. 26)

26  
страница

Интернет-провайдеров обяжут отчитываться перед абонентом

27  
страница

Российских абонентов переведут на десятизначные номера

28  
страница

Сколько стоит поддельная кредитка, и как ее правильно использовать

30  
страница

Альтернативы iPhone есть. И они легально продаются в России

32  
страница

Как заработать миллион, продавая виртуальные эмоции



Представь... две сим-карты, одни преимущества



Эта сим-карта — для международного роуминга и общения с другими странами



Эта сим-карта — для звонков по России



Тебе больше не придется ломать голову, выбирая подходящий тариф мобильной связи. Больше незачем разрываться между двумя телефонами или постоянно переставлять сим-карты. Все это стало абсолютно ненужным с появлением телефона Duos, позволяющего одновременно использовать две сим-карты. Это общение без ограничений, это Samsung Duos!

www.duos.ru

Единая служба поддержки: 8-800-555-55-55 (звонок по России бесплатный).

Галерея Samsung: г. Москва, ул. Тверская, д. 9/17, стр. 1. www.samsung.ru, www.samsungmobile.ru. Товар сертифицирован. Реклама.



# ТЕЛЕКОМ

## С интернет-провайдеров требуют отчета

### правила игры

1 января вступят в силу новые правила для интернет-провайдеров, утвержденные в сентябре этого года премьер-министром РФ. Теперь провайдеры обязаны отчитываться перед пользователями о том, как они борются со спамом.

Как объяснил источник "Ъ" в Мининформсвязи РФ, правила, разработанные этим ведомством и вступающие в силу с 1 января 2008 года — это первый документ, регулирующий отношения интернет-провайдеров и абонентов. Документ обязывает операторов круглосуточно и бесплатно давать телефонные консультации об услугах, о настройке ПО и модемов для доступа в сеть, о тарифах и неисправностях. Оператор теперь отвечает и за качество предоставляемых услуг. То есть если в абонентском договоре указана скорость соединения от абонента до оператора на уровне 256 Кбит/с, а фактическая раз в два ниже, то пользователь может требовать снижения стоимости услуг.

Также оператор обязан по требованию абонента заблокировать доступ к некоторым сайтам и указывать в договоре, какие меры компания принимает для борьбы с вредоносными ПО и спамом.

Партнер юридической компании «Байтен Бурхардт» Виктор Наумов отметил, что это не первая попытка борьбы со спамом: «Первая была предпринята в 2006 году с принятием новой редакции закона „О рекламе“, который запретил рассылать рекламу по электронной почте без согласия получателя. Правда, спама меньше не стало». По мнению господина Наумова, недостатком новых правил является не совсем точное определение спама: «В документе написано, что спам направлен неопределенному кругу лиц, а на практике может быть наоборот. Спам зачат



### ВЫДЕРЖКИ ИЗ НОВЫХ ПРАВИЛ

1. 14. «Оператор связи обязан предоставить абоненту и (или) пользователю необходимую для заключения и исполнения договора информацию, включающую в себя:

- состав телематических услуг связи, условия и порядок их оказания в соответствии с настоящими Правилами, в том числе используемые абонентские интерфейсы;
- диапазон значений показателей качества обслуживания, обеспечиваемых сетью передачи данных, в пределах которого абонент вправе установить в договоре необходимые ему значения;
- перечень и описание преимуществ и ограничений в оказании телематических услуг связи;
- тарифы на телематические услуги связи;
- порядок, форма и тарифные планы для оплаты телематических услуг связи;
- номера телефонных систем информационно-справочного обслуживания и унифицированный указатель информационной системы оператора;
- перечень мест, где абонент и (или) пользователь могут в полном объеме ознакомиться с настоящими Правилами;

- описание мер, препятствующих распространению спама, вредоносного программного обеспечения и другой информации, запрещенной к распространению законодательством Российской Федерации;
- ответственность оператора телематических услуг связи перед абонентом и (или) пользователем за действие или бездействие, способствующее распространению спама, вредоносного программного обеспечения и другой информации, запрещенной к распространению законодательством Российской Федерации;
72. «В случае неплаты, неполной или несвоевременной оплаты телематических услуг связи абонент уплачивает оператору связи неустойку в размере 1% стоимости неоплаченных, оплаченных в неполном объеме или несвоевременно оплаченных телематических услуг связи, если иной размер не указан в договоре, за каждый день просрочки...»

стную рассылается определенному кругу лиц — работникам определенной отрасли, компании...»

Председатель совета директоров ИК «Некстер» Андрей Богатов отметил, что новые правила помогут предотвратить конфликты между провайдером и их клиентами: «Я сталкивался со случаями, когда пользователи интернета отказывались платить за трафик, генерированный вирусами-червями. Хотя засудить ни одного провайдера на моей памяти так и не смогли, новые правила уберут почву для подобных выяснений отношений: провайдер сможет отгружать эти вопросы на уровне договора». Впрочем, существенных изменений правил игры на рынке не произойдет, считают его участники.

Некоторые эксперты отмечают относительно либеральный характер документа. «Словники давно пытались запретить доступ в интернет в общественных местах без идентификации пользователя. То есть без предъявления паспорта», — говорит директор по развитию «Коминфо Консалтинг» Евгений Соломаха. — «Новые правила закрепили статус-кво: доступ без предъявления паспорта для разовых услуг оформлен как незаконный акт». Председатель исполкома Ассоциации документальной электросвязи Аркадий Кремер подтвердил, что по новым правилам письменный договор с предъявлением документов требуется только для оказания телематических услуг на постоянной основе.

Александр Малахов

## На широкую полосу

### региональная экспансия

(Окончание. Начало на стр. 25)

По его словам, сейчас проникновение услуг широкополосного доступа по России составляет в среднем 6% (с учетом Москвы) и 4% без учета столичного рынка. Для сравнения: по итогам первого полугодия проникновение ШПД в Москве составило порядка 35%. «Благодаря такому низкому уровню проникновения в регионах и активному привлечению провайдерами пользователей рынок за пределами Москвы растет быстрее, чем в столице», — отмечает господин Анкилов. По итогам первого полугодия количество новых абонентов в Москве выросло на 29%, а в регионах — на 65%. По его словам, среднемесячный доход с одного московского абонента составляет порядка \$20–22, а регионального — \$12–25. Сейчас в Подмоскovie тарифы на услуги ШПД выше столичных в 5 раз, а, например, в Саратове в 30 раз, — соглашается генеральный директор «Корбины Телеком» Александр Малис. — «Если в Москве абонент за 500–600 руб. получает безлимитный интернет на скорости 3 Мбит/с, то в регионах за аналогичную сумму пользователь будет довольствоваться скоростью 100 Кбит/с».

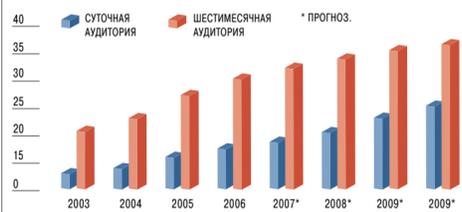
Участники рынка напоминают, что лидером по оказанию услуг ШПД на столичном рынке является «Стрим» (бренд принадлежит дочерним структурам АФК «Система» — «Комстар» и «Система Масс-Медиа»). Доля рынка этого оператора по итогам второго квартала 2007 года составила 33% (430 тыс. абонентов). «Стрим» предоставляет услуги широкополосного доступа по технологии ADSL (выделенные линии скоростного доступа в интернет, позволяющие передавать данные абоненту со скоростью до 8 Мбит/с и до 1 Мбит/с в обратном направлении). При этом на региональном рынке «Стрим» не представлен, за пределами Москвы услуги ШПД предоставляет под своим брендом «Комстар». Оператор, несмотря на свой интерес к массовому рынку, оказывает услуги широкополосного доступа в регионах лишь определенным слоям населения. «На данном этапе компания концентрируется на работе с определенными целевыми аудиториями — абонентами из сектора элитного жилья и жилья бизнес-класса, а также корпоративными пользователями», — говорит пресс-секретарь «Комстара» Юлия Ясиновская. — «Такая стратегия обеспечивает необходимые сроки возврата инвестиций и возможность для быстрого органического развития без ущерба для эффективности бизнеса в регионах нашего присутствия». На сегодняшний день региональные представительства «Комстара» работают в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, Самарской, Саратовской, Калужской, Ивановской и Тюменской областях, Краснодарском и Ставропольском краях, а также на Украине и в Армении.

Уже в следующем году ситуация со «Стримом» в регионах должна кардинально измениться, но до этого еще надо дожить. А пока основными игроками регионального рынка широкополосного доступа являются межрегиональные компании (МРК) «Связьинвест». «Рынок ШПД сегодня в значительной степени сконцентрирован в Москве», — отмечает замдиректора департамента внешних коммуникаций «Связьинвеста» Юлиана Соколенко. Вместе с тем на лицензионных территориях МРК позиции конкурентов достаточно сильны (см. таблицу). Информацией о доле МРК на рынке услуг ШПД на лицензионных территориях — «Ъ». При этом конкурентами сегодня выступают как локальные провайдеры, так и операторы федерального уровня, приступившие к региональной экспансии — получению лицензий, построению сетей, поглощению локальных операторов».

По всей видимости, перспективы обострения конкуренции в регионах подвигли «Связьинвест» полностью цифровизировать до конца 2009 года сети семи своих дочерних компаний. Это позволит «Центртелекому», «Волгателекому», «Северо-Западному телекому», «Уралсвязьин-

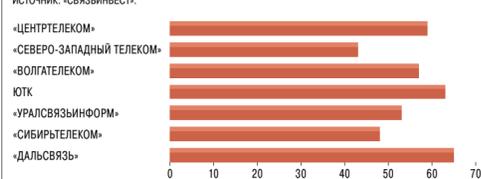
### АУДИТОРИЯ ИНТЕРНЕТА В РОССИИ В 2003–2010 ГОДАХ (МЛН ЧЕЛ.)

ИСТОЧНИК: MFORUM ANALYTICS.



### ДОЛЯ МРК «СВЯЗЬИНВЕСТ» НА РЫНКЕ ШПД НА ЛИЦЕНЗИОННЫХ ТЕРРИТОРИЯХ ЗА ПЕРВОЕ ПОЛУГОДИЕ 2007 ГОДА (%)

ИСТОЧНИК: «СВЯЗЬИНВЕСТ».



форму», ЮТК, «Сибирьтелекому» и «Дальсвязи» предоставлять абонентам услуги ШПД и платного ТВ.

В общей сложности на сегодняшний день МРК подключили более 1 млн абонентов широкополосного доступа в интернет (по технологии xDSL и ETTN). Лидирующими по подключениям компаниями стали «Уралсвязьинформ», «Волгателеком» и «Центртелеком». «Доход с абонента широкополосного доступа в среднем по МРК составляет порядка \$33. Самый высокий этот показатель у «Сибирьтелекома» и ЮТК, самый низкий — у «Центртелекома» и «Северо-Западного телекома». «На уровень показателя влияют ряд факторов — конкурентные условия, история развития рынка, географическая специфика, межоператорские цены», — рассказывает госпожа Соколенко.

Но пока МРК модернизируют сети, их позиции закрепляются более мелкие и активные конкуренты, например множество местных компаний, обслуживающих около 10 тыс. абонентов каждая. Или компании более крупные, такие как «ЭР-Телеком» и «Мультирегион».

### Слоны на подходе

Появление на рынке широкополосного доступа крупных отраслевых групп, готовых инвестировать в покупку активов и строительство собственных сетей связи значительные суммы, в течение ближайших нескольких лет в корне изменит ситуацию на российском рынке широкополосного доступа, отмечают эксперты. По прогнозам IKS-Consulting, итогом реализации ряда проектов крупными холдингами станет увеличение количества абонентов широкополосного доступа в России с нынешних 3 млн как минимум до 9 млн к концу 2008 года. По прогнозам экспертов, в обозримом будущем, года через три-четыре, в регионах начнутся ценовые войны между провайдерами. Они станут следствием увеличения доступности интернета. В результате ценовых войн за год в Москве стоимость трафика снизится вдвое, а в регионах — на 10–20%.

В прогнозы аналитиков хочется верить, тем более что уже в обозримом будущем обеспечить в регионах широкополосный доступ в сеть готовятся сразу несколько крупных холдингов, проявивших себя на столичном рынке. Среди них «дочка» АФК «Система» — «Система Масс-Медиа» (СММ), холдинг «Ренова-Медиа» (РМ), подконтрольная холдингу «Нафта» группа компаний «Национальные кабельные сети» (НКС), а также оператор дальней связи «Транстелеком» (ТТК).

Основным активом СММ является ЗАО «Стрим-ТВ», объединяющее кабельные компании более чем в 37 городах России с абонентской базой более 1,4 млн абонентов. Сейчас компания-оператор, входящие в «Стрим-ТВ», обслуживают более 1,5 млн квартирных абонентов. В настоящее время потенциальной аудиторией компаний-операторов являются около 10 млн жителей России. По словам генерального директора СММ Элдара Разрова, уже в первой половине 2008 года все купленные СММ активы будут «филиализованы», после чего начнется внедрение единого бренда «Стрим». «Сейчас часть наших компаний

предоставляет услуги широкополосного доступа в интернет, причем большинство из них под своими собственными брендами», — говорит господин Разров.

Менее высокими темпами региональный рынок осваивает «Ренова-Медиа». В Москве и Подмоскovie абонентам оказывает услуги подконтрольная РМ компания «Комкор-ТВ», которая предоставляет пакет услуг Triple Play (интернет, телефония и цифровое телевидение) под брендом «Акадо». Совокупная база абонентов «Акадо», которые пользуются услугами ШПД и цифрового ТВ, в столице порядка 270 тыс. человек. «Мы только начинаем свое региональное развитие и планируем обеспечить присутствие в регионах за счет собственного строительства и, возможно, новых приобретений. Думаем, уже в течение следующего года будут очевидны первые результаты этой работы», — говорит Екатерина Хаустова. На сегодня «Ренова-Медиа» помимо Москвы имеет активы в Санкт-Петербурге (телевизионная кабельная сеть «Нева»), Екатеринбурге (компания «Ортикор») и Минске («Космос-ТВ»).

Конкурирующий холдинг «Нафта» представлен на рынке ШПД компаниями НКС. Помимо Москвы («Мостелеком») и Московской области («Эл-Телекор») оператор осуществляет операционную деятельность еще в четырех регионах — Санкт-Петербурге (ОАО «Телекомпания „Санкт-Петербургское кабельное телевидение“», ЗАО «Телешелс»), Екатеринбурге (ОАО «Национальные кабельные сети ЕвроАзия»), Новосибирске (ООО «НовАКТ»), Кургане (ЗАО «Национальные кабельные сети Курган»). НКС предоставляет услуги аналогового телевидения, а также цифрового телевидения и широкополосного доступа в интернет под брендами «Твое ТВ», «Твое интернет» и «Кабинет». Все компании «Нафты» обслуживают более 4,4 млн абонентов, при этом столичный «Мостелеком» предоставляет услуги кабельного ТВ порядка 2,8 млн «квартирных» абонентов.

Еще одним перспективным, по мнению экспертов, игроком может стать ТТК. Оператор подготовил план строительства общероссийской сети широкополосного доступа и к 2012 году планирует занять 12% рынка интернет-доступа в России. К этому моменту, по прогнозам ТТК, объем этого рынка должен приблизиться к 80 млрд руб. в год. ТТК намерен предоставлять «квартирным» абонентам полный набор услуг: телефонную связь, широкополосный доступ в интернет, платное ТВ. Для этого ТТК предполагает закупать региональные компании связи, а также создавать свою инфраструктуру доступа к конечным абонентам, в частности получать частоты для организации каналов беспроводного доступа.

### Неформатная посылка

Помимо крупных холдингов, которые готовятся к битве за неосвоенный региональный рынок, есть и маленькие, но весьма необычные претенденты. Компания «Электро-Ком» (работает под брендом СПАРК), специализирующаяся на подключении абонентов к интернету по электрическим проводам с использова-

нием технологии PLC. В последние годы технология PLC (Power Line Communication — обмен данными по линиям электропередачи) и одна из наиболее распространенных ее разновидностей — BPL (Broadband over Power Lines — широкополосный обмен данными по линиям электропередачи) — активно внедряются во многих странах. Например, подключиться к интернету через электрическую розетку можно в ЮАР, где компания Global Technology Solutions внедрила эту технологию в ряде районов в окрестностях столицы страны Претории. В 2005 году компания Castel Communications запустила в Гане пилотный проект PLC, в рамках которого интернетом через электросеть обеспечены несколько районов столицы Аккры и Ганский университет в Легоне.

«Электро-Ком» появился на российском рынке в конце прошлого года, тогда компания организовала опытную зону в Южном Тушино, а коммерческая эксплуатация началась в начале этого года. На сегодняшний день компания «Электро-Ком» предоставляет абонентам только широкополосный интернет, однако в перспективе планирует запустить услугу triple-play. Сейчас компания уже оказывает услуги в Москве, Подмоскovie (в Красногорске и Люберцах), а также в Нижнем Новгороде, Рызани и Ростове. Сейчас абонентская база компании составляет 25 тыс. абонентов, из них в Москве — 5 тыс. Размер среднего счета абонента в месяц (ARPU) достигает \$15. До конца года компания рассчитывает расширить абонентскую базу до 50 тыс. абонентов и увеличить ARPU за счет развития новых сервисов.

Стоимость подключения к интернету желающих воспользоваться услугами «Электро-Ком» составляет 1 тыс. руб. При этом оператор предлагает за ежемесячную абонентскую плату в размере 750 руб. неограниченный доступ в интернет.

Вначале «Электро-Ком» рассчитывал на технологию PLC, не требующую строить последнюю милю, отмечают эксперты. Однако позже выяснилось, что прокладывать кабель все-таки придется к каждому дому. Впрочем, эксперты полагают, что «Электро-Ком» займет свою долю на региональных рынках с невысокой конкуренцией, например в городах с населением 0,5–1 млн человек, слабо охваченных крупнейшими операторами. Такие есть и среди миллионов кабелей, например Нижний Новгород и Краснодар.

### Три через два

Согласно оценкам ИК «Атон», спрос на услуги широкополосного доступа в регионах России быстро растет: к 2010 году проникновение выделенных интернет-линий увеличится с нынешних 9% до 16%.

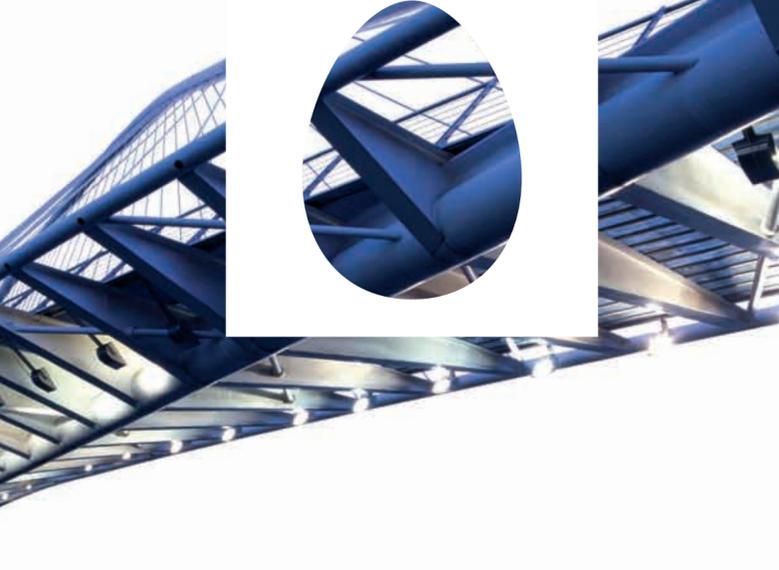
По словам Элдара Разрова, ежегодно цена услуг широкополосного доступа в России снижается в среднем на 10–20%. «Если считать, что по уровню развития региональные рынки ШПД отстают от московского на три-четыре года, а питерский рынок в среднем на два года, то интенсивного роста проникновения услуг ШПД, так называемого бума, в регионах не стоит ожидать раньше чем через два-три года», — отмечает господин Разров.

Уверены в этом и аналитики MForum Analytics. По их прогнозам, только к 2010 году 21 млн человек будут пользоваться интернетом ежедневно, а еще 16 млн — изредка заходить в сеть. То есть в отчете сравнивается аудитория суточная (генерирующая основной объем трафика) с аудиторией за шесть месяцев (потенциально возможная). Последняя в 2007 году составит 30,7 млн человек, а количество пользователей интернета, которые заходят в сеть каждый день, вырастет на 16%, до 11,8 млн человек. «Рост суточной аудитории в ближайшие годы будет обеспечен активным проникновением быстрого интернета в регионах», — обещают в своем отчете эксперты MForum Analytics.

Александр Пилотов

## КОМСТАР > СВЯЗЬ > БИЗНЕС

### Эффективная связь в вашем офисе



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



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

# телеком

## Мобильная десятка

### прямые номера

В начале ноября сотовый оператор «Вымпелком» начал изымать у своих абонентов «прямые» номера, начинающиеся с единицы. Причиной послужил приказ Мининформсвязи, которым такие номера передаются МЧС. Замена номеров коснется 19 тыс. абонентов «Вымпелкома» и 20 тыс. клиентов МТС, большинство из которых относятся к категории VIP. Эксперты считают, что от 10 до 30% «пострадавших» абонентов могут сменить оператора. Однако в скором времени, согласно приказу Мининформсвязи, россияне забудут о существовании «прямых» семизначных номеров и полностью перейдут на десятизначную нумерацию.

Согласно приказу Мининформсвязи №142 от 17 ноября 2006 года, до 1 января 2008 года операторы обязаны перевести своих абонентов с «прямых» номеров в коде 495, начинающихся с единицы, на другую номерную емкость. Причина изъятия — «обеспечение доступа на номера Службы спасения и исключение ошибочной маршрутизации звонков».

Первым сотовым оператором, начавшим изымать «прямые» номера, начинающиеся на единицу, стал «Вымпелком». Своим абонентам он предложил три варианта — сохранение прежнего номера при смене кода 495 на 499; выдача нового номера в коде 495; выбор абонентом номера из свободной федеральной емкости. У нас около 19 тыс. абонентов, использующих данную номерную емкость, — говорит вице-президент «Вымпелкома» Владимир Рыбконов. — Мы дорожим их лояльным отношением, поэтому предлагаем им широкий спектр вариантов решения данного вопроса». В пресс-службе МТС рассказали, что у них порядка 20 тыс. абонентов, которым предстоит расстаться со своими номерами. Из них 50% — это абоненты массового сегмента, остальные — сотрудники МТС и компаний, входящих в АФК «Система», VIP-клиенты и корпоративные клиенты. «Процесс перехода будет проходить поэтапно, — рассказывает директор департамента по связям с общественностью Елена Кохановская. — Первый этап затронет две трети всех абонентов — закончится 30 октября. Оставшиеся треть абонентов будет переведена в следующем году. Клиентам МТС также предлагается три варианта перехода на новый номер — замена кода 495 на 985; прямой номер в коде 495, но с заменой первых двух цифр (на 22 или 92); выбор абонентом любого свободного прямого номера».

Аналитики сходятся во мнении, что замена номеров обернется для операторов не только репутационным вредом, но и оттоком абонентов, которые прежде задумывались о смене оператора. «Владельцы прямых номеров — это преимущественно VIP-клиенты, которые всегда ведут себя менее лояльно, чем массовый сегмент, поэтому из-за создавшейся ситуации треть могут сменить оператора, — считает аналитик iKS-Consulting Максим Савватин. — В то же время это послужит поводом для нового витка конкуренции между операторами».

А эксперт центра инвестиций ИК «Финам» Дмитрий Белов считает, что значительная часть «пострадавших» абонентов перейдет с «прямых» номеров на федеральные, так как они дешевле. «Убытки операторов из-за потери части клиентов, а также от перехода на более дешевые тарифы могут достигнуть \$20 млн в год для каждого из операторов».

Участники рынка указывают — замена номеров, начинающихся с единицы, это не первая «неприятность» операторов связанная с «прямыми» номерами. Если раньше сотовые операторы продавали от своего имени «прямые» номера, принадлежавшие фиксированным операторам, то согласно вступившему в силу с 1 июля приказу Мининформсвязи №177, им запретили такую практику. Чтобы сохранить «прямые» номера для своих абонентов (по данным iKS-Consulting, их количество составляет 3–5% от совокупной абонентской базы, или около 5 млн пользователей, которые приносят своим компаниям \$600 млн), оператору необходимо либо получить лицензию на местную связь и строить сеть, либо заключать агентский договор с фиксированным оператором. Это послужило причиной того, что крупнейшие сотовые операторы, желающие оказывать услугу «прямого» номера, озабочены строительством сетей местной связи. Впрочем, по словам Ирины Осадчей, несмотря на запуск своей местной сети, МТС не планирует отказываться от работы по агентскому договору. «МТС находится в процессе строительства сетей местной связи в 27 регионах (в том числе в Москве). Сети местной связи мы строим там, где это целесообразно экономически», — рассказывает пресс-секретарь «Вымпелкома» Екатерина Осадчая. А в «МегаФоне» рассказали, что еще в 2006 году запустили сеть местной связи в Северо-Западном регионе. «Мы построили местную сеть только там, поскольку «МегаФон» начал свою работу именно в этом регионе и исторически именно там у нас наибольшее количество пользователей «прямых» номеров, — рассказала пресс-секретарь «МегаФона» Марина Белашева. — Во всех остальных регионах строительство сетей местной связи менее актуально».

Тем не менее, если заглянуть в недалекое будущее, то нынешние волнения операторов выглядят абсолютно бессмысленно. Согласно все тому же приказу №142 Мининформсвязи «Об утверждении и введении в действие Российской системы и плана нумерации», к концу 2009 года россияне забудут о существовании «прямых» семизначных номеров и полностью перейдут на десятизначную нумерацию.

В сетях фиксированной телефонной связи в РФ используются два плана нумерации — открытый и закрытый. При закрытом плане нумерации телефонное соединение любого вида (местное, внутризоновое, междугородное) устанавливается набором национального (значащего) номера. В РФ при установлении внутризонового телефонного соединения используется закрытый план нумерации, при котором количество десятичных знаков в национальном (значащем) номере равно десяти. При открытом плане нумерации местное телефонное соединение устанавливается набором местно-



Путаница с номерами будет головной болью абонентов еще 2 года. ФОТО PHOTOPRESS

сультинг, их количество составляет 3–5% от совокупной абонентской базы, или около 5 млн пользователей, которые приносят своим компаниям \$600 млн), оператору необходимо либо получить лицензию на местную связь и строить сеть, либо заключать агентский договор с фиксированным оператором. Это послужило причиной того, что крупнейшие сотовые операторы, желающие оказывать услугу «прямого» номера, озабочены строительством сетей местной связи. Впрочем, по словам Ирины Осадчей, несмотря на запуск своей местной сети, МТС не планирует отказываться от работы по агентскому договору. «МТС находится в процессе строительства сетей местной связи в 27 регионах (в том числе в Москве). Сети местной связи мы строим там, где это целесообразно экономически», — рассказывает пресс-секретарь «Вымпелкома» Екатерина Осадчая. А в «МегаФоне» рассказали, что еще в 2006 году запустили сеть местной связи в Северо-Западном регионе. «Мы построили местную сеть только там, поскольку «МегаФон» начал свою работу именно в этом регионе и исторически именно там у нас наибольшее количество пользователей «прямых» номеров, — рассказала пресс-секретарь «МегаФона» Марина Белашева. — Во всех остальных регионах строительство сетей местной связи менее актуально».

Тем не менее, если заглянуть в недалекое будущее, то нынешние волнения операторов выглядят абсолютно бессмысленно. Согласно все тому же приказу №142 Мининформсвязи «Об утверждении и введении в действие Российской системы и плана нумерации», к концу 2009 года россияне забудут о существовании «прямых» семизначных номеров и полностью перейдут на десятизначную нумерацию.

В сетях фиксированной телефонной связи в РФ используются два плана нумерации — открытый и закрытый. При закрытом плане нумерации телефонное соединение любого вида (местное, внутризоновое, междугородное) устанавливается набором национального (значащего) номера. В РФ при установлении внутризонового телефонного соединения используется закрытый план нумерации, при котором количество десятичных знаков в национальном (значащем) номере равно десяти. При открытом плане нумерации местное телефонное соединение устанавливается набором местно-

го номера, а внутризоновое и междугородное телефонные соединения — набором национального (значащего) номера.

Перевод абонентов на десятизначную систему нумерации, Мининформсвязи пытается привести нашу телекоммуникационную отрасль к единому мировому стандарту (практикуется в США и Европе), который лоббирует Международный союз электросвязи. Если переход к общепринятой практике состоится успешно, то абонент сможет пользоваться единой экстренной службой помощи (112) в любом городе России или справочной (118). По словам заместителя министра информационных технологий и связи Бориса Антоноука, планируется, что в этом году заработают четыре опытные зоны, а сам экстренный номер 112 будет внедрен в РФ в 2010–2011 годах. Так, в следующем году программа будет полномасштабно действовать в 6 регионах, в 2011-м — в 86 регионах РФ.

В течение 2008 года междугородные и международные вызовы перестанут осуществляться через выемку. Для звонков в другой город абоненту придется набирать 0, а за пределы страны — 00. На завершающем этапе (где-то к концу 2009 года) россияне при звонке внутри одной географической зоны будут набирать десятизначный номер.

Впрочем, московским абонентам к изменению номеров не привыкать. Еще в 1968 году нумерация в столице менялась с шестизначной на семизначную. В 2004 году московской принудительно приучили к десятизначной жизни. Из-за дефицита номерных емкостей в коде 495 для звонков по Москве появились дополнительные префиксы 499, в котором сейчас обслуживается 480 тыс. абонентов. Вместе с абонентами проблем на пути к освоению мировых стандартов не избежат и фиксированным операторам. «Схема нумерации требует срочной цифровизации АТС: сейчас ее уровень в Москве не более 42%, а по России — около 66%. Не цифровизированным к 2009 году АТС грозит реконструкция — иными словами, перепайка на них вручную систем коммутации, — отмечает председатель совета директоров ИК «Некстер» Антон Богатов. — Только для сотовых операторов переход на десятизначную систему проблем не представляет: все их оборудование цифровое, а «прямые» номера абонентов забиты в базах данных в десятизначном варианте с префиксом 495».

В большинстве межрегиональных компаний «Связьинвеста» процесс перевода абонентов на новые номера уже начался или начнется в самое ближайшее время. Так, в «Дальсвязи» проект перевода абонентов стартовал с 1 июля, в «Волгателекоме» он был запущен 1 июня, 28 июля на семизначную нумерацию (без учета кода области) будет переведен Нижний Новгород. А в «Сибирьтелекоме» и «Центртелекоме» данный процесс уже завершен и абоненты при внутризоновых соединениях набирают новые номера с географическим кодом региона. Только в 2008–2009 годах «Связьинвест» планирует потратить на 100-процентную цифровизацию сетей не менее \$4,5 млрд.

**Инна Ерохина,**  
**Александра Ходонова**

В большинстве межрегиональных компаний «Связьинвеста» процесс перевода абонентов на новые номера уже начался или начнется в самое ближайшее время. Так, в «Дальсвязи» проект перевода абонентов стартовал с 1 июля, в «Волгателекоме» он был запущен 1 июня, 28 июля на семизначную нумерацию (без учета кода области) будет переведен Нижний Новгород. А в «Сибирьтелекоме» и «Центртелекоме» данный процесс уже завершен и абоненты при внутризоновых соединениях набирают новые номера с географическим кодом региона. Только в 2008–2009 годах «Связьинвест» планирует потратить на 100-процентную цифровизацию сетей не менее \$4,5 млрд.

Москва и Подмосковья. Выручка в первом полугодии 2007 года — 1,578 млрд руб. 51% акций ЦТ принадлежит «Связьинвесту», 21,78% — РФФИ, 10,59% — ООО «Северо-Западная финансовая компания».

В пресс-службе «Почты России» отметили, что ЦТ давно предоставляет услуги связи почтовым отделениям в Москве. Однако, как заявила Ё руководитель департамента информационной политики «Почты России» Ирина Механик, пока на уровне конкретных почтовых отделений проект не прорабатывался и говорить о его бюджете преждевременно. «Возможно, часть расчетов ФГУПА и ЦТ будет производиться в рамках взаимозачетов за услуги связи, — предполагает гендиректор компании «Корбина Телеком» Александр Малис. — По рыночным ценам аренда рабочего места площадью около 5 кв. м в почтовом отделении стоила бы около \$3 тыс. в год. По оценкам господина Малиса, еще около \$12 тыс. может составить годовая зарплата продавца услуг — технического консультанта. «Дополнительные расходы будут зависеть от того, как ЦТ будет рекламировать свое присутствие на почте», — отмечает господин Малис.

Участники рынка отмечают, что ранее ни один из московских провайдеров не создавал такой крупной розничной сети. Сейчас ЦТ располагает всего одним собственным офисом продаж услуг Qwerty, расположенным на московском Центральном телеграфе по адресу Тверская, 7. Практически все продажи подключений Qwerty осуществляются дистанционно: вы звоните по телефону и вызываете тех-

**Валерий Кодачигин**

## Минсвязи одобрило сотовые кошельки

### мобильные платежи

**В середине ноября глава Мининформсвязи Леонид Рейман одобрил концепцию создания универсальной платежной платформы (УПП) на основе сотового телефона. Если ее удастся реализовать, то с помощью мобильного можно будет оплатить проезд в общественном транспорте или рассчитаться за парковку или продукцию в торговых автоматах. Но бой за сотовый кошелек обещает быть нелегким: против выступает Центробанк.**

Глава Мининформсвязи Леонид Рейман одобрил концепцию под названием «Универсальная платежная платформа». Суть концепции заключается в том, чтобы использовать сотовый телефон для совершения платежных операций. Как рассказал пресс-секретарь Инфокоммуникационного союза (ИС, основной разработчик концепции УПП) Михаил Скибин, после одобрения концепции министром планируется опробовать УПП в Москве, Санкт-Петербурге и Сочи — эти города ИС предлагает в качестве опытных зон.

Технология, позволяющая реализовывать платежи с помощью мобильных телефонов, называется NFC (Near Field Communications). Встроенный чип устанавливает беспроводное соединение между телефоном и считывателем, в результате чего с виртуального счета владельца мобильного телефона списывается сумма. Абонент может пополнить счет с помощью банковской карты либо с помощью других платежных систем. Первый мобильный телефон с банковским чипом Nokia 6131 NFC (стоит около \$300) с начала года распространяется в Великобритании и США. Система оплаты проезда в метро с помощью мобильного телефона работает также в Японии, Корее и Финляндии. В Финляндии, впрочем, используется иная технология: нужно просто отослать SMS, и деньги спишутся со счета телефона.

Пару месяцев назад к мобильному способу оплаты приобщился Московский метрополитен. На торжественном открытии новой станции Люблинской линии «Трубан» мэра города Юрий Лужков прошел через турникет с помощью приложенной к нему трубки. Сегодня такую функцию поддерживает только одна модель телефона Nokia (официально в Россию она не поставляется), но глава метрополитена Дмитрий Гаев пообещал в следующем году исправить эту ситуацию. «С января «Микрон» запускает в продажу специальные SIM-кар-

ты, которые будут работать в любых мобильных телефонах», — пояснил начальник метрополитена.

Но чтобы реализовать создание УПП, необходимо внести значительные изменения в законодательство, касающиеся вопросов электронной коммерции. По словам господина Реймана, необходимые поправки в законодательство будут разработаны во втором квартале 2008 года. По мнению экспертов, основная сложность при реализации проекта УПП — урегулирование вопросов с Центробанком (ЦБ).

Эксперты полагают, что наладить оплату с помощью мобильных телефонов можно, только урегулировав проблему с банковскими лицензиями. «Для того чтобы заняться мобильными платежами, операторам придется получить соответствующую лицензию, а для них это серьезные затраты, — объясняет партнер юридической компании «Байтен Буркхардт» Виктор Наумов. — К тому же такая деятельность не является для них профильной. Поэтому нужно вывести платежи с помощью мобильного телефона из-под действия банковского законодательства. Но этому будет сопротивляться Центробанк, который не хочет терять контроль над денежными потоками. По этой причине процесс правки законодательства, скорее всего, затянется. Вера в ЦБ отказались обсуждать утвержденную господином Рейманом концепцию внедрения УПП».

Председатель совета директоров ИК «Некстер» Антон Богатов считает, что Мининформсвязи вообще не удастся договориться с ЦБ: Подтверждением тому является указание ЦБ, запрещающее с ноября этого года автоматам по приему платежей работать без наличия у компании агентских договоров с операторами связи либо с банком. По его словам, с автоматами ситуация проще, чем с мобильными платежами, поскольку они могут быть агентами получателя денег: «В этом случае это не считается банковской деятельностью. В случае с оплатой через мобильные телефоны оператор является агентом получателя, то есть выполняет его поручение по переводу денег. А это типичная банковская операция, и ЦБ не пойдет на изменение законодательства».

Ситуацию с приемом платежей господин Рейман пытается сейчас урегулировать, направив письмо в Центробанк с просьбой изменить указание, регламентирующее порядок работы на рынке приема платежей за услуги связи. В министерстве прогнозируют, что в противном случае с се-

редины ноября рынок платежей вдвое сократится за счет индивидуальных предпринимателей, работа которых не предусмотрена документом Банка России. Принятые прошлым летом закон «О банках и банковской деятельности» и этим летом — появившееся закон указание ЦБ разъясняют работу на рынке приема платежей исключительно по банковской схеме (когда организации, принимающие платежи, обязаны работать только по договору с банками). «Мы хотим устранить расширительное трактование указания №1842-У, которое распространяет банковское законодательство на агентскую схему, хотя там она вовсе не прописана», — пояснили письмо Ё в пресс-службе министерства. Так называемая агентская схема приема платежей, когда владельцы терминалов работают от имени провайдеров услуг (например, мобильных операторов), — самая распространяемая. По оценкам Мининформсвязи, по такому принципу проходит 90% платежей на рынке, оцениваемом в \$5,7 млрд. Кроме того, по данным министерства, на рынке приема платежей за услуги связи и ЖКХ функционирует 220 тыс. терминалов, из которых 45% обслуживаются индивидуальными предпринимателями.

С мобильными платежами ситуация сложнее, но на решение законодательной коллизии уповают как кредитные организации, так и операторы связи. Первые получают новый приток клиентов, которые будут, к примеру, погашать кредит с помощью сотового телефона, а не наличными, как это происходит сейчас. Последние рассчитывают на новый способ увеличить доход за счет мобильных платежей по мере того, как снижаются тарифы на звонки и растет конкуренция со стороны дешевых или вообще бесплатных телефонных сервисов в интернете.

Более скептически настроены маркетологи, которые не спешат обещать, что такая практика приживется в России. Они отмечают, для развития сервиса нужна соответствующая инфраструктура, а также гарантии безопасности платежей. В России, отмечает аналитик iKS-Consulting Елена Крылова, новосибирская компания «Центр финансовых технологий» уже несколько лет внедряет сервис SimMP, поддерживающий мобильную оплату услуг связи, коммунальных платежей, заказа и бронирования билетов, а также счетов в ресторанах. Однако закрепиться в Москве и Санкт-Петербурге сибирякам пока не удалось.

**Виктор Хилько**

## Интернет пошел на почту

### игрок

**ОАО «Центральный телеграф» (ЦТ) создает крупнейшую в Москве розничную сеть по продаже услуг широкополосного доступа (ШПД) своего провайдера Qwerty. В начале 2008 года провайдер намерен открыть точки продаж в 523 московских отделениях ФГУП «Почта России». В ЦТ надеются, что сеть позволит увеличить продажи подключений как минимум вдвое, то есть до 10 тыс. в месяц. Конкуренты ЦТ считают неоправданным создание отдельной розничной сети для торговли одним продуктом.**

По словам гендиректора «Центрального телеграфа» Павла Кузнецова, сейчас Qwerty и «Почта России» разрабатывают проект, в рамках которого услуги ЦТ будут продаваться во всех 523 почтовых отделениях Москвы. Пиар-директор ЦТ Сергей Шатунов отметил, что сейчас с «Почтой России» прорабатывается вопрос об открытии в почтовых отделениях отдельных окон Qwerty, в которых потенциальный абонент сможет заполнить договор на подключение, получить консультации по тарифам и техническую поддержку, оплатить услуги. По оценкам господина Шатунова, «почтовая» сеть позволит ЦТ увеличить количество новых ШПД-подключений с нынешних 5 тыс. в месяц минимум вдвое.

ОАО «Центральный телеграф» (ЦТ) создано в 1995 году на базе государственного предприятия «Центральный телеграф». Помимо услуг телеграфа предоставляет услуги телефонии и широкополосного доступа 150 тыс. абонентов на территории

Москва и Подмосковья. Выручка в первом полугодии 2007 года — 1,578 млрд руб. 51% акций ЦТ принадлежит «Связьинвесту», 21,78% — РФФИ, 10,59% — ООО «Северо-Западная финансовая компания».

В пресс-службе «Почты России» отметили, что ЦТ давно предоставляет услуги связи почтовым отделениям в Москве. Однако, как заявила Ё руководитель департамента информационной политики «Почты России» Ирина Механик, пока на уровне конкретных почтовых отделений проект не прорабатывался и говорить о его бюджете преждевременно. «Возможно, часть расчетов ФГУПА и ЦТ будет производиться в рамках взаимозачетов за услуги связи, — предполагает гендиректор компании «Корбина Телеком» Александр Малис. — По рыночным ценам аренда рабочего места площадью около 5 кв. м в почтовом отделении стоила бы около \$3 тыс. в год. По оценкам господина Малиса, еще около \$12 тыс. может составить годовая зарплата продавца услуг — технического консультанта. «Дополнительные расходы будут зависеть от того, как ЦТ будет рекламировать свое присутствие на почте», — отмечает господин Малис.

Участники рынка отмечают, что ранее ни один из московских провайдеров не создавал такой крупной розничной сети. Сейчас ЦТ располагает всего одним собственным офисом продаж услуг Qwerty, расположенным на московском Центральном телеграфе по адресу Тверская, 7. Практически все продажи подключений Qwerty осуществляются дистанционно: вы звоните по телефону и вызываете тех-

Две трети опрошенных нами руководителей считают, что в ближайшие два года их предприятия накроет лавина \_\_\_\_\_ . Ряд публицистов и аналитиков, таких, как Том Фридман, видят мир \_\_\_\_\_ . Другие, например Ричард Флорида, утверждают, что он \_\_\_\_\_ .

Но практически все единодушны в том, что фундаментальное \_\_\_\_\_ имеет топография. Среди множества разнообразных факторов, способных взорвать сложившуюся ситуацию, на первое место руководители ставят рыночные силы, такие, как \_\_\_\_\_ , и неожиданные сдвиги на рынке. Но это далеко не все. По словам руководителей, их предприятиям предстоит решать проблемы, связанные с подготовкой персонала, \_\_\_\_\_ , правовым регулированием и \_\_\_\_\_ , что, несомненно, приведет к значительным переменам. И эти опасения вполне оправданны. \*



Нам кажется, что у Вас возникнет желание заполнить эти пробелы. Загрузите опрос руководителей Global CEO Study 2006 на [ibm.com/special/ru/eeo](http://ibm.com/special/ru/eeo)

Что делает Вас особенным?



# Телеком

## Кредитка на крючке

### интернет и банкинг

Кража денег с банковских карт захлестнула Россию. Мошенники, ранее облегчавшие кошельки жителей развитых стран, занялись обработкой россиян. «Ъ-Телеком» выяснил, что сейчас в интернете есть несколько русскоязычных сайтов, беспрепятственно торгующих данными чужих карт. Эксперты отмечают, что привлечь к ответственности мошенников практически нереально и держателям карт остается рассчитывать только на свою осмотрительность.

В конце сентября российские пользователи электронной почты получили небольшое письмо с адреса [ibank@alfabank.ru](mailto:ibank@alfabank.ru). В сообщении говорилось, что «в целях обеспечения безопасности денежных средств вашей организации» необходимо получить некий «электронный ключ». Для этого пользователям предлагалось перейти по расположенной ниже ссылке и указать логин и пароль для входа в систему интернет-банкинга Альфа-банка.

Разумеется, ссылка вела не на корпоративный сайт банка, а на поддельный ресурс, который контролировали мошенники. После того как наивный пользователь вводил запрашиваемые данные, они мгновенно попадали в руки злоумышленников, которые использовали их для перевода денег с банковских счетов. Подобные аферы, называемые фишингом, практикуются мошенниками довольно давно. Однако если раньше объектом атаки были жители развитых западных стран (у них просто больше денег), то теперь фишеры активно осваивают отечественный банковский рынок.

В марте нынешнего года Альфа-банк уже оказывался жертвой серьезной фишинговой атаки. Тогда же состоялась атака на российских клиентов Райффайзенбанка. А уже летом стало известно об очередном случае фишинга — следующей жертвой мошенников оказалась платежная система «Ян-

декс.Деньги». И это только самые известные инциденты, а их точного количества не может привести, наверное, никто.

Схема «классической» фишинговой атаки довольно проста. Злоумышленники делают рассылку писем, в которой предлагается перейти по расположенной ниже ссылке, ведущей якобы на сайт уважаемой организации (банка, платежной системы и т. д.). В реальности пользователь попадает на сайт-клон, очень похожий на настоящий ресурс. Мошенники используют разнообразные приемы, чтобы заманить человека на поддельный сайт: пишут о некоей внезапно возникшей проблеме или же о свалившемся с небес выигрыше. Устоять довольно сложно, так как в обратном адресе письма всегда значится компания, которой пользователь доверяет. Этот e-mail может даже реально

существовать — в интернете есть множество почтовых серверов, позволяющих рассылать письма с любых обратных адресов. А значит, любой более или менее грамотный пользователь ПК может поставить в графе «отправитель» любой адрес. Хотя [bill.gates@microsoft.com](mailto:bill.gates@microsoft.com). Когда пользователь попадает на фальшивую страницу, то далее возможны два сценария. Он либо вводит свои приватные данные в поддельную форму, либо заражается вирусом, который встроит в данный сайт.

### Черные банкиры

Проблема фишинга, как ни странно, вытекает из технологий. Очевидно, если бы не развивался интернет-банкинг и различные платежные системы, то внимания к фишингу было бы гораздо меньше. Здесь возникает классическое противоречие между удобством поль-



Купив поддельную карту всего за \$100, можно снять в банкомате в среднем \$2 тыс. ФОТО АР

зователя и рисками, которые при этом возникают. Именно поэтому нельзя рассуждать о том, что для защиты от фишинга достаточно просто не отправлять приватные данные в интернете. Люди все равно будут это делать, поскольку хотят пользоваться онлайн-сервисами. Проходя легальную авторизацию на настоящем сайте, человек оставляет информацию о себе, ее хватает для идентификации данного человека банком. Очень часто «кредитная» информация крадется из баз данных компаний, обрабатывающих транзакции банковских карт. Примерами таких компаний могут быть банки, крупнейшие розничные сети или государственные организации.

Разумеется, под угрозой кражи находятся не только сведения систем интернет-банкинга, но и обычная информация о банковской карте. Чтобы сделать покупку в интернет-магазине, достаточно знать номер карты, имя ее владельца, срок действия карты и так называемый CVV-код (последние три или четыре цифры, написанные на обратной стороне карты). Чтобы получить эту информацию, мошенники используют не только фишинг, но и целый ряд других способов. Очень часто «кредитная» информация крадется из баз данных компаний, обрабатывающих транзакции банковских карт. Примерами таких компаний могут быть банки, крупнейшие розничные сети или государственные организации.

Для кражи «кредитных» данных мошенники подкупают сотрудников этих компаний, используют различные вредоносные программы (вирусы) или ищут их на украденных носителях (например, ноутбуках). Мировые масштабы проблемы действительно впечатляют. В качестве типичного примера можно привести американскую компанию TJX, которая потеряла 45 млн «кредитных» записей в декабре прошлого года. Хотя утечка произошла в США, от нее пострадали граждане во всех уголках планеты — Японии, Китае, Европе и России. Дело в том, что процессинговый центр TJX был одним из самых крупных в мире по обработке транзакций по картам Visa и MasterCard, поэтому в него стекались данные со всего света.

Спустя три месяца после утечки украденные сведения попали на черный рынок в интернете. А еще через три месяца стали появляться первые случаи снятия денег со скомпрометированных счетов через поддельные карты в банкоматах Китая и стран СНГ. По самым консервативным оценкам, мошенники смогли заработать несколько сотен тысяч долларов на этой утечке.

Описанный выше сценарий довольно типичен. Профессиональные мошенники редко занимаются «обналичкой», предпочитая продавать записи кардам — преступникам, занимающимся изготовлением поддельных карт. Сегодня в сети существует огромное количество сайтов, предлагающих «кредитную» информацию по довольно низким ценам. В среднем в России можно купить десять кредитных записей всего за \$3,5 с возможностью расплатиться через платежную систему WebMoney.

Отметим, что кардеры иногда продают поддельные карты на черном рынке, предлагая своим клиентам самостоятельно их обналичить в банкоматах. Это связано с тем, что банкоматы обычно оснащены камерами, поэтому преступник всегда рискует оставить свое лицо на память оперативникам. Правда, этот риск существенно можно уменьшить, если снимать деньги в темное время суток, прикрыть голову капюшоном, лицо — черными очками и прижать подбородок к груди.

Согласно сведениям на сайте [kredit-kard.biz](http://kredit-kard.biz), стоимость одной поддельной карты составляет от \$100 до \$200 (в зависимости от объема покупки). Этот сайт можно назвать апофеозом наглости мошенников. На нем имеется просто потрясающий раздел «ответы на вопросы», в котором написано, что этот вид деятельности «довольно безопасен». На этой же странице указано, что «размах кардингового бизнеса просто огромен», а среднее количество денег, которые можно снять с одной карты, составляет от \$1,5 тыс. до \$2,5 тыс. Получается, что покупка поддельной карты приносит, как минимум, десятикратную прибыль.

Найти мошенников, занимающихся фишингом, невероятно трудно. Еще сложнее привлечь их к уголовной ответственности. Российское законодательство пока не готово противостоять новым типам киберугроз, а правоохранительные органы имеют слишком мало подобного опыта. Да и мошенников гораздо больше, чем оперативных сотрудников, способных их поймать и обезвредить.

«Рассматриваемой противоправной деятельностью занимаются как одиночки, так и международная организованная преступность. В большинстве случаев преступления требуют не очень больших финансовых затрат и часто состоят из техни-

чески простых действий, рассчитанных в том числе на наивность пользователей. Даже если в ходе оперативных действий удастся найти преступников (что случается редко, поскольку не остается «материальных» следов преступлений), то сбор доказательств, а затем доказательство их виновности в суде становятся крайне редко реализуемой задачей», — комментирует Виктор Наумов, партнер юридической фирмы «Байтген Буркхардт».

Проблема поиска фишеров осложняется и тем, что среди них уже произошло разделение труда. «Сегодня существует настоящий черный рынок карточных данных. Первая категория мошенников добывает их и продает другим людям, которые либо перепродают их «конечным» пользователям, либо обналичивают самостоятельно», — объясняет схему работы Василий Окунеский, начальник отдела IT-безопасности Банка Москвы. — Распутать всю цепочку от начала до конца намного труднее, чем поймать мошенника-одиночку». По его словам, преступнику-одиночке сложно заметить за собой следы. Ведь ему нужно иметь доступ к инсайдерам, сливающим приватные данные, а также к оборудованию для производства поддельных кредиток. Наконец, ему нужно самому обналичивать деньги в банкоматах и действовать чаще всего в пределах одной страны, а то и одного города.

### Крайний — клиент

Если же кража произошла, то вернуть пропавшие средства практически невозможно. Впрочем, необходимо доказать банку, что деньги снял со счета кто-то другой. Во-вторых, надо понять, кто именно несет ответственность за кражу данных, а в подавляющем большинстве случаев сделать это невозможно. Понятно, что виновником утечки может оказаться банк, любая компания, которая принимала платеж по данной карте, или же сам клиент. Определить структуру, несущую реальную ответственность за кражу, к сожалению, практически нереально.

«Определить, кто именно стал источником утечки, очень сложно, а порой просто невозможно. Однако для банка в этой связи сильным аргументом является доказательство его виновности. Например, если в банке используются средства защиты от утечек, а система информационной безопасности сертифицирована и проверена независимыми аудиторами или регулирующим органом, то такой банк может смело заявлять в суде о своей невиновности. Тем самым область поиска источника утечки существенно сужает-

ся», — уверен Олег Смолий, руководитель группы защиты телекоммуникационных систем управления защиты информации и объектов банка ВТБ.

### Спасение утопающих...

Несмотря на невозможность защититься на 100%, существует ряд рекомендаций, строгое выполнение которых поможет снизить вероятность кражи. Прежде всего перед отправкой приватных сведений в подлинности сайта-адресата. Другими словами, нужно использовать только тот сайт, адрес которого клиенту дали в самом банке.

Разумный пользователь никогда не будет нажимать на ссылки, полученные от неизвестного адресата, даже если этот адресат представляется известной компанией. В крайнем случае достаточно просто позвонить в банк и узнать, действительно ли он осуществляет рассылку своим клиентам. Подчеркнем, что номера телефонов необходимо брать только с официальных сайтов.

Существует также целое семейство вирусов, занимающихся поиском данных о банковских картах на дисках зараженных компьютеров. Для того чтобы обезопасить себя от этой угрозы, пользователь должен использовать и постоянно обновлять антивирус, а также стремиться вообще не хранить подобную информацию на компьютере, подключенном к интернету.

По мнению директора по маркетингу российской компании InfoWatch Дениса Зенкина, все эти меры снижают вероятность кражи, но не исключают полностью ее возможность. «К сожалению, утечка данных может произойти по вине тех структур, которые когда-либо работали с вашей картой. В этом случае клиент совершенно не виноват, однако именно он несет максимальные потери», — отметил господин Зенкин. — В настоящее время многие организации внедряют системы защиты от утечек, однако их число пока невелико. Согласно результатам исследования InfoWatch «Внутренние IT-риски России 2006», только 8% российских компаний имели работающую систему защиты от утечек по состоянию на конец 2006 года. Все остальные фирмы являются отличными мишенями для злоумышленников».

Таким образом, каждый владелец кредитки может стать жертвой мошенников. Однако если не быть наивным и не открывать поддельные ссылки в браузере, вероятность пострадать от утечки представляется мизерной.

Александр Дюла

### ВЫДЕРЖКИ С САЙТА KREDIT-KARD.BIZ

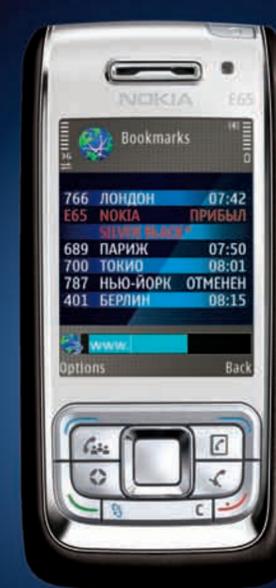
«Конечно, снимать деньги с карт противозаконно, но если принимать меры, то это довольно безопасно. Посмотрите новости: задержания при таком виде кардинга случаются пару раз в год, и то в основном по глупости человека, который снимает деньги, а размах этого бизнеса просто огромен. То есть задержания при таком виде кардинга происходят не более чем в одном случае из тысячи, и то задерживают только тех, кто сам делает ошибки. Так что это один из немногих видов заработка больше денег при практически нулевом риске. Мы можем дать и некоторые рекомендации как снять деньги безопаснее».

«Сами мы, конечно, не ходим по банкоматам и не снимаем деньги — уже не тот уровень у нас. Мы посылаем для этого специально обученных бойцов. Однако мы платим им свой процент, да еще и многие из них так и норовят обмануть нас.

Хоть это и выгоднее, но ненамного. Кроме того, иногда у нас бывает слишком много дампов (данных о банковских картах. — «Ъ»), поэтому мы излишек продаем. В общем, это наш бизнес: как выгоднее на данный момент, так и поступаем. В данный момент у нас бывают иногда очень большие поступления дампов, поэтому достаточно много мы продаем».

«Мы не будем передавать ни при каких условиях заказ лично в руки, мы не будем передавать заказ ни Вашему человеку, ни Вашему знакомому проводнику и т. д. Если Вы заказываете доставку через проводника, мы сами найдем такового в нужном Вам направлении. Мы не будем класть пакет с картами в какое-то место или камеру хранения, определенное Вами. В случае выбора такой доставки мы сами выберем камеру хранения и после того, как карты будут там, сообщим где это и код для камеры».

бизнес | **В правильном направлении**



**NOKIA Eseries**

**Новый цвет Серебро в черном + ПОДАРОК**

Nokia E65 в новом цвете "Серебро в черном" поможет вам преуспеть в любом направлении бизнеса. Только в салонах мобильных новинок "Беталинк" с 05 ноября по 15 декабря 2007 года при покупке Nokia E65 Silver Black вы получите аудиокнигу по тайм-менеджменту в подарок. Подробности на [www.betalink.ru](http://www.betalink.ru).

\*серебро в черном

### NO COMMENT | THE NEW YORK TIMES

## What's russian for «hacker»? Как по-русски будет «хакер»?

By Clifford J. Levy  
Клиффорд Леви

Возможно, самым известным мошенником советской эпохи был говорливый, ловкий, двуличный бродяга по имени Остап Бендер. Это был вымышленный персонаж, антигерой сатирического романа о поисках спрятанных сокровищ под названием «12 стульев». Тем не менее его презрение к закону отражало широко распространенный здесь цинизм.

«Это деяние хотя и предусмотрено Уголовным кодексом, все же имеет невинный вид детской игры в крысу», — говорит Бендер о плане, используя украденный документ для того, чтобы выдать одного человека за другого.

Если бы Бендер занимался своим делом сейчас, он, несомненно, сидел бы перед монитором компьютера, рассылая электронные письма, в которых выпрашивал данные о кредитных картах, или продавал лекарства от импотенции, или делал бы еще что-то в этом роде. Россия стала главным источником всех бед интернета, домом для легионов высокотехнологичных злодеев, которые действуют с видимой безнаказанностью, выходя в интернет из спален Новосибирска или полуподпольных интернет-кафе Санкт-Петербурга.

Хакеры пользуются такими именами, как ZOMBIE или «Команда рыцарей ада». Потусторонний мир, в котором они обитают, настолько силен, что на другом конце света фирмы, занимающиеся интернет-безопасностью в таких местах, как Силиконовая долина, вынуждены были начать специализироваться на русской хакерской культуре. Эти фирмы не получают серьезной помощи со стороны российского правительства, которое, как кажется, почти не заинтересовано в искоренении этого, как если бы чиновники тайно получали удовольствие от того, что их соотечественники измываются над миллионами людей на Западе. И на самом деле, минувшей весной российские хакеры стали кем-то вроде национальных героев, когда из России началась волна интернет-атак на веб-сайты в бывшей советской республике Эстонии. Ин-

циденты начались после того, как эстонцы разгневали Кремль, переместив военный памятник времен СССР.

Мотивом для большинства преступлений, однако, остается алчность. В 2005 году русские проникли на сайт штата Род-Айленд, а потом заявили о том, что похитили информацию о 53 тыс. транзакций по кредитным картам. Представители штата подтвердили факт кражи, хотя и заявили, что масштабы хищения были меньше. Преступников редко ловят, если такое вообще случается. Однако не так уж сложно вычислить их прошлое. Россия известна своей системой обучения точным наукам и математике. И до относительно недавнего подъема в экономике у всех этих толп умников, выходящих из школ, были весьма печальные перспективы в том, что касается работы.

Во те же времена они вступали в жизнь в области скептицизма по отношению к такой добродетели, как следование правилам. При коммунизме дебри ограничений, контролировавших практически каждый аспект жизни, воспринимались настолько бессмысленными, что считалось, что только дураки могут им следовать.

«Закон в советские времена выполнял совершенно иную функцию», — говорит Георгий Сатаров, президент фонда «Индем», независимой организации в Москве. — Закон был ориентирован не на защиту интересов граждан. Для защиты интересов граждан существовала партия — и все».

Одним из результатов этого было то, что коррупция в советские времена была всеобщей, и она вышла, а то и стала еще большей. Россия занимает 143-е место из 180 стран и территорий — на уровне Гамбии, Того и Индонезии — в недавнем отчете о государственной коррупции, составленном некоммерческой организацией Transparency International (чем ниже место, тем выше уровень коррупции). Отношение таково: если провинциальные губернаторы или транспортная полиция, да и все остальные воруют, то почему я должен быть честным?

Эксперты в области интернет-безопасности говорят, что США и Китай соперничают с Россией по масштабам хакерской деятельности. Однако в Рос-

сии, по приблизительным подсчетам, всего 28 млн пользователей интернета, а в то время как в США их 210 млн, а в Китае — 150 млн, из чего следует, что в России более высокий процент мошенников. Компания интернет-услуг VeriSign считает российских хакеров самыми опасными отчасти потому, что у них есть связи с организованными преступными группировками, которые похищают деньги с помощью украденной информации о кредитных картах и банковских данных.

Представители руководства технологических компаний в России говорят, что при президенте Владимире Путине Кремль наглядно показал, что если он хочет добиться чего-то, то он этого добивается. «Проблема в том, что у нас население очень образованное, а законодатели абсолютно невежественные и глупые», — говорит Антон Носик, представитель руководства компании, которая курирует сайт Livejournal.ru, русскую версию популярного портала. — У правоохранительных органов нет стимула и причин для уголовного преследования. Они говорят: «К нам не поступают жалобы» или «Жалобы, которые к нам поступают, неправильно оформлены». Они находят предлоги для того, чтобы не преследовать в судебном порядке». Блоги на российском портале Livejournal регулярно похищаются, и обычно теми людьми, которые крадут пароли. Но даже в такой ситуации складывается ощущение, что российские хакеры доставляют Западу проблем больше, чем сама Россия, поэтому стоит ли с ними возиться?

На прошлой неделе на сайте российского Livejournal газета The New York Times задала вопрос пользователям, почему за русскими закрепилась слава интернет-преступников. «Не вижу в этом большой трагедии», — написал пользователь, называющий себя Lightwatch. — Западные страны сыграли не самую маленькую роль в развале Советского Союза. Но у русских есть одна очень забавная черта: они способны подниматься с колен при любых условиях и в любых обстоятельствах».

А как насчет Запада? «Вы получаете по заслугам». Перевел Иван Никольский

# телеком

# Торговля на птичьих правах

## Интернет-торговля

Интернет-торговля попала в поле зрения правительства и получила новые регуляционные правила, введенные с середины октября. Они дают дополнительные права покупателям и возлагают новые требования на продавцов. Рынок реагирует противоречиво — от опасений близящегося краха до равнодушия. Тем не менее новые правила дают больше возможностей так называемым покупателям-террористам, которые отказываются от заказанного товара без объяснения причин.

По мере того как растет интернет-аудитория в стране, увеличивается и число покупателей онлайн-магазинов. Ежегодно полку россиян, выходящих в сеть, прибавляет на 20%. Объем же рынка электронной коммерции предположительно растет на 40%. Предположительно — поскольку с точными оценками большинство экспертов затрудняются. Непрозрачность, закрытость и виртуальность этого сектора приводит к тому, что данные по его объему и динамике могут различаться значительно. Однако все сходится во мнении, что темпы здесь отнюдь не замедляются.

Достаточно долго российский рынок интернет-торговли существовал вообще без како-

го-либо контроля. В связи с чем идея покупки в интернете имела коннотацию некоей авантюры. Покупатель то, что не видишь, у тех, кого не знаешь — и где потом кого искать, случись какая неприятность? Торговые техники интернет-магазинов, разумеется, предусматривают гарантию. Но вот вернуть, например, не слишком понравившийся в реальности виртуально выбранный товар до недавнего времени было почти невозможно. К тому же сам выбор товара часто оказывался действительно «виртуальным»: из заявленного на сайтах интернет-магазинов ассортимента реально существовали и могли добраться до покупателя далеко не все позиции.

**Новое — недоделанное старое**  
В конце сентября российский потребительский сектор оговорили новым постановлением правительства России. Были утверждены правила продажи товаров дистанционным способом — когда у потенциального покупателя нет возможности непосредственно ознакомиться с товаром либо его образом при заказе, можно только получить информацию о нем в каталогах или интернете. Другими словами, порядок осуществления дистанционной торговли благодаря постановлению правительства РФ № 612 от 27.09.07 обрел теперь более детальное законодательное регулирование по сравне-



Клиенты интернет-магазинов частенько приобретают кот в мешке  
ФОТО PHOTOPRESS

нию со ст. 26.1 закона РФ «О защите прав потребителей». Онлайн-магазинам дали всего две недели на то, чтобы подготовиться к работе в новых условиях. Во-первых, введены жесткие требования к содержанию предоставляемой потребителю информации. Например, на сайте интернет-магазина должны быть размещены подробные сведения о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества. Во-вторых, правила регламентируют процедуру возврата товара без объяснения причин. Покупатель может отказаться от

него в любое время до момента передачи или в течение семи дней — после. В случае же, если в момент доставки не была предоставлена в письменной форме информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества, можно будет вернуть его в течение трех месяцев с момента передачи. При этом при отказе продавец возвращает покупателю уплаченную сумму в соответствии с договором, «за исключением расходов продавца на доставку от покупателя возвращенного товара, не позднее чем через десять дней с даты предъявления покупателем соответствующих требований».

Впрочем, лучше поздно, чем никогда. Постановление видится своевременным Евгению Шевелеву, директору по онлайн-операциям торговой сети «Белый ветер Цифровой»: «Давно пора узаконить этот вид деятельности и определить правила поведения продавца и потребителя. Если бы они были введены ранее и рынок работал бы все это время более цивилизованно, то вполне вероятно, темпы роста могли быть выше».

По мнению Оксаны Чертиллиной, директора юридической департамента интернет-магазина Ozon.ru, принятие данного постановления мож-

но считать шагом вперед на пути регламентирования деятельности по дистанционной торговле. «Однако до сих пор, — считает она, — существуют нормы, которые либо неприменимы, либо с трудом применимы к дистанционной торговле. Остается надеяться, что законодательство будет продолжать совершенствоваться, чтобы соответствовать в полной мере условиям и требованиям реальности».

**Всеобщее спокойствие**  
Опубликованное 27 сентября 2007 года пресс-службой правительства России постановление, очевидно, должно было порадовать покупателей, осваивающих или только планирующих делать покупки в сети. Со стороны же интернет-магазинов ожидалась реакция бурная, особенно в связи с тем самым пунктом 21, регулирующим процедуру возврата товара. Риск продавца здесь в том, что можно превратиться в своего рода прокатную службу, особенно в отношении техники — цифровых и видеокамер, ноутбуков, плееров, диктофонов и т. д.

Тем не менее многие участники рынка сохраняют спокойствие. Дмитрий Сальников, генеральный директор PalmShop, считает, что возврат в том или ином виде работает и сейчас — просто по другим правилам. Феликс Мунчик, генеральный директор интернет-супермаркета SoftKey, также уверен, что с выходом нового постановления ничего не изменится: магазин и раньше работал в соответствии с законом «О защите прав потребителей».

Другое дело, что в целом может улучшиться климат на этом рынке. «Новые правила упрядотят некоторые юридические моменты и определения в дистанционной торговле. В таких условиях останутся только добросовестные компании, действующие в рамках законодательства», — считает Феликс Мунчик. Евгений Шевелев, ди-

ректор по онлайн-операциям торговой сети «Белый ветер Цифровой», согласен, что усиление регулирования рынка в итоге уничтожит некоторое количество игроков, «не соблюдающих элементарной этики бизнеса», и целом произойдет консолидация бизнеса. А значит, явно сложнее станет работать здесь молодым компаниям, предполагает Дмитрий Сальников.

Действительно, серьезных изменений от нововведений игроки, по крайней мере крупные, особо не ждут. Не слишком очевидно даже то, что новые правила, сориентированные явно под потребителя, будут способствовать заметному притоку клиентов в онлайн-магазины. «Возможно, — предполагает Оксана Чертилина, — принятие указанных правил и отразится на количестве покупателей, совершающих покупки в интернет-магазинах, но не сразу. Сначала сами продавцы должны привести свою деятельность в соответствие с требованиями законодательства». На ее взгляд, доверие покупателей к интернет-магазинам все же повысится, учитывая, например, тот объем информации, которая должна быть предоставлена потребителю о самом продавце, о товаре, а также дополнительные гарантии прав в случае совершения покупки в интернет-магазине.

## Факторы риска

Благодаря новым правилам покупатель интернет-магазина получает возможность работать с солидным и добросовестным игроком, предоставляющим ему качественные товары и услуги. И главное, о них можно теперь получить достоверную информацию. Онлайн-площадки теперь будут предлагать именно те товары, которые реально смогут доставить. «В рунете, — напоминает Дмитрий Сальников, — не так много магазинов с реальным наличием товара. Я сам много раз пытался заказать то видео-

камеру, то фотоаппарат — итог один: этой модели нет, но есть другая, дороже. Налицо обычный обман».

С другой стороны, обманывать теперь проще станет покупателю, у которого появляются новые возможности не оплатить доставленный товар либо отказаться от него. Риски продавца, даже радуясь процессу формирования цивилизованной отрасли, все-таки возрастают. Как себя обезопасить в новых условиях?

Оксана Чертилина: «Учитывая право покупателя отказаться от любого товара в течение семи дней после передачи, предлагает оценить риск продажи таких видов товаров, как, например, продукты питания, средства личной гигиены, косметика. А также призывает уделить особое внимание упаковке, нарушение которой может лишить потребителя права на возврат товара. В любом случае, — отмечает она, — риски осуществления интернет-торговли по сравнению с обычной, стационарной, существовали и до принятия новых правил».

Дмитрия Сальникова же больше беспокоят здесь другие риски — отложенные: «Смущает запрет на продажу алкогольной продукции в интернете. Все делается по стандартной схеме: сначала начинают давать помалу, ждут реакции, а потом все больше и больше. Не удивлюсь, если завтра запретят продавать через интернет сотовые телефоны или книги».

С другой стороны, в интернет-бизнесе ведь и риски тоже виртуальные. Нигде же не написано, обращает внимание Дмитрий Сальников, что такое интернет-магазин и что значит «продажа через интернет». Дефакто электронная коммерция в том виде, в каком она существует на Западе, когда через интернет осуществляется как выбор, так и оплата товара, в России пока на начаточном уровне развития.

Мария Попова

## МОСКВИЧИ СКУПАЮТ 60% ТОВАРОВ В РУНЕТЕ

Хотя на точные данные о российском сегменте В2С рассчитывать пока не приходится, среди всех попыток его оценить наибольший резонанс произвела те, что предпринимает «Яндекс» и отраслевая ассоциация НАУ-ЭТ. Первые обозначили рост по итогам 2006 года в 42%, последние указывали аналогичный показатель за 2005 год — 38%. Со своей стороны рост оборота российской интернет-розницы по итогам 2006 года в НАУ-ЭТ определили в 51%, а объем рынка насчитали в \$1 млрд. С этими оценками согласны в Euromonitor International, которые прогнозируют увеличение показателя в 2007 году до \$1,2 млрд.

Для сравнения: на уровне 50% оценивается сегодня рост всего мирового рынка интернет-торговли, самый зрелый и развитый сектор которого — американский — растет на 26% (данные Forrester Research за 2006 год). Объем мирового рынка В2С, который занимает лишь 5% всего рынка электронной коммерции, составил в прошлом году \$150 млрд. В США на сегмент В2С приходится около 2% от общего объема розницы. В России аналогич-

ный показатель составляет пока лишь 0,3–0,5% от всех розничных продаж. Отставание закономерное, учитывая, например, что уровень проникновения интернета в стране ниже, чем в Америке или Западной Европе. Можно говорить о содержаном интересе потребителей к онлайн-каналу продаж и недоверии к электронному способу оплаты, да и в целом к интернету. Так, в последнем рейтинге «электронной готовности» стран, который ежегодно представляет Economist Intelligence Unit, Россия занимает лишь 57-е место (при том что всего ранжируются 69 стран), слывших с него с 52-й позиции в 2006 году. За год россияне обогнали китайцев, индусов и филиппинцев. Не говоря уже о занимающих более высокие позиции странах Балтии, а также лидерах рейтинга Дании, США и Швеции.

Все еще редкость в России банковские проводки интернет-платежей. Резонны и опасения насчет позиционирования денег со счетов — раз уж даже в США, по данным Gartner, подобное беспочвенно сократило в 2006 году рынок онлайн-коммерции на \$2 млрд. Еще одна проблема — доставка товара

почтой, которая в российских условиях часто оказывается медленной и ненадежной. Ну и, собственно, издержки виртуальной среды — отсутствие достоверной информации — также не радуют интернет-покупателей. По данным «Яндекса», они жалуются и на заниженные для введения в заблуждение цены, а также на частое отсутствие выбранного товара на складе интернет-магазина. Впрочем, именно эти два пункта призваны скорректировать недавно принятые новые правила для ведения дистанционной торговли. Не зря еще в начале 2006 года глава Мининформсвязи Леонид Рейман обещал, что развитие интернет-торговли в стране получит заметный импульс за счет совершенствования законодательной базы.

Как бы то ни было, два ключевых преимущества интернет-торговли — в целом более низкие по сравнению с обычными магазинами цены и удобство покупки — в России все же успели оценить. Наиболее готовы к преодолению страхов в связи с интернет-покупками москвичи: по данным «Яндекса», на их долю пришлось в 2006 году более 61% всех приобретений онлайн.

Во втором месте жители Петербурга (8,3%). Остальные же крупнейшие города России преодолевают пока лишь скромную отметку в 1% от общего числа покупок. Насколько точны эти оценки? В «Яндексе» исходили из количества переходов пользователей на сайты российских интернет-магазинов в «зоне покрытия» «Яндекс.Маркет». В целом количество магазинов в рунете за год увеличилось примерно на 47%. Наиболее высокие темпы демонстрируют онлайн-бизнесы, предлагающие оборудование (77%, опережающие темпы, в частности, у крупногабаритной бытовой техники — холодильников, посудомоечных машин и пр.), а также строительные материалы (68%), подарки и цветы (62%), книги (52%), спортивные (51%) и детские товары (49%). В топ-10 брендов, которые чаще всего искали в течение последнего года пользователи «Яндекса», больше половины представляют марки мобильных телефонов (в том числе смартфонов). В число главных вендоров рунета закономерно вошли в основном производители бытовой техники и электроники.

Мария Попова

## NO COMMENT | STAR TELEGRAM

## Safe online shopping

Making your list and checking it twice should include a few security precautions

## Безопасные покупки через интернет

Когда вы составляете список покупок, нужно еще раз убедиться в соблюдении некоторых правил безопасности

Teresa Mucsis  
Тереза Макюзик

Ожидается, что объем предпраздничных продаж через интернет в этом году вырастет на 21% и составит \$33 млрд. Кроме того, по данным National Retail Federation, в этом году потребители планируют сделать примерно 30% от всех своих покупок через интернет.

Если вы хотите совершить покупки не выходя из дома и не снимая любимой пижамы, но испытываете некоторое беспокойство при мысли об онлайн-шопинге, есть несколько способов оплатить покупки собственной кредитной, оставив ее дополнительными уровнями безопасности.

При помощи новых сервисов например Bill Me Later или Google Check Out можно вообще платить, не используя саму кредитную карту. Удостоверьтесь в надежности самого сайта онлайн-магазина. Есть два способа убедиться в том, что ваш интернет-магазин безопасен, — «буква» и «замок». Буква S должна быть в адресной строке прямо после http — https означает, что соединение с сайтом безопасно и любая информация, направленная туда, будет зашифрована, а затем — уже при получении самим ритейлером — вновь расшифрована. Второй способ: посмотрите на маленькое изображение ключа или закрытого замка в окне вашего браузера — обычно внизу экрана. Любой из этих значков говорит о безопасном соединении.

Никогда не заходите на сайты с всплывающими окнами или таких же ссылок. Если вы примите подобное приглашение, это может привести к тому, что ваша персональная информация окажется у злоумышленников. Если же вас все-таки настолько поразило предложение, потрудитесь отпра-

вить минуто на то, чтобы набрать адрес этого сайта и убедиться в том, что вы знаете этот сайт.

Распечатайте страницу с описанием заказанного вами товара, любого электронного письма или страницы, где есть имя продавца, его адрес, телефонный номер и условия возврата товара.

Сделайте телефонный звонок. На случай, если вам неудобно впечатывать номер вашей кредитки при помощи клавиатуры, многие ритейлеры могут принять заказ и номер кредитки по телефону. Правда, директор сервиса Credit-Cards.com Бен Вулсли просит помнить о том, что такой способ совершения покупки на самом деле менее безопасен (в частности, с использованием беспроводного телефона) по сравнению с интернетом. Кроме того, ритейлеры все чаще предпочитают продавать вещи через интернет, так что, сделав звонок, вы можете только проиграть.

Используйте одну кредитную карту. Юристы, занимающиеся защитой прав потребителей, рекомендуют использовать только одну кредитку для совершения покупок через интернет: если данные с этой карты будут украдены, ее можно сразу заблокировать. Сделайте так, чтобы к этой карте не были привязаны счета автоматической оплаты. Используя только одну карту, можно контролировать общую сумму покупок и отслеживать любые необычные действия с ней. По федеральным законам ваши обязательства за совершение неавторизованных покупок при помощи кредитной карты составляют \$50, но большинство кредитных карт не подразумевают какой-либо ответственности за совершение неавторизованных покупок. Не используйте для оплаты товаров в интернете дебетовую карту.

Создайте пароль для своей кредитки. Visa и MasterCard бесплатно

предоставляют услугу добавления дополнительного пароля для использования в интернете кредитной карты. «Код безопасности» (Secure Code), заверенный Visa и MasterCard, предлагают и большинство банков-эмитентов. Чтобы воспользоваться этой услугой, надо зайти на www.visa.com или www.mastercard.com и найти программы обеспечения безопасности, затем заполнить несложную форму. После этого каждый раз при совершении покупки онлайн программа будет подталкивать вам ввести пароль для использования кредитки.

Используйте виртуальные номера кредитных карт. Вот этот номер есть, а вот его и нет. Все крупные компании, обслуживающие кредитные карты, бесплатно предлагают услугу временных номеров для вашего счета, которые могут использоваться в интернете. Такие программы легко загружаются с сайта эмитента вашей кредитки, потом эта программа сама загрузится каждый раз, когда вы находитесь на странице подтверждения заказа. Программа автоматически вносит временный номер кредитной карты в бланк заказа вместе с вашим именем и адресом электронной почты. Некоторые из таких программ можно настроить на совершение покупки не более чем на определенную сумму или задать срок действия такой программы.

Платите при помощи одного постоянного ресурса. Так, например, Google Check Out является новым способом оплаты, который все чаще появляется на страницах заказа интернет-магазинов. В процессе оплаты вы можете занести номер вашей кредитки и пароль в специальную учетную запись Google, и когда вы совершаете покупку в интернете, программа Google Check Out осуществит сам процесс оплаты. Конечно, не все онлайн-ритейлеры исполь-

зуют Google Check Out, тем не менее таких ритейлеров уже несколько сотен. Процесс напоминает систему PayPal, которая уже в течение многих лет используется eBay и другими интернет-аукционами для обеспечения безопасности при использовании кредитных карт индивидуальными продавцами и покупателями.

Чек в почтовом ящике. Есть еще одна услуга под названием Bill Me Later («пришлите мне чек потом»), которую все чаще используют интернет-магазины. Нажмите на кнопку использования этой услуги и компания из Марленда (разработавшая эту услугу) спросит с вас только дату рождения и последние четыре цифры номера карточки социального обеспечения. В течение нескольких секунд эта компания получит данные по вашей кредитной истории и выдаст вам в качестве краткосрочного займа сумму, равную сумме заказа. Потом компания платит интернет-магазину за вашу покупку, а вам отправляет обычный бумажный счет по почте. Представитель этой компании заявил, что она обслуживает клиентов, у которых не менее 620 баллов в общенациональном рейтинге заемщиков по их платежеспособности — таких в США 87% от всего взрослого населения.

Защита при помощи ПО. Необходимо иметь антивирусные и анти-вирусные программы, которые к тому же надо регулярно обновлять. По данным исследования, проведенного Consumer Report, у вас один шанс из трех стать жертвой вируса или другой вредоносной программы. На сайте Consumer Report в бесплатной части раздела «Безопасность» по адресу www.consumerreports.org/security можно найти соответствующие рекомендации и инструкции.

Перевел Евгений Хвостик

## В2В | НАДЕЖНАЯ СВЯЗЬ С БИЗНЕСОМ

Более 14 лет Ростелеком предоставляет услуги междугородной и международной связи для малого, среднего и крупного бизнеса. Мы используем проверенные технологии и собственную цифровую магистральную сеть, именно поэтому полностью контролируем процесс и отвечаем за результат.



ОАО «Ростелеком» предлагает корпоративным клиентам комплекс современных телекоммуникационных услуг:

### Доступ в Интернет

Качественный высокоскоростной доступ в Интернет от провайдера первого (магистрального) уровня.

### Виртуальная Частная Сеть (IP VPN)

Объединение филиалов и региональных офисов в единую защищенную частную сеть. Полный спектр телекоммуникационных услуг. Гарантированно высокая степень надежности.

### «Бесплатный вызов» по кодам 8-800-100 и 8-800-200

Единые номера 8-800-100 и 8-800-200 позволяют проводить рекламные или маркетинговые акции, организовывать информационно-справочные службы на всей территории РФ.

## НАДЕЖНАЯ СВЯЗЬ МОЖЕТ БЫТЬ ВЫГОДНОЙ

Дополнительная информация — по телефону 8-800-200-00-33

www.rt.ru

# телеком

## Назло Apple

### атака клонов

Устройства, похожие на нашумевший коммуникатор Apple iPhone, заполнили витрины магазинов задолго до ожидаемого начала официальных продаж iPhone в России. Обозреватель «Ъ-Телекома» **Владимир Иванов** полагает, что дожидаться iPhone не имеет смысла — проще купить более продвинутый в техническом плане клон устройства от Apple.

Apple начинает приобретать репутацию матерого подрывника рынка. Сначала прилавки вздрогнули под тяжестью гения маркетингового дуэта iPod + iTunes. После перехода на процессоры Intel Core взлетели продажи MacBook. Теперь же наблюдается массовая истерия по поводу iPhone, за которым несколько месяцев назад Америка в буквальном смысле вышла на улицы — постоить в ночных очередях. Все это иначе как феноменом не назовешь, ведь ни iPod, ни MacBook, ни iPhone с технической точки зрения ничего радикально революционного собой не представляют. Покупка iPhone в России, на фоне постоянно растущего изобилия клонов, и вовсе выглядит странно. В этой связи «Ъ-Телеком» подготовил обзор пяти коммуникаторов, которые можно отнести к разряду клонов iPhone.

### HTC Touch

Apple совершила, как минимум, одну технологическую революцию. Именно от возможности простыми и естественными движениями пальца (а не стилуса) пролистывать страницы, увеличивать фотографии и набирать тексты общественность пришла в неописуемый восторг.

Именно поэтому HTC Touch незадолго до начала продаж окрестили «убийцей Apple». Помимо весьма впечатляющих технических характеристик аппарат оснащен технологией сенсорного управления TouchFLO, предоставляющей пользователю Touch возможности навигации, идентичные iPhone (причем, в отличие от массы китайских малоизвестных компаний, HTC активно инвестирует в развитие технологий; TouchFLO — их собственная разработка).

Новейшая операционная система Windows Mobile 6, отличная функциональность и компактность делают дитя HTC отличным кандидатом на покупку. Конечно, Touch проигрывает iPhone по объему памяти — 1 Гб против 8 Гб у дитя Apple. Однако эту разницу можно компенсировать установкой флеш-карты памяти формата SD. Единственный недостаток модели — посредственный процессор, не позволяющий WM6 работать со скоростью света — задержки в работе ощущаются.

По данным HTC, за первый квартал продаж HTC удалось реализовать более 800 тыс. своих новых коммуникаторов, что немножко меньше показателя для iPhone. Не последнюю роль в подобном успехе сыграла цена: в магазинах столицы Touch можно найти за 15–16 тыс. руб. По сопоставимой цене iPhone продается только в США. В других странах продается устройства с вольнодумным ПО по цене примерно 25 тыс. руб. Разница весьма существенна, особенно если учитывать тот факт, что официальные поставки iPhone в Россию еще не было и все его пользователи вынуждены тратить деньги на кустарную перепрошивку устройств, снимающую региональные ограничения (возможность работы с локальными сотовыми операторами).

### Meizu M8 (miniOne)

Если поставить M8 и iPhone рядом друг с другом, неискушенный пользователь попросту не



HTC Touch



LG U990 Viewty

замечит разницы: корпуса устройств практически идентичны по цвету, размеру, весу и, вероятно, запаху. Однако даже беглого взгляда на таблицу технических характеристик достаточно для того, чтобы заметить определенные фундаментальные отличия. Любопытно, что M8 — тот редкий случай, когда копия существенно лучше оригинала. Помимо 3,3-дюймового дисплея с разрешением 720x480, Bluetooth и Wi-Fi M8 несет на борту встроенный GPS-навигатор, 16 Гб памяти (в топовой комплектации) и процессор Samsung 533 МГц, способный заставить работать любое мобильное приложение на космических скоростях. Однако самое убийственное конкурентное преимущество M8 — цена. Версия на 4 Гб обойдется всего в \$250, 16 Гб — 450. Разумный подход к соотношению «цена-качество».

В большинстве интернет-форумов, объединяющих искушенных поклонников мобильных новинок, Meizu M8 занимает почетный титул «кандидат на покупку номер один». Порой доходит до того, что некоторые владельцы iPhone готовы заменить его на M8,

### HTC Touch

**Цена:** 15 000 руб.  
**ОС:** Windows Mobile 6 Professional  
**Процессор:** Texas Instruments OMAP 850, 201 МГц  
**Память:** 64 RAM/128 Мб ROM + 1 Гб SecureDigital (карта в комплекте поставки)  
**Экран:** TouchFLO 2.8", QVGA TFT LCD, 240x320  
**Мультимедиа:** 2-мегапиксельная камера, MP3, AAC, AAC+, eAAC+, WMA, WAV, OCELP, AMR-NB, AMR-WB, MIDI, MPEG-4, MP4 (MPEG-4 Video), H.264, 3GP, H.263  
**Связь:** GSM 900/1800/1900, EDGE, GPRS, WiFi, Bluetooth 2  
**Габариты:** 99,9x58x13,9 мм  
**Вес:** 112 г

### Meizu M8 (miniOne)

**Цена:** 12 500 руб.  
**ОС:** Windows Mobile 6 Professional  
**Процессор:** Samsung 533 МГц  
**Память:** 128 Мб RAM/16 Гб ROM  
**Экран:** 3,3", 720x480  
**Мультимедиа:** 2-мегапиксельная камера, MP3, AAC, AAC+, eAAC+, WMA, WAV, OCELP, AMR-NB, AMR-WB, MIDI, MPEG-4, MP4 (MPEG-4 Video), H.264, 3GP, H.263  
**Связь:** GSM 900/1800/1900, EDGE, GPRS, WiFi, Bluetooth 2, GPS-навигатор  
**Габариты:** 115x61x11,6 мм  
**Вес:** 135 г



Meizu M8 (miniOne)

дабы получить вдвое большую память, а главное — GPS-навигатор.

### Samsung F700

О своем желании разделить успех iPhone уже заявили многие компании: Asus, Sony-Ericsson, LG, Nokia. Вряд ли останется хоть один производитель смартфонов и коммуникаторов, который к началу 2008 года не обновит линейку моделей с сенсорным управлением. Samsung продемонстрировала свой концепт F700 еще в феврале 2007 года на специализированной выставке в Барселоне. А в ноябре этого года, то есть буквально на днях, аппарат поступил в продажу. Характеристиками F700 более чем конкурентоспособны. Трехдюймовый экран, трехмегапиксельная камера (в первоначальной версии была установлена пятимегапиксельная камера, но затем Samsung счел это новшество преждевременным), компактный корпус, стильный и дорогой дизайн — словом, рядом с F700 iPhone не выглядит прыжком элементом. К тому же нельзя не учесть, что во многих странах мира сети 3G уже стали реальностью. И если iPhone — обычный GSM-телефон, Sam-

### Samsung F700

**Цена:** неизвестна  
**ОС:** Windows Mobile 6 Professional  
**Процессор:** н. д.  
**Память:** н. д.  
**Экран:** 2,8", 440x240  
**Мультимедиа:** 3-мегапиксельная камера, MP3, AAC, AAC+, eAAC+, WMA, WAV, OCELP, AMR-NB, AMR-WB, MIDI, MPEG-4, MP4 (MPEG-4 Video), H.264, 3GP, H.263  
**Связь:** WCDMA, GSM 900/1800/1900, EDGE, GPRS, Wi-Fi, Bluetooth 2, HSDPA  
**Габариты:** 104x50x16 мм  
**Вес:** 90 г



Samsung F700



Cect P168

— гаджет завтрашнего дня, позволяющий своему владельцу в полной мере насладиться прелестями высокоскоростного широкополосного доступа в сеть.

### LG U990 Viewty

LG в области сенсорных дисплеев экспериментировал давно — телефон с логотипом Prada вышел на рынок существенно раньше iPhone. А буквально на днях должны начаться продажи LG U990 Viewty — следующей ступени эволюции Prada, коммуникатора, конкурирующего с iPhone по всем фронтам. Известно, что U990 — единственный из существующих сегодня клонов, оснащенный пятимегапиксельной камерой с оптикой от Schneider Kreuznach и внутренним стабилизатором. Остальные характеристики также хороши. Гигантского объема встроенной

### LG U990 Viewty

**Цена:** неизвестна  
**ОС:** Windows Mobile 6 Professional  
**Процессор:** н. д.  
**Память:** 170 Мб (расширяется с помощью карт памяти microSD)  
**Экран:** 3,4", 440x240  
**Мультимедиа:** 5-мегапиксельная камера, MP3, AAC, AAC+, eAAC+, WMA, WAV, OCELP, AMR-NB, AMR-WB, MIDI, MPEG-4, MP4 (MPEG-4 Video), H.264, 3GP, H.263  
**Связь:** WCDMA, GSM 900/1800/1900, EDGE, GPRS, WiFi, Bluetooth 2, HSDPA  
**Габариты:** 103,5x54,4x14,8 мм  
**Вес:** 112 г

памяти, присущего iPhone, у LG нет, однако встроенных 170 Мб для технических нужд вполне хватит, а остальное можно испрошить с помощью карты памяти (microSD). Черный стильный корпус наверняка придется по душе многим поклонникам гламура, так же, как большой трехдюймовый сенсорный экран с разрешением 240x400 точек и поддержка сетей 3G.

Впрочем, если цена на Viewty окажется высокой (будет превышать 16–19 тыс. руб.), вряд ли этот коммуникатор будет пользоваться огромной популярностью в России — в этом ценовом диапазоне есть отличные варианты на Windows Mobile 6, например HTC Touch или M8 (miniOne).

### Cect P168

Если HTC, Samsung и Meizu при разработке своих touch-screen коммуникаторов старались улучшить демонстрируемые iPhone характеристики, китайская Cect идет самым простым путем. Эта фирма известна своей непреодолимой тягой к копированию успешной техники. Например, на сайте компании можно запросить купить не отличимый от оригинала Vertu за смешные \$300. Взяв удачный во всех отношениях дизайн, зашив в корпус более или менее актуальную начинку и поставив, соответственно, минимальный ценник в \$130, «разработчики» обеспечили себе огромный рынок сбыта в сегменте low-end. Покупателей хватает, ведь за эти деньги реально получить очень симпатичный аппарат с 2-мегапиксельной камерой, качественными динамиками, слотом расширения microSD, 3-дюймовым дисплеем с разрешением 320x240 и поддержкой Bluetooth. От Wi-Fi при таком бюджете, разумеется, пришлось отказаться.

### Cect P168

**Цена:** 3500 руб.  
**ОС:** Windows Mobile 6 Professional  
**Процессор:** н. д.  
**Память:** карта памяти microSD  
**Экран:** 3", 320x240  
**Мультимедиа:** 2-мегапиксельная камера, MP3, AAC, AAC+, eAAC+, WMA, WAV, OCELP, AMR-NB, AMR-WB, MIDI, MPEG-4, MP4 (MPEG-4 Video), H.264, 3GP, H.263  
**Связь:** GSM 900/1800/1900, EDGE, GPRS, WiFi, Bluetooth 2  
**Габариты:** 117x65x17 мм  
**Вес:** 125 г

## iPhone за три цены

### «серый» рынок

(Окончание. Начало на стр. 25)

И это не считая телефонов, которые привозятся из США для себя или по заказу друзей, еще около 1 тыс. аппаратов в месяц. «Лично я продаю около 30 аппаратов в месяц», — говорит один из продавцов, Иван, отказавшийся назвать свою фамилию. — Закупочная цена составляет примерно 20 тыс. руб., а розничная — 27 тыс.». В рунете уже появились интернет-магазины, специализирующиеся только на торговле iPhone. Один из них обещает поставки до 100 штук в неделю. Сами продавцы говорят, что почти все ввозимые iPhone в Россию контрабандные. «Мы возим партиями от пяти штук, поэтому обычно ничего не декларируем», — пояснил продавец Антон.

iPhone предлагают и в обычных салонах связи. Так, на сайте сети «Связь-телеком» iPhone продавали за 41,5 тыс. руб. Директор по маркетингу компании Валентина Гурова не смогла рассказать, легально ли ввезены телефоны. «Мы сами ничего не импортируем. Конечно, есть вероятность, что нашего заказчика ввели в заблуждение относительно чистоты телефона и его сертифицированности», — пояснила госпожа Гурова. После звонка информацию о телефоне убрали с сайта.

Впрочем, легально ввезти iPhone в Россию для продажи невозможно: у аппарата нет российского сертификата соответствия. В Apple, однако, не проявляют никакого беспокойства по поводу массовой контрабанды ее продукции в Россию. «В нашей стране всегда было определенное число людей, готовых покупать технические новинки за три цены. Но их не больше 10 тыс. человек», — считает гендиректор Apple IMC (не принадлежит Apple, но продает ее технику в стране на эксклюзивных условиях) Евгений Бутман. Он отметил, что покупатель таких телефонов, по его мнению, должен сталкиваться с проблемами в их работе. «Apple периодически выпускает новые прошивки, без которых невозможно получить доступ к новым сервисам», — объясняет господин Бутман. — Таким образом, покупателем придется постоянно обновлять прошивку и взаимывать ее». Однако президент сети салонов мобильной связи «Связной» Максим Ноготков считает, что в России сейчас «может быть до 300 тыс. потенциальных покупателей iPhone, готовых заплатить за это устройство две цены и более».

Впрочем, некоторые ритейлеры уже используют iPhone в своих рекламных кампаниях. В частности, сеть «Ион» разместила в ноябре рекламу, в которой говорится о ско-

ром появлении iPhone в продаже. Примечательно, что у «Ион» нет договора с Apple о поставках в коммуникатора в Россию.

Продажи iPhone стартовали в США в конце июня этого года. 10 сентября Apple объявила, что компания продала 1 млн устройств. Продажи iPhone в Европе начнутся в ноябре (Apple уже подписала соглашения с британским оператором O2, немецким T-Mobile и французским Orange). Российские же операторы не выражают желания стать поставщиками новинок. В «МегаФоне» и МТС сказали, что не вели переговоров с Apple. В пресс-службе «Вымпелкома» отметили, что подобные переговоры были, но результата нет. «В мире операторы продают iPhone со своей SIM-картой за заниженной цене в обмен на обязательство абонентов пользоваться услугами продавца. В Европе это работает: там абонента, нарушившего условия договора, можно наказать. В России таких рычагов пока нет», — объяснила пресс-секретарь «МегаФона» Марина Белашева.

Розничные сети также не ведут переговоров о поставках iPhone в Россию. «В нашей стране нет музыкального сервиса iTunes, с помощью которого официально активируются устройства iPhone. Поэтому вести переговоры просто не имеет смысла», — рассказал Максим Ноготков. Того же мнения придерживается председатель совета директоров «Евростети» Евгений Чичваркин. Он полагает, что iPhone начнет официально продаваться в России, когда рынок музыки в интернете станет прозрачным. «Когда разберутся с бардаком с музыкой в рунете, придет iTunes, а потом и iPhone», — заключил господин Чичваркин. Господин Ноготков полагает, что iPhone не появится в России еще, как минимум, полгода.

Директор по корпоративным коммуникациям Apple в Европе Алан Хели не стал говорить, когда iPhone появится в России, заметив: «Мы не анонсируем такие события». Старший консультант компании J'son & Partners Ирина Астафьева прогнозирует, что продажи контрабандных iPhone к концу года вырастат вдвое. Президент Российской ассоциации торговых компаний и товаропроизводителей электротехники и компьютерной техники Александр Онищук подтверждает, что с начала этого года объем контрабанды телефонов вырос почти с нуля примерно до 10%. «Конечно, iPhone вносит определенный вклад, но он невелик. Гораздо большее влияние на рынок оказывают крупные поставки телефонов массового спроса через российско-украинскую границу», — отметил господин Онищук.

Александр Малахов

### NO COMMENT | THE TIMES

## Green groups shine light on safety of Apple iPhone Зеленые пролили свет на безопасность Apple iPhone

Elizabeth Judge  
Элизабет Джадж

Выход Apple iPhone на британский рынок несколько тормозится из-за протеста зеленых, которые хотели бы видеть устройство в своих цветах. Представители Ассоциации защиты природы требуют, чтобы устройства, которые должны были появиться на рынке Великобритании, в эту пятницу, были очищены от токсичных элементов, например бромированных огнестойких добавок, которые «Гринпис» обнаружил в трубах, продаваемых на территории США.

Зейна Аладжи, координатор проводимой «Гринписом» кампании, заявила, что «iPhone — уникальный продукт, в котором Apple, к сожалению, упустила возможность объединить инновации и экологичность». Эта кампания последовала за заявлением Apple и ее британских партнеров O2 и Carphone Warehouse об амбициозных планах продаж iPhone, который является для вендора первым опытом выхода на новый для себя рынок — мобильных телефонов. В частности, Carphone рассчитывает продать 10 тыс. телефонов в день их официального выхода на рынок Британии. O2 со своей стороны заказала «несколько сотен тысяч» трубок для продажи в стране в течение ближайших двух месяцев.

Apple настаивает на том, что iPhone соответствует требованиям директивы ЕС об ограничении использования вредных веществ (RoHS Directive). Производитель утверждает, что уже к концу следующего года перестанет использовать вредные химикаты во всех своих продуктах.

Тем не менее этот телефон, считающийся наиболее ожидаемым устройством года, быстро становится мишенью на многомиллиардном рынке мобильных телефонов в связи со своей якобы выявленной недостаточной экологичностью. Зеленые лобби заявляют, что вообще этот сектор, на который приходится около 5% мирового рынка, является значительным источником загрязнения и компаниям-производителям мобильных телефонов нужно работать над решением проблемы.

«На протяжении всего своего жизненного цикла мобильный телефон является источником массового загрязнения», — утверждает госпожа Аладжи. — Хотя производители делают определенные шаги к тому, чтобы изменить свой бизнес — сегодня уровень их прозрачности, готовности публиковать все данные о материалах намного выше того, который был, например, четыре года назад. Однако этому сектору все еще далеко до того, чтобы стать по-настоящему зеленым».

В отчете этого года «Гринпис» заявляет, что обнаружил свидетельства широко распространенного загрязнения рек и подземных источников различными вредными химикатами в тех странах, где производится электронная техника. Другой повод для беспокойства — это та легкость, в связи с которой на Западе все возрастают темпы замены старых моделей те-

лефонов на новые. При этом лишь малая доля старых телефонов может быть утилизирована. Nokia, крупнейший поставщик мобильных устройств в мире, заявляет, что около 48% старых трубок до сих пор «валяются в ящиках».

Еще одна проблема — в том, чтобы заставить мобильных гигантов отвечать за своих поставщиков. Хотя в производстве телефона могут участвовать пять компаний, отвечать, по мнению зеленых, за конечный продукт должна именно та, чей бренд он носит.

Видя, что дело принимает все более серьезный оборот, сами поставщики мобильных устройств начинают делать шаги в сторону большей экологичности. Их подталкивают и такие директивы, как RoHS и WEEE, устанавливающие правила утилизации электрического и электронного оборудования. Кроме того, хорошими мотивирующими факторами являются мода на зеленых и лояльность пользователей к тем бизнесам, которые кажутся им экологичными. Nokia утверждает, что почти 80% ее устройств являются утилизируемыми. Кроме того, финский производитель всегда публично оплачивает материалы, используемые в производстве, а за прошлый год ему удалось сократить количество используемой упаковки на 54%, что позволило уменьшить количество перевозчиков на дорогах на 1200 грузовиков.

Vodafone, крупнейший оператор Европы, со своей стороны может похвастаться, что 17% использованной им в прошлом году энергии поступало из возобновляемых источников. Это на 28% выше показателя предыдущего года. Многие крупные операторы Британии сотрудничают сегодня с компаниями наподобие Fonebak, разрабатывающей различные возобновляемые схемы для операторов.

Многие производители признают, что соответствие требованиям «Гринписа» может пойти на благо бизнесу. Маркус Терхо, директор по вопросам экологии Nokia, говорит, что «компания, которая заботится об окружающей среде, становится лучшим работодателем».

Расточительный мир: на Западе телефоны, производимые в расчете на десять лет, обычно выбрасываются после 18 месяцев использования;

в Европе ежегодно выбрасываются 105 млн телефонов. Только в Великобритании каждый год заменяются около 15 млн телефонов;

в Великобритании расположено около 50 тыс. базовых станций;

на долю индустрии мобильных телефонов в Великобритании приходится около 0,7% выделяемого CO<sub>2</sub>;

на совести каждого пользователя мобильного телефона примерно 55 кг выбрасываемого в атмосферу CO<sub>2</sub>;

две трети энергии, потребляемой мобильным телефоном за время использования, теряется в случае подзарядки с полной батареей.

Перевела Мария Полова

### КОНТЕКСТ

#### Почему iPhone так дорог?

Противники Apple ругают компанию за бесчеловечное ценообразование — мол, продают iPhone существенно выше его рыночной стоимости, пользуясь уникальностью решения на рынке. Данное суждение, если разбираться, в корне ошибочно. Ведь львиную долю расходов по производству нового технологического решения составляли инвестиции в разработку дизайна, эргономики и, разумеется, маркетинговые исследования. Это десятки миллионов долларов, которые компании необходимо компенсировать в ходе продаж нового устройства. Однако, как первенец рынка, App-

le находится в крайне невыгодном положении: на нынешнем уровне технологий конкуренты, у которых отсутствует необходимость в дорогостоящих исследованиях, могут позволить себе оперативный выпуск клонов по более низкой цене, тем самым существенно увеличивая риски Apple. Уже сейчас (и это несмотря на то, что продажи устройства начались в начале лета) существует довольно много дешевых коммуникаторов, выполненных по образу и подобию iPhone. В обозримом будущем ситуация вряд ли изменится: китайские компании буквально заплывали прилавки клонами iPhone в ценовом диапазоне \$150–300.

Кстати, у себя на родине iPhone совсем не так дорог, как ввезенные нелегально в Россию аппараты: в США его можно купить за \$399 — вполне конкурентоспособная цена на фоне 25 тыс. руб. в Москве.

#### Почему китайцы копируют?

Китайские компании часто упрекают в том, что они без зазрения совести могут взять чужое решение, скопировать его и выпустить под своим брендом. С точки зрения европейца или американца, это пиратство чистой воды. Но только не для китайца. Тут надо сделать поправку на восточный менталитет.

На Востоке в первую очередь ценят эффективность и практичность решения — максимум результата при минимуме вложений. Копирование успешного продукта под своей торговой маркой с этой точки зрения идеальное решение задачи. Это такая же национальная особенность, как, например, пунктуальность немцев или разговорчивость итальянцев. То есть китайцы действительно не имеют злого умысла, они просто делают то, что им кажется само собой разумеющимся. Среднестатистический китаец не понимает, почему плохо копировать чужой дизайн, если его так хорошо покупают.

# телеком

## Пекин сплетает сети

### мобильное будущее

Несмотря на быстрый рост экономики России, продвинутыми мобильными технологиями страна пока похвастаться не может. В то время когда весь цивилизованный мир уже наслаждается высокоскоростным мобильным интернетом, мы только начинаем строить 3G-сети. Отчаявшись увидеть прогресс в России, корреспондент «Ъ-Телекома» Владимир Иванов отправился за ним в Китай, где ему рассказали, как объединить сотовый и кабельный интернет.

Китай, выпускающий сегодня подавляющее большинство всей высокотехнологичной продукции планеты, волею-неволей становится передовой державой мира. Население страны зашкаливает, мобильный оператор China Mobile насчитывает 500 млн абонентов, а Пекин окружает ни много ни мало шесть «МКАД» — с той лишь разницей, что в Пекине это не кольца, а квадраты. В этой связи неудивительно, что выставка Expo Comm China носит сугубо локальный характер — многие технологии для остального мира (за исключением, быть может, Японии) мало актуальны. Однако для прогнозирования будущего российских сотовых сетей место подходящее.

Многочисленные стенды выставок изобилуют моделями телефонов Nokia, Sony-Ericsson, Samsung, LG и сотен локальных компаний, которым не суждено добраться до российского рынка. Стенд NTTDoCoMo ломился от наплыва молодежи, Microsoft в очередной раз «шокировал» общественность Windows Mobile 6, а представители China Telecom с целью привлечения дополнительных посетителей направо и налево раздавали подарки. Однако стенды этих гигантов были малоинтересны на фоне революции, обещанной производителями оборудования для сотовых сетей. Именно поэтому максимум внимания было приковано к стендам Huawei, Ericsson и Alcatel.

### Революция ALL-IP в 2008-м

Основной тренд весьма прост и многообещающ: в самом ближайшем будущем благодаря технологии IMS (IP Multimedia Subsystem) пользователей ждет симбиоз всех существующих коммуникаций по единому протоколу IP (именно благодаря ему сегодняшние компьютеры, работающая в сети, соединяются друг с другом). Сотовые (GPRS/3G), кабельные (Ethernet), беспроводные (WiFi, WiMax) и фиксированные (обычный телефон) сети связи будут работать душа в душу, что позволит пользователям управлять своим контентом на качественно ином уровне. Сообщение, отправленное с мобильного телефона, удастся получить на стационарном;



Максимум внимания на выставке было приковано к стендам Huawei, Ericsson и Alcatel. ФОТО AFP

музыкальный клип с ноутбука одним кликом переводится на телевизор, а еще одним — на экран портативного плеера. Видео conference call — не проблема. Интерактивные анонсы последних фильмов — запросто. Вопрос лишь во внедрении. Если верить вице-президенту Huawei Джо Со, бум подобных сервисов взорвет российский рынок уже в следующем году. Работоспособные решения ALL IP BSC (Base Station Controller) на стенде компании демонстрировались во всей красе.

Значение грядущего внедрения ALL IP трудно переоценить. Это полноценная революция, переворачивающая все существующие принципы работы операторов связи с ног на голову. Если раньше провайдеры и производители оборудования находились на самой вершине цепочки стоимости (то есть именно их действия определяли законы, по которым живет и развивается рынок), с неизбежным внедрением ALL IP их роль начнет постепенно падать, а прибыль и значимость производителей контента и серви-

сов, напротив, расти. В итоге если сотовые операторы уже сейчас не озабочены вопросами разработки и создания адекватной инфраструктуры информационного обслуживания абонентов, для них существует реальная угроза со временем превратиться в банального поставщика платформы, от которого мало что зависит. Ведь пользователю будет все равно, какое соединение он использует для работы — 3G, WiMax, Ethernet или стационарный телефон. Голосовая связь, сообщения и мультимедийный контент — вся информация будет передаваться по протоколу IP.

Именно поэтому многие операторы сейчас вплотную озаботились пересмотром своих бизнес-планов с поправкой на новые возможности и неизбежные реалии рынка. Мы, пользователи, от всего этого ажиотажа только выиграем, так как на рынке мобильного контента развернется нешуточная конкуренция, которая, как известно, крайне благотворно сказывается на качестве сервиса и ценах. Что

самое главное, пользователь наконец-то будет защищен с точки зрения здравого смысла: он будет платить не за количество скачанных мегабайт, а исключительно за оказанную услугу. Ведь на заре развития интернета провайдеры тарифицировали время, проведенное пользователем в сети, при этом мало кто задумывался о том, что при закачке файла связь могла многократно обрываться, замедляться и т. д. С появлением DSL/Cable сетей стала взиматься плата за трафик, однако из гигабайта закачанной информации лишь половина могла быть нужной пользователю, а остальное — мусор. Тарификация самых современных безлимитных тарифов на широкополосный доступ также высчитывается исходя из таких параметров, как «время, проведенное в сети» и «трафик», что не является правильным с точки зрения пользователя. ALL IP изменит ситуацию. По словам Алексея Шалагинова, заместителя директора поддержки продаж Huawei, «благодаря IMS пользователь перестанет думать о том, какой пропускной способности интернет-канал ему нужен». Он начнет оперировать понятиями сервисов. И телефонная связь в этой связи будет всего лишь одним из них наряду с портативным кинотеатром, интернет-радио, мобильным офисом и сотнями других. И так же, как сегодня, выбирая тариф на мобильную связь, вы решаете, нужны ли вам бесплатные SMS, прямой номер и дополнительные услуги (роуминг, GPRS, удержание вызова и т. д.), завтра вы будете решать, что именно вам нужно. Само значение термина «коммуникатор» будет переосмыслено.

Подсистема IMS содержит огромное количество компонентов, одним из которых являются SIP прокси-серверы. Одна из наиболее привлекательных для конечных пользователей функций SIP — возможность организации сессий с использованием единого, не зависящего от места нахождения абонента телефонного номера. То есть пользователю не придется помнить все свои номера — домашний, мобильный, рабочий — система сама будет разбираться со своими проблемами.

### «В ЛЮБОМ СЛУЧАЕ МЫ ПОКА НЕ ЖДЕМ ОГРОМНЫХ ПРОДАЖ СВОИХ ТЕЛЕФОНОВ В РОССИИ»

В этом году российские операторы сотовой связи получили лицензии на развертывание сетей связи третьего поколения (3G), а «МегаФон» уже успел запустить в тестовую эксплуатацию сеть 3G в Санкт-Петербурге. О том, почему 3G пришел в Россию так поздно и когда телефоны Huawei будут массово продаваться в стране, корреспонденту «Ъ-Телекома» ВЛАДИМИРУ ИВАНОВУ рассказал вице-президент Huawei Technologies ДЖО СО.



— Чем, на ваш взгляд, российский рынок мобильной связи отличается от других?

— Несомненно, у каждого рынка есть свои уникальные моменты, причем порой весьма нетривиальные. Хороший пример — Латинская Америка. По всему миру продается огромное количество телефонов с цветными панелями — казалось бы, народ, который обожает музыку и танцы, должен с радостью покупать подобные решения. Но нет, в Латинской Америке это не работает. Кто бы мог подумать?

В России также есть свои нюансы. Люди у нас очень самостоятельные, самодостаточные и применительно к мобильным технологиям мыслящие очень приземленно: высокие материи их мало интересуют — им важно то, где, как и сколько это будет стоить. Сам рынок развивается лавинообразно. Я помню, еще несколько лет назад в России было всего два сотовых оператора — МТС и «Билайн». Сейчас есть «МегаФон», SkyLink и огромное количество мелких игроков. Рынок огромный и очень важный для любой компании, в том числе Huawei.

— Какова доля России в бизнесе Huawei?

— На данный момент эта цифра совершенно точно превышает 10%.

— Если говорить о приоритетных областях развития, каковы они для российского рынка мобильной связи?

— Ваш рынок по ряду параметров очень взрослый и имеет все предпосылки для активного роста. Я считаю, что сейчас России крайне необходимо развивать новые сети — 3G, WiFi, WiMax. С каждым днем люди готовы потреблять все больше сетевых сервисов. Задача участников рынка — обеспечить адекватный рост сервисной инфраструктуры.

— Каким телефоном вы пользуетесь?

— Как ни странно, безымянный корейский аппарат. Потому что мне очень нравится его дизайн, функциональность и практичность. Например, у него есть одна очень важная для меня функция — способность работать с двумя SIM-картами одновременно. Причем мне не нужно переключаться с одной на другую в зависимости от своих текущих потребностей — он просто ловит оба сигнала одновременно. Я в восторге!

— Несколько лет назад Huawei начали выпускать собственные мобильные телефоны. Когда мы увидим их в России?

— Некоторые аппараты уже прошли сертификацию, какие-то — проходят в настоящий момент.

В любом случае пока мы не ждем огромных продаж. Несмотря на то что в 2006 году мы продали 50 млн трубок по всему миру, в большинстве своем это контрактная сборка для сторонних производителей. Например, для европейского сотового оператора Vodafone мы поставляем несколько разновидностей OEM-трубок, которые в той же Великобритании продаются под их брендом. Нас эта ситуация вполне устраивает. На данный момент по такому принципу наши телефоны продаются более чем в 20 странах.

— Как насчет России? Вы ведете переговоры с крупными операторами о возможности работы по схеме контрактной сборки? Мы увидим телефоны Huawei под брендами МТС, «Билайн», «МегаФон»?

— Для осуществления любой сделки требуется согласие обеих сторон.

— Чем вы могли бы объяснить задержки с внедрением 3G в России?

— Россияне с точки зрения бизнеса действуют очень грамотно. Прежде чем делать капитальные инвестиции в сети нового поколения, необходимо убедиться в адекватном использовании возможностей старых сетей — то есть, грубо говоря, что они принесли запланированную прибыль. Именно этим сейчас занимается Россия — не торопясь, профессионально, планомерно готовится к 3G. Если бы оборудование для 3G начали внедрять два-три года назад, с экономической точки зрения это выглядело бы не очень хорошо.

— Но это «приготовление» длится уже несколько лет. Когда пользователи мобильных телефонов в России получат высокоскоростной интернет в сотовом телефоне?

— Я думаю, что уже в следующем году в России начнется активное развитие сетей 3G — для этого есть все предпосылки, созданы все необходимые условия. Могу сказать, что в тестовом режиме наше оборудование в России уже работает.

— Кто ваши самые крупные клиенты в России?

— МТС и «МегаФон», если говорить о мобильных операторах. Из компаний, специализирующихся на фиксированной связи, — «Связьинвест».

— Какова политика Huawei в области инноваций? Например, как вы относитесь к аутсорсинговым центрам разработки? И используете ли плоды российских ученых?

— Мы считаем, что занять достойное место на рынке можно, занимаясь всей цепочкой: от идеи до финального продукта. Поэтому до 10% чистой прибыли компания расходуется на центры научных разработок. Они есть в Индии, Швеции, Китае — по всему миру, в том числе и в России. У нас очень сильные математики — одни из лучших в мире.

Однако львиную долю успеха объясняет наличие очень сильного департамента маркетинга, который очень плотно работает с ключевыми клиентами в каждой отдельно взятой стране — с British Telecom, Telecom Italy, MTC и т. д. То есть мы заранее определяем наши потребности, имеем возможность планировать свои продуктовые линейки, а выигрывают в итоге все.

Мы с ответственностью подходим к реализации самых смелых и масштабных проектов и доводим их до успешного завершения.

Мы пятнадцать лет сплоченной командой единомышленников создаем надежные решения для крупных операторов связи.

Мы обеспечиваем стабильность бизнеса наших заказчиков.

Лидия Уткина  
Старший бухгалтер

Игорь Дё  
Руководитель проекта

**НАША ЖИЗНЬ BILLING.RU**

тел.: +7 812 326 12 99  
факс: +7 812 326 12 98

**PETER-SERVICE**

billing.ru

# телеком

## Игры виртуального разума

### виртуальные миры

Долгое время виртуальное пространство было болезненной мечтой фанатов киберпанка и просто увлеченных научпопом людей. Однако с развитием интернета все изменилось — виртуальные миры онлайн-игр населены теперь миллионами жителей мира реального. Вслед за миром Россия также переживает бум онлайн-игр, причем некоторые предприимчивые граждане умудряются зарабатывать на этом явлении десятки миллионов долларов.

Известный манифест киберпанка, написанный футурологом Кристианом Кирчевым, начинается словами: «Мы — электронные духи, группа свободомыслящих повстанцев. Киберпанк. Мы живем в киберпространстве, мы везде, мы не знаем границ». До поры до времени о киберпанке было все, кроме пространства.

Онлайн-игры подарили фантастике вторую жизнь. Речь идет, конечно, не о казуальных играх типа «Пасьянс» или «Сапера», в которые от скуки режут офисные работники. Кибербобулы принесли ролевые многопользовательские онлайн-игры (или MMORPG). Эти игры с разной степенью схожести и таланта моделируют реальность. Цель любой такой игры — развитие, или прокачка, персонажа, за которым стоит огромное количество времени, усилий и финансовых вливаний. Онлайн-игры могут быть клиентскими и браузерными. В первом случае для участия необходимо скачать программу, во втором — играть можно сразу после регистрации в окне браузера. Еще один плюс онлайн-игр — скромный трафик и низкие требования к системе и скорости интернета. По данным компании «Территория ИТ», почти 40% российских пользователей онлайн-игр выходят в интернет через модем.

Нужно учитывать, что ролевая онлайн-игра принципиально отличается от всех прочих компьютерных игр. Некоторые культурологи даже называют их производными «социальных сетей», ведь такая игра построена на общении между пользователями: реакция противника не запрограммирована, а зависит от конкретного человека. Кроме того, во всех онлайн-играх есть чаты, в которых идет живое обсуждение игры.

Постепенно вокруг каждой игры развивается целая инфраструктура. Как правило, у каждой команды есть свой отдельный сайт, форум, лента новостей и даже интернет-издание. События виртуальной реальности обсуждаются и воспринимаются на полном серьезе, о чем

свидетельствует масса фактов. Так, например, три года назад китайский игрок убил своего друга за волшебный меч, а в январе 2007-го российский участник Lineage-2 в буквальном смысле свернул шею его виртуальный противник.

В России уже можно говорить о буме онлайн-игр. Если в 2005 году аудитория онлайн-игр в России, по оценкам компании A-Games, составляла примерно 2,5 млн пользователей, то в текущем году она перешагнула отметку 4 млн. Число игр также увеличивается. По оценкам участников рынка, сегодня в России представлено более ста онлайн-игр. В первой десятке — «Бойцовский клуб», «Арена», «Сфера», «Территория», «Смутные времена», «Лига героев», «Дозоры», «Ланжа», Neverlands, TimeZero. Также присутствуют локализованные версии популярных западных игр, и, само собой, нашим пользователям открыт доступ к мировым хитам — World of Warcraft, Second Life и т. д. Примечательно, что примерно 97% являются условно-бесплатными: на начальном этапе игра, как правило, бесплатная, но, втянувшись, пользователь начинает тратить в виртуальном пространстве реальные деньги.

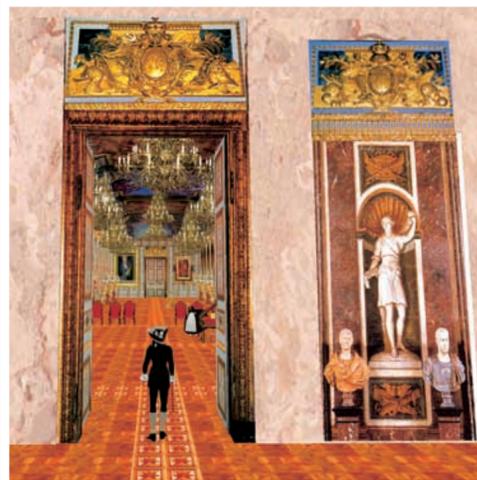
### Первый бой

Самой популярной онлайн-игрой в России уже много лет остается «Бойцовский клуб». По данным компании «Территория ИТ», он собирает порядка 18% аудитории. Как можно догадаться из названия, «Бойцовский клуб» имеет отношение к одноименному фильму Дэвида Финчера и книге Чака Паланика. Основу игры и развития персонажа составляет участие в боях, результаты которых являются накоплением «опыта». Бой складывается из последовательного обмена ударами и может быть индивидуальным или групповым — стена на стену. При этом игра является полностью текстовой (лишь с вкраплениями картинок).

Во время боя игрок может выбрать зону удара и блока — голова, живот, пояс и ноги. Накопление «опыта» открывает до-



«Бойцовский клуб»



Second Life

ступ к новым видам оружия, а также магическим заклинаниям семи видов: темная, светлая и серая магия, а также четыре школы стихий. Изначально у каждого персонажа есть четыре характеристики — сила, ловкость, интуиция и выносливость. По мере развития появляются интеллект, духовность, воля, свобода духа, а на последних уровнях — божественность.

Ускорить развитие персонажа в «Бойцовском клубе» можно с помощью кредитов — так называется внутренняя валюта в игре. Прежде геймеры могли воспользоваться услугами «алхимиков», то есть людей, которые с разрешения администрации переводили реальные деньги в кредиты. Затем на смену системе «из рук в руки» пришли карты экспресс-оплаты. Эти карты, напоминающие телефонные, различают по номиналу и продаются в Москве, Санкт-Петербурге и некоторых других городах.

По мнению экспертов, месячный оборот «Бойцовского клуба» превышает \$1 млн. Три года до этого — с 2004-го по 2006-й — «Клуб» становился лауреатом премии рунета в номинации «Развлекательные проекты».

### Химерия

«Бойцовский клуб» оказался настолько удачным и популярным проектом, что вызвал к жизни множество клонов, а сам по себе

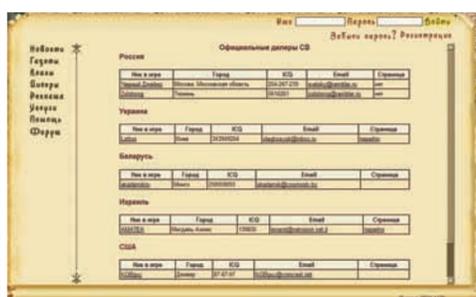
стал еще и кузницей кадров. Проект «Территория» создавался как раз выходящими из «Клуба». И хотя игра замыкает десятку лидеров рынка и собирает около 7% аудитории, она является, возможно, самым интересным и показательным примером игры, моделирующей реальность.

В памятке игроку здесь указано: «В «Территории» каждый человек может реализовать себя в любых направлениях, игроку предоставляется возможность моделировать практически любую ситуацию из реальной жизни независимо от того, чем он занимается в реальной действительности. То есть каждый может попробовать сделать то, о чем он давно мечтал, но не имел возможности осуществить и опустить в реальной жизни».

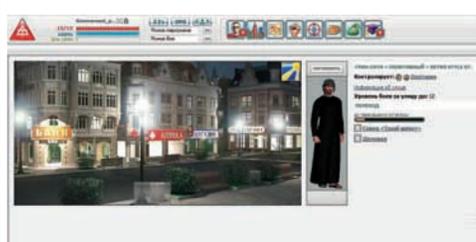
В отличие от большинства игр, где действие перенесено в постапокалиптическое будущее или средневековый хаос, «Территория» максимально приближена к реальному миру. Главная цель игры — развитие персонажа не как такового, а во взаимодействии с социумом. Игроку необходимо захватить территорию и сохранить контроль над ней. Время в игре соответствует реальному, вечером и ночью в виртуальной стране Химерия темно, а путешествия по ней соответствуют по времени принятому масштабу. Поэтому для передвиже-



«Дозоры»



«Смутные времена»



«Территория»

ния можно выбрать несколько способов — ходить пешком, купить велосипед или автомобиль. Игрок также может воспользоваться услугами метро или такси. В «Территории», как и в «Бойцовском клубе», практикуются уличные бои, являясь на начальном этапе одним из основных способов получения «опыта». Помериться силой можно опять же один на один или в составе команды. Последнее является важной особенностью «Территории».

Игроки могут сами моделировать свою внешность, покупать одежду, но главное — проявлять склонности и в соответствии с ними объединяться в кланы. Пути развития кланов разбиты на шесть направлений — правопорядок, власть, криминал, анархия, духовность, капитал. У каждого клана есть предводитель. Генерал отвечает за поддержание порядка, руководит службой территориальной безопасности и другими силовыми структурами. Олигарх держит под контролем бизнес. Криминальным лидером «Территории» является Папа, под началом которого сосредоточены банды и группировки, промышленный руководитель отвечает за добычу ресурсов, а за духовный путь и поиски истины отвечает Огшельник. Главой исполнительной власти в «Территории» является Губернатор.

В стране Химерия расположены города Химер-Сити, Грин-Сити и Драйв-Сити. На улицах открыты продуктовые магазины, аптеки (где можно купить, например, экстракт юрости или мазь защиты), салоны красоты, фитнес-центры, банки, суды. В особой части магазина «Оружие» на Хрупском тракте и казино «Шанс».

Денежной единицей игры является терр. За одно SMS стоимостью \$1, отосланное на специальный номер, выдается примерно 50 терр. Этого хватит на одежду и еду. Игроки «Территории» могут учиться в университете, заниматься торговлей и производством, развивая таким образом экономику игры.

### Вторая жизнь

И все-таки, чтобы понять, как выглядит настоящий виртуальный мир, стоит внимательно присмотреться к игре Second Life. Создатель игры компания Linden Lab была основана в 1999 году с целью изучения хактики — науки об осознании и прикосновении, тактильных ощущениях. Сначала Second Life задумывалась как полигон для тестирования новых сенсорных технологий, но летом 2003 года сервис открылся для всех желающих. Первый миллион пользователей игра набрала лишь в октябре прошлого года, зато сейчас в ней участвуют более 9 млн, и рост продол-

жается. Собственно, цели во «Второй жизни», как и в первой, нет никакой. Пользователи просто делают что хотят: дышат, зарабатывают деньги, покупают недвижимость, воруны, открывают магазины, занимаются сексом — одним словом, живут. Экономике игры держит линден-доллар, покупка-продажа которого идет по курсу 270–300 линден-долларов за \$1. Заработанные в игре деньги можно конвертировать в реальную валюту.

В Second Life открыты посольства многих стран мира, здесь проходят живые концерты, премьеры новых фильмов и показы мод. Теперь крупнейшие мировые бренды запускают маркетинговые кампании после их обкатки в игре, а известные архитекторы возводят здания, которые затем покупают реальные заказчики. Здесь есть даже специальный корреспондент агентства Reuters, который ежедневно передает главные новости игры. Открыто и представительство российской столицы «Вторая Москва».

Есть также люди, сколотившие на игре приличное состояние. К примеру, английский рабочий Кристофер Мид получает стабильные \$7 тыс. в месяц за то, что продает эмоции в четырех виртуальных магазинах. Бизнес-модель незамысловата. Персонажи пользователей изначально мало что умеют и даже приходят в игру голыми. Каждый выбирает — ходить в чем мать родила или купить одежду, приобрести богатую мимику или жить с каменным лицом. В магазинах Мида можно купить улыбку, поцелуй и другие анимированные эмоции.

Самая богатая обитательница «Второй жизни» — бывшая школьная учительница Эйлин Грэф. По разным оценкам, за два года в игре она заработала больше \$1 млн. Сейчас на нее работают 30 человек в США, Европе и Китае. Вет бизнес Грэф основан на операциях с коммерческой недвижимостью и строительстве. Компании из реального мира обращаются к ней, когда хотят открыть представительство в Second Life. Стоимость заказа может достигать десятков и сотен реальных тысяч долларов.

### Черный онлайн

«Ролевки» давно перестали быть развлечением скучающего офисного меньшинства. Теперь это доходный бизнес, заработок на котором могут как владельцы игр, так и предприимчивые пользователи. За последние три года объем российского рынка онлайн-игр вырос с \$20 млн до \$50 млн, полагают в компании «Территория ИТ». Совладелец игры «Дозоры» Дмитрий Ицков в интервью «Ъ-Телеком» привел цифру \$60 млн. Впрочем, аналитики признают, что

это весьма приблизительные данные. «Рынок не совсем прозрачный, — объясняет бывший генеральный директор «Дозоров» Геннадий Лепко, — конкуренты не хотят раскрывать данные по выручке и прибыли».

Эксперты полагают, что сегодня вокруг онлайн-игр сложился мощнейший черный рынок. Хотя, по данным «Территории ИТ» за июль-август 2007 года, 87% игроков оплачивают те или иные услуги при помощи SMS, до сих пор остается популярным способ оплаты через курьеров, или, как их называют сами игроки, дилеров. Развитая дилерская сеть, работающая без каких-либо документов и отчетности, есть у многих игр. А вот законные банковские платежи, электронные системы вроде «Яндекс.Деньги» или WebMoney, а также карты предоплаты не снижали популярности.

Другая статья дохода на черном рынке онлайн-игр — продажа персонажей. Стоимость раскрученного персонажа, который провел в игре длительное время и накопил солидный «опыт», может достигать до нескольких десятков тысяч долларов. Появилась даже новая профессия — игрок-дилер. В его задачу входит вырастить персонажа до высокого уровня и затем продать богатому игроку, который хочет обладать важным статусом не только в реальной, но и в виртуальной жизни. А таких в сети немало. В некоторых играх администрация относится к игрокам-дилерам весьма строго и может закрыть персонажа, однако такие случаи редки.

### Конструкция будущего

Участники рынка онлайн-игр прогнозируют его бурный рост. «Технологически игры не достигли максимального уровня, — поясняет Дмитрий Ицков, — Технологии развиваются, и рынок игр растет вместе с ними. Скажем, в нашем «Дозоре» сейчас игрок видит статичную картинку, а в западной Second Life есть трехмерная графика, что само по себе интересно. Наши тоже дойдут до этого». В дальнейшем бизнес-стратегия онлайн-игр будет строиться по двум направлениям, полагает господин Ицков: привлечение новых пользователей и мотивирование игроков платить деньги за дополнительные возможности.

Есть один российский недостаток, который для онлайн-игр оборачивается достоинством: оплачивать услуги западных игр из России достаточно сложно. Так что с развитием платежных систем, говорит Дмитрий Ицков, в том числе по кредитным картам, российские проекты столкнутся с жесткой конкуренцией со стороны западных аналогов, что пойдет на пользу всем участникам рынка.

Егор Андреев

## Компьютерная программа телепередач

### онлайн-TV

Интернет-телевидение, которое еще совсем недавно было чем-то диковинным, начинает превращаться в массовое явление. В некоторых странах аудитория интернет-TV за последний год выросла вдвое. Потребителей привлекают широкие возможности использования телевизионного контента, которые до последнего времени были недоступны на традиционном телевидении. Почувствовав эту тенденцию, крупнейшие рекламные и телевизионные компании обращают все более пристальное внимание на этот весьма перспективный рынок, что дает дополнительный стимул для его развития.

### Ставки растут

На прошлой неделе один из крупнейших игроков рынка онлайн-видео — американская компания Maven Networks, клиентами которой являются такие компании, как Fox News, 20th Century Fox, Sony Pictures, Sony BMG и другие гиганты медиарынка, — объявила о запуске сразу двух проектов на рынке интернет-TV — о том, что будет регулярно проводить специализированные конференции (Maven Internet TV Advertis-

ing Forum), в которых будут принимать участие крупнейшие игроки телевизионного и рекламного рынка, а также о создании собственного сервиса (Maven Internet TV Advertising Platform) для размещения рекламы в интернет-TV. Основной задачей форума, по словам руководства Maven Networks, станет поиск и разработка тех способов размещения рекламы, которые бы эффективно работали на онлайн-телевидении. Для этого участники форума будут проводить совместные исследования и тесты сетевых форматов рекламы. Особое внимание будет уделяться последним техническим достижениям, которые упрощают трансляцию рекламы на интернет-TV. В списке постоянных участников форума есть международное рекламное агентство Ogilvy, онлайн-рекламные компании и агентства DoubleClick, Digitas, 24/7 Real Media, крупнейший в мире разработчик ПО корпорация Microsoft, телекомпания 4Kids TV, Fox Digital News, сетевой путешественник по телепередачам TV Guide, оператор видеосервисов Scripps Network. В свою очередь, новый рекламный сервис позволит клиентам Maven Networks использовать новые форматы рекламы для трансляции на интер-



Зрители постепенно отказываются от обычного ТВ в пользу онлайн-телевидения

нет-телевидения. Как заявляет компания, уникальность сервиса заключается в том, что он может автоматически определять оптимальное время для размещения рекламных роликов. А чтобы понять, какое именно время является оптимальным, Maven Networks будет регулярно собирать информацию о зрителях онлайн-TV — как они ведут себя в сети, какой тематики и продолжительности видеоконтент они предпочитают смотреть. Партнером Maven Networks в этом проекте выступила Ogilvy. По словам старшего соавтора и исполнительного директора отдела цифровых инно-

вадий в Ogilvy Марии Мандель, «новый рекламный сервис на онлайн-телевидении — это именно то, о чем уже давно мечтают игроки рынка».

### Хлебное место

Огромный интерес Maven Networks и ее партнеров к интернет-TV объясняется стремительным ростом его аудитории. О бурном росте потребителей сетевого ТВ свидетельствуют проведенные недавно исследования американской компании The Conference Board совместно с североамериканским офисом TNS и английской компании Continental Research. Согласно

исследованию The Conference Board и TNS, в третьем квартале 2007 года аудитория интернет-TV в США удвоилась по сравнению с тем же периодом прошлого года. The Conference Board и TNS опросили около 10 тыс. американских семей и пришли к выводу, что 15,7% всего населения США пользуется всемирной сетью, отдавая предпочтение просмотру телевизионных программ в режиме онлайн. Для сравнения: в третьем квартале 2006 года эта категория зрителей составляла 9,7%. Американская вещательная корпорация ABC провела независимое исследование рынка онлайн-TV и обнаружила, что 77% зрителей используют этот вид телевидения для просмотра передач, которые они по каким-либо причинам не смогли или не успели увидеть по обычному телевидению. Западная Европа не отстает от США. По данным Continental Research, в этом году количество британцев, которые смотрят телепрограммы через сеть, составило 42% всех зрителей онлайн-телевидения, что на 12% больше, чем в прошлом году. Второй причиной растущей популярности интернет-TV являются пока еще не частые рекламные блоки. Именно на этот фактор ссылаются 35,7% зрителей онлайн-

### Телевидение со всеми удобствами

Эксперты объясняют столь высокий интерес потребителей к онлайн-телевидению целым рядом причин — это удобно, там меньше (по крайней мере, пока) рекламы, понравившуюся передачу можно скачать уже после просмотра. По данным The Conference Board и TNS, 60,3% населения США, пользующегося интернетом для просмотра телепередач, в качестве основной причины называют удобство. Под удобством понимается возможность просмотра через сеть любимых и/или пропущенных передач. Аналитик Continental Research Джеймс Майринг считает, что «интернет можно рассматривать как огромную телевизионную библиотеку, где можно хранить старые ток-шоу и просматривать их в любое время, вместо того чтобы записывать их на видеоленты или DVD». Сегодня в США количество зрителей, просматривающих пропущенные телепередачи через сеть, составляет 42% всех зрителей онлайн-телевидения, что на 12% больше, чем в прошлом году. Второй причиной растущей популярности интернет-TV являются пока еще не частые рекламные блоки. Именно на этот фактор ссылаются 35,7% зрителей онлайн-

ТВ в США — практически столько же, сколько и в 2006 году. Действительно, рекламы в онлайн-TV сейчас гораздо меньше, чем на обычном телевидении. Максимум, что можно ожидать в перерыве передачи или фильма, — это 30-секундный рекламный ролик. Еще одной причиной растущей популярности интернет-TV является возможность скачивания понравившихся передач. По данным Continental Research, в этом году 2,4 млн человек использовали интернет-TV в том числе для загрузки передач — в прошлом году таких было 1,3 млн. Continental Research прогнозирует, что в 2008 году скачиванию будут отдавать предпочтение уже 3,3 млн британцев. В США около 40% пользователей интернет-TV скачивают телевизионный контент бесплатно. Однако далеко не все программы выкладываются на сайты телекомпаний. В США это в основном сериалы и ток-шоу. Остальные передачи, как правило, доступны через подписку или в интернет-магазинах. В одном из них, принадлежащем компании Apple, телепередачу можно приобрести всего за \$2, причем рекламы там не будет.

Кроме того, в росте популярности интернет-TV играет большую роль фактор интереса к но-

вым технологиям. 40% пользователей интернета в Великобритании смотрят свои любимые передачи через сеть, поскольку хотят опробовать новые информационные технологии. Самой популярной среди них является система 4oD телекомпания Channel 4 — ей пользуется 25% веб-аудитории. Затем следует система iPlayer, разработанная для телекомпания BBC (16%). На третьем — Sky Anytime корпорация BSkyB (12%).

Впрочем, наблюдатели предупреждают, что рынок интернет-TV еще придется побороться за свое место под солнцем. Во-первых, список программ, доступных в сети, пока невелик. Например, телеканалы предпочитают выкладывать на сайт лишь часть сериалов. А период их просмотра ограничивается несколькими неделями. Это значит, что через две-три недели передача будет удалена из архива или для просмотра нужно будет оформлять специальную подписку. Кроме того, часть пользователей подчас бывает недовольна техническим качеством предоставляемого контента — 12% британской аудитории интернет-TV считает, что качество изображения и звука в транслируемых передачах могло бы быть и получше.

Тамила Джорджуа