

БИЗНЕС СКИНЕТСЯ НА ОБРАБОТКУ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

В КОНЦЕ ИЮЛЯ ПРЕЗИДЕНТОМ БЫЛ УТВЕРЖДЕН ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН №261-ФЗ «О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ В ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН „О ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ“». ЧТО НЕСУТ ЭТИ ИЗМЕНЕНИЯ БИЗНЕСУ И ГРАЖДАНАМ, ОБСУЖДАЛИ В ИЮНЕ НА КРУГЛОМ СТОЛЕ, ОРГАНИЗОВАННОМ ИЗДАТЕЛЬСКИМ ДОМОМ «КОММЕРСАНТЬ», ЮРИСТЫ, ЭКСПЕРТЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ И ПРЕДСТАВИТЕЛИ БИЗНЕСА.

АЛЕКСЕЙ ЦОЙ

Обновленный закон не стал либеральнее. Во-первых, из определения персональных данных исчезли конкретные квалифицирующие признаки (ФИО, дата рождения, адрес), теперь под персональными данными понимается «любая информация, относящаяся прямо или косвенно к определенному или определяемому физическому лицу», а под обработкой — любые действия с ними. Во-вторых, под 261-ФЗ подпадает широкий круг лиц — крупные игроки вроде банков и операторов сотовой связи, средний и малый бизнес — турагентства, фермерские хозяйства, индивидуальные предприниматели, муниципальные учреждения — больницы, школы и т. д. Словом, любое юридическое или физическое лицо, обрабатывающее персональные данные.

Партнер «Дювернуа Лигал» Игорь Гущев отмечает, что в законе уточняются основные принципы и условия обработки данных. Изменения касаются, в частности, обязанностей оператора,

прав субъекта персональных данных на доступ к ним, трансграничной передачи данных. Также установлены обязанности оператора по уточнению, блокированию и уничтожению персональных данных и по устранению нарушений законодательства, допущенных при их обработке.

Один из пунктов, вызывающий наибольшее количество вопросов, это положение о том, что операторы отныне обязаны соблюдать установленные требованиями технических требования по защите информации (в зависимости от ее класса) и использовать для этого только сертифицированные средства защиты информации, прошедшие оценку соответствия по системе сертификации государственных регуляторов — Федеральной службой безопасности (ФСБ), Федеральной службой по техническому и экспортному контролю (ФСТЭК). По некоторым оценкам, только на внедрение соответствующих технических средств предприятию может потребоваться в среднем 0,5–1 млн руб. Однако Вадим

Кропотов, эксперт по информационной безопасности, не соглашается с этими цифрами, подчеркивая, что в каждом случае все решается индивидуально на основе проведения инвентаризации информационных систем персональных данных, составления модели актуальных угроз и разработки проектов системы защиты. Кстати, сами эти процедуры также требуют определенных затрат.

Между тем Сергей Лачугин, начальник отдела информационной безопасности «Ростелеком — Северо-Запад», отмечает, что техническая процедура защиты персональных данных — это дорогое удовольствие для любой, даже большой компании.

«Речь идет о специальных местах хранения и так далее, это все очень дорого. Во-вторых, очень трудно найти сертифицированную комплексную систему по защите персональных данных, а любые дополнительные системы достаточно дорогостоящие», — объясняет господин Лачугин. Он советует изначально исполь-

зовать в работе сертифицированные системы защиты данных, например, антивирусы, а также избавляться от старых систем хранения данных, добавляя, что в «Ростелеком — Северо-Запад» выбрали пять систем, которые сертифицированы и надежны, а от остальных отказались.

Александр Кузьмин, генеральный директор «Альтирикс Системс», соглашается с тем, что сложности начинаются на этапе закупок и внедрения средств защиты. Он говорит, что если серьезных проблем в плане разработки всей организационно-распорядительной составляющей нет, то техническое внедрение защиты достаточно обременительно и внушительно бьет по финансам компаний.

Виктор Суцев, директор по консалтингу компании «ДоксВижн», подтверждает, что для каждого отдельного мелкого бизнеса подготовиться для соблюдения требований закона — проблема. Чтобы облегчить решение задачи, он предлагает компаниям, которые взаимодействуют

ИНТЕРНЕТ НАПОПОЛАМ

НЕ ПЕРВЫЙ ГОД СОТОВЫЕ ОПЕРАТОРЫ ПЫТАЮТСЯ ЗАКРЕПИТЬСЯ НА РЫНКЕ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ И ПОТЕСНИТЬ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ОПЕРАТОРОВ, ПРЕДЛАГАЮЩИХ УСЛУГИ ШИРОКОПОЛОСНОГО ДОСТУПА (ШПД) В ИНТЕРНЕТ. ОДНАКО НЕСМОТРЯ НА ВОЗРОСШУЮ В 2010–2011 ГОДАХ АКТИВНОСТЬ «БОЛЬШОЙ СОТОВОЙ ТРОЙКИ» — МТС, «ВЫМПЕЛКОМ» И «МЕГАФОНА», — СТАТЬ ЛИДЕРАМИ ИМ НЕ УДАСТСЯ, СЧИТАЮТ УЧАСТНИКИ РЫНКА.

ДАША ГИЛЕВА

Сейчас петербургский телекоммуникационный рынок в сегменте интернет-услуг, по словам генерального директора компании «Обит» Андрея Гука, поделен между сотовыми операторами и компаниями фиксированной связи поровну.

«Сотовые операторы лишь недавно вышли на этот уровень за счет покупок ими фиксированных операторов в предыдущие годы, — комментирует Андрей Гук. — Поэтому рынок и дальше будет поделен примерно 50 на 50. Какие-то клиенты будут предпочитать большую универсальность сотовых компаний, какие-то — более индивидуальный подход операторов фиксированной связи. По крайней мере в ближайший год серьезных изменений мы не прогнозируем, все будет развиваться достаточно стабильно».

Основной костяк операторов, предоставляющих доступ в интернет как корпоративным клиентам, так и частным лицам, сформировали «большая сотовая тройка», а также «Ростелеком», «ВестКолл»,

«Обит» и «Смарт Телеком». При этом, говорит эксперт, не все они занимают активную позицию на рынке — некоторые работают в уже сформированной нише на своей облюбованной территории.

Генеральный директор ТК-компании «Прометей» Роман Венедиктов также считает, что ситуация на рынке в ближайшее время не изменится, так как у операторов фиксированной связи останутся их корпоративные клиенты, средний и крупный бизнес, а у сотовых — частные лица и малый бизнес.

«Существует тенденция к консолидации рынка и предоставлению пакетных решений, — говорит топ-менеджер. — Думаю, в ближайшие несколько лет мы придем к западной системе. Например, в Германии Deutch Telecom предоставляет комплексную услугу — пользователь, вне зависимости от того, частное лицо или компания, имеет один аккаунт, с которого осуществляется оплата нескольких услуг с единого лицевого счета».

По мнению специалиста, частным лицам и небольшим компаниям по-прежнему интереснее работать с сотовыми компаниями. Причин несколько — у них нет потребности в крупных проектах, а в приоритете — цена и среднее качество услуг. Надежность услуги, новые технологические решения, дополнительные сервисы в этом случае уходят на второй план.

Более крупные компании рассматривают мобильный телефон и мобильный модем только в качестве «удлинения» офиса или удаленного терминала к корпоративной сети. При этом корпоративные клиенты, к примеру банки, отдают предпочтение надежности. Часто именно по этой причине они работают не с одним оператором, а с несколькими, так как один провайдер предоставляет основную услугу, другие — резервные.

Как сообщает компания «ВестКолл», основная масса подключений к сети, более 80%, все так же обеспечивается

с помощью проводных технологий. Беспроводной доступ в интернет осуществляется через мобильный телефон или через USB-модем, который подключен или встроен в компьютер. Основными поставщиками услуг беспроводного доступа в России являются операторы мобильной связи стандарта GSM (МТС, «Вымпелком» и «Мегафон») и оператор CDMA («Скайлинк»).

Наиболее совершенной технологией беспроводной передачи данных на сегодня считается стандарт LTE (Long Term Evolution). Данная 4G-технология беспроводного доступа позволяет передавать данные на скорости до 100 Мбит/с (максимальные значения), а ее главным преимуществом является обратная совместимость с существующими GSM-сетями. Совместимость позволяет мобильным операторам развертывать LTE на базе уже имеющихся сетей, сообщают в «ВестКолле», а это, в свою очередь, снижает капитальные инвестиции. ■