

Коммерсантъ

ТЕЛЕКОМ



СКИДКА ЗА СТАЖ — ПРОСТАЯ ФОРМУЛА СОКРАЩЕНИЯ РАСХОДОВ

Вступайте в программу «Скидка за стаж», и ваши расходы на корпоративную связь сразу снизятся на 20%*.



* При подписании дополнительного соглашения о нерасторжении договора в течение 1 года.

b2b.megafon.ru
8 800 550 0555

sochi.ru
2014 



МЕГАФОН
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



АЛЕКСАНДРА ВИКУЛОВА
КОРРЕСПОНДЕНТ «Ъ-ТЕЛЕКОМА»

НЕОБХОДИМАЯ ЗАВИСИМОСТЬ Возможность постоянно быть в сети, используя огромный арсенал подручных средств — смартфон, планшет, ноутбук, для меня — и свобода, и зависимость одновременно. По сути, я трачу огромное количество времени на изучение того, что происходит не со мной и часто меня не касается: где были и что видели мои друзья или не совсем друзья, или не друзья вовсе. Когда я попадаю в аэропорт, на вокзал или по долгу службы в какое-нибудь административное здание и не обнаруживаю там Wi-Fi free, я думаю: «Что за ужас?! XXI век на дворе!» И понятно, что я не одна такая.

Недавно на концерте одной звезды наблюдала, как поколение next не выпускает телефоны из рук, что-то постоянно проверяет, фотографирует и тут же выкладывает фото в сеть — вот, мол, смотрите и завидуйте. Будь их места ближе к сцене, звезда бы явно расстроилась. С другой стороны, этим летом я как никогда была благодарна техническому прогрессу. В аэропорту Улан-Удэ я ждала вылета в Москву. Самолет задерживали на несколько часов, и через какое-то время стало понятно, что на поезд Москва — Нижний Новгород, билеты на который были куплены на сайте РЖД, уже не успеть. Несколько лет назад, оказавшись в такой ситуации, я бы посыпала голову пеплом и попрощалась с потраченными деньгами. А тут с помощью смартфона за секунды билеты были сданы, а деньги через какое-то время упали на карточку за вычетом комиссии. В тот момент я искренне благодарила и своего мобильного оператора, зарабатывающего на таких, как я, миллиарды, и Российские железные дороги. В общем, что бы там ни было с зависимостью, спасибо вам, сэр Бернерс-Ли. ■



ЖИЗНЬ НА ЗЕМЛЕ

В ПРОШЛОМ ГОДУ, ПО ДАННЫМ ERICSSON, КОЛИЧЕСТВО МОБИЛЬНЫХ ПОДКЛЮЧЕНИЙ В МИРЕ ПРЕВЫСИЛО 6 МЛРД, ПРИЧЕМ 1,7 МЛРД ИЗ НИХ — ПОДКЛЮЧЕНИЯ МОБИЛЬНОГО ШИРОКОПОЛОСНОГО ДОСТУПА В ИНТЕРНЕТ. ВСЕГО ЗА 25 ЛЕТ СУЩЕСТВОВАНИЯ ИНДУСТРИИ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗЬ ПРЕВРАТИЛАСЬ В ОДИН ИЗ КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА. СВЕТЛАНА РАГИМОВА

ТЫСЯЧЕЛЕТНИЕ ПЛАНЫ В прошлогоднем докладе Целевой группы ООН по оценке прогресса в достижении Целей развития тысячелетия (ЦРТ) говорится: «Для того чтобы в условиях острой необходимости решать проблемы, связанные с изменением климата, и не превышать экологические предельные величины, требуется значительное ускорение технического прогресса и распространение знаний. Без этого недостижимо устойчивое развитие. Соответственно, экстренными приоритетными задачами стали доступ к дешевым новым технологиям с целью смягчения последствий изменения климата и адаптации к ним, а также сокращение риска стихийных бедствий». Эксперты ООН отмечают, что ИКТ не только изменили способы общения между людьми, но также содействовали повышению эффективности деловых операций, сделали информацию более доступной практически в любой сфере жизни.

По этой причине одной из задач по достижению восьмой цели развития тысячелетия (глобальное партнерство в целях развития) ООН назвала развитие сотрудничества с частным сектором для того, чтобы все могли пользоваться преимуществами новых технологий.

Согласно докладу ООН 2012 года, признавая важнейшую роль, которую играют ИКТ и широкополосный доступ в современной цифровой экономике, больше 130 правительств приняли или планируют принять национальную политику, план или стратегию содействия развитию ШПД. Большинство таких стратегий делают упор на создание общенациональной инфраструктуры, стимулирование повышения спроса путем внедрения электронных услуг и приложений и расширение возможностей подключения. Для реализации этих целей всегда требуются крупные инвестиции. Если объемы частных инвестиций ограничены, государственный сектор может первоначально финансировать строительство и эксплуатацию сети, как это было сделано, например, в Австралии, Малайзии и Сингапуре. Другой вариант — создание государственно-частных партнерств для управления проектами по всеобщему доступу, как в Кении, Таиланде и Франции. Третий подход: правительства могут рассмотреть возможность предоставления прямых субсидий — так было сделано в Европейском союзе и Соединенных Штатах в рамках пакетов мер по стимулированию развития ШПД.

ЭНЕРГИЯ ЖИЗНИ Новейшие технологии, такие, как «облачные» вычисления и большие данные, сегодня фактически определяют дальнейшее развитие различных отраслей. Особенно важной в этом смысле является трансформация энергетики. Генераль-



REUTERS

ный секретарь ООН Пан Ги Мун на одном из выступлений перед Генеральной ассамблеей прямо заявил: «Чтобы победить нищету и спасти планету, мы и можем, и должны добиться к 2030 году достижения цели создания устойчивой энергетики для всех. Промышленно развитые страны должны ускорить переход к низкоуглеродным технологиям. Развивающиеся страны, во многих из которых отмечается быстрый и динамичный рост экономики, имеют возможность перешагнуть через традиционные энергетические варианты, взяв на вооружение более экологически чистые энергетические альтернативы, которые будут подпитывать рост и активизировать экономическое и социальное развитие».

Без ИКТ эти цели совершенно недостижимы. Энергетика, чтобы стать эффективной, должна сначала превратиться в интеллектуальную. Департамент энергетики США подсчитал, что модернизация существующей энергетической системы с использованием технологий smart grids (умные сети) приведет к экономии \$46–117 млрд в следующие 20 лет.

Начало переходу к интеллектуальной энергетике уже положено. Например, в Швеции установлено более 600 тыс. умных счетчиков компании E.ON, обслуживание которых недавно было передано Ericsson. Эстония — одна из многих стран, установивших умные счетчики для достижения общей цели ЕС по повышению энергоэффективности на 20% к 2020 году. Ericsson развернула там совместный проект с электросетевой компанией Elektrilevi по переходу на интеллектуальную систему учета электроэнергии. Elektrilevi обслуживает почти полмиллиона потребителей. Ericsson увеличит количество умных счетчиков в ее сети с 5,7 тыс. в 2013 году до 630 тыс. к 2016 году.

ДВИГАТЕЛЬ ПРОГРЕССА Транспортная отрасль — одна из тех, где активнее всего распространяется телематика. Анастасия Бару, главный редактор информационно-аналитического портала «Геожизнь», рассказывает: «M2M-технологии помогают контролировать автопарк, используются для внедрения ИТС в городах (интеллектуальных транспортных систем), начинают применяться в страховании транспортных средств. Содержание крупного автопарка уже сложно себе представить без установленных на транспортные средства телематических блоков, посредством которых отслеживаются перемещения, расход топлива, скоростной режим и манера вождения сидящего за рулем».

M2M-технологии активно применяются при построении интеллектуальных транспортных городских систем для грамотной организации движения и борьбы с заторами. В Сочи почти готов к запуску логистический центр, который предназначен для управления всеми видами транспорта: железнодорожным, воздушным, автомобильным и водным. Возможность мониторинга обеспечена оснащением всех транспортных средств телематическими блоками с ГЛОНАСС/GPS приемниками — общее количество имплантированных устройств более 6 тыс.

Идея замены бензиновых двигателей электрическими становится все более жизнеспособной. Но электромобиль не только энергоэффективен, это еще и подключенное устройство с множеством цифровых сервисов. Компания Volvo Cars разработала новую модель электромобиля, в которой решены главные проблемы, сдерживающие развитие этого вида транспорта: недостаточная для покрытия больших расстояний зарядная емкость, отсутствие обслуживающей инфраструктуры и удобного пользовательского интерфейса. Антон Свекольников, PR-менеджер Volvo Car Russia, рассказывает, что V60 Plug-In Hybrid сочетает в себе возможности обычного автомобиля и экологичность электрокара, предлагая своему владельцу три режима эксплуатации. В первом — при использовании только заряда аккумулятора — автомобиль способен проехать до 50 км с нулевым выбросом вредных веществ. Во втором — гибридном режиме — сбалансированно совмещается работа двигателя внутреннего сгорания и электрической силовой установки. Режим полной мощности на 100% задействует турбированный дизельный двигатель и электромотор. Заряжать аккумулятор можно через обычную домашнюю розетку. Телекоммуникационная платформа на базе системы Volvo on Call дает владельцу возможность пользоваться различными сервисами, а также услугами круглосуточного ситуационного центра, находясь за рулем, а с помощью мобильного приложения поддерживать связь со своей машиной из любой точки мира.

Концепция V60 Plug-In Hybrid «3 в 1» позволяет использовать все преимущества «зеленого» автомобиля в городах, особенно там, где есть зоны, предназначенные исключительно для электрокаров, и уверенно чувствовать себя в поездках на дальние расстояния. ➔

СОГЛАСНО ДОКЛАДУ ООН 2012 ГОДА, ПРАВИТЕЛЬСТВА БОЛЕЕ 130 СТРАН ПРИНЯЛИ ИЛИ ПЛАНИРУЮТ ПРИНЯТЬ НАЦИОНАЛЬНУЮ ПОЛИТИКУ, ПЛАН ИЛИ СТРАТЕГИЮ СОДЕЙСТВИЯ РАЗВИТИЮ ШПД



→ В 2013 году Volvo Cars планирует поставить на рынок 7,6 тыс. гибридных автомобилей, а в 2014 году — более 10 тыс. Не исключена возможность запуска продаж этой модели в России в 2014 году. Нефтегазовый сектор также осваивает беспроводные технологии. Например, мобильная связь активно используется при нефтегазодобыче. «Для этой отрасли характерна значительная удаленность технологических объектов друг от друга: скважины располагаются на территориях, не имеющих инфраструктуры, зачастую далеко одна от другой и от нефтесборных пунктов», — объясняет Родион Мерзляков, руководитель департамента промышленной автоматизации компании „Ай-Ти“. — Для организации связи между объектами, для объединения систем учета и автоматизации раньше приходилось прокладывать тысячи километров кабеля и обеспечивать его безопасность, оплачивать его обслуживание и ремонт, что требовало огромных затрат». Только три-пять лет назад для организации цифровых каналов связи между объектами нефтедобычи начали активно использовать технологии широкополосной передачи данных: Wi-Fi, WiMAX, Radio Ethernet, ZigBee и другие.

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ВЕК Мобильные коммуникации производят сегодня революцию, подобную тому, которая произошла с появлением электричества. Количество соединений M2M (Machine-to-Machine) к 2020 году, согласно прогнозу Machina Research, составит половину всех подключений для передачи данных, то есть 12 млрд. Мобильный ШПД проникает во все отрасли. Леннарт Карлсон, профессор в области автоматизированного проектирования в Технологическом университете Лули в Швеции, выпустил работу под названием «Прощай, индустриальный век», в которой говорится о значении новых технологий для дальнейшего развития человечества. «Промышленная революция, начавшаяся 250 лет назад, зародилась из-за широкого использования новых технологий. Сейчас появились новые способы производства, дистрибуции и потребления вещей. Эти изменения глубоко затрагивают социум и являются не менее революционными, чем те, что сформировали индустриальное общество», — говорит профессор Карлсон. По его мнению, коммуникации радикально меняют наши представления о товарах. Он говорит, что сегодня происходит движение в сторону так называемых индустриальных продуктово-сервисных систем, комплексных продуктов, функциональных продаж или функциональных продуктов. Вскоре товаром станет уже не физический объект (владельцем его будет оставаться поставщик), а функция.

В такой картине мира технологии связи приобретают критически важное значение. По мнению господина Карлсона, в будущем коммуникации должны будут предоставляться даже в непроходимых джунглях и горах. Если заниматься продажей функций, то после того, как они доставляются покупателю, их необходимо мониторить, чтобы следить за уровнем доступности, собирать данные о возникающих проблемах и по возможности предотвращать их. Это требует наличия различных сенсоров и датчиков, информация с которых должна быть проанализирована (с помощью инструментов Big Data), причем в реальном времени. Профессор предлагает представить, что машина, которая является физической частью товара-функции, может содержать 10–300 сенсоров, каждый из которых генерирует сигнал частотой 1–1000 Гц.

В качестве примера господин Карлсон приводит компанию Hagglunds Drives ab Bosch Rexroth, которая продает гидравлические моторы и двигательные системы, используемые в горнодобывающей и целлюлозно-бумажной промышленности. Если клиент желает приобрести функцию, а не продукт с обслуживанием, функцию необходимо отслеживать, чтобы иметь уверенность, что соблюдается гарантированный уровень ее доступности. Это требует анализа 50–60 параметров и отслеживания их соотношений, желательно в реальном времени. То есть данные должны передаваться по быстрому и беспроводным каналам связи.

«Мы уже являемся свидетелями того, как мобильный широкополосный доступ меняет нашу жизнь к лучшему, и по мере развития мобильных технологий будут совершенствоваться бизнес-модели. Реализация потенциала больших данных на базе „облачных“ технологий позволит принимать более эффективные решения, выводя развитие индустрий на принципиально иной уровень», — комментирует Ларс Тоффт, вице-президент по развитию бизнеса Ericsson в регионе Северная Европа и Центральная Азия. ■

СМЕЖНИКИ

РАСТУТ В СЕТЯХ

Операторы рынка мобильной связи признают, что основным драйвером роста их бизнеса сегодня является потребление пользователями мобильного интернета. Рост числа подключений к услугам мобильной передачи данных и объем трафика стимулируют появление дешевых смартфонов и планшетов, специальные пакетные предложения и развитие сетей. Эксперты прогнозируют, что в дальнейшем динамику объемов мобильного бизнеса будет обеспечивать развитие технологии LTE.

АЛЕКСАНДРА ВИКУЛОВА

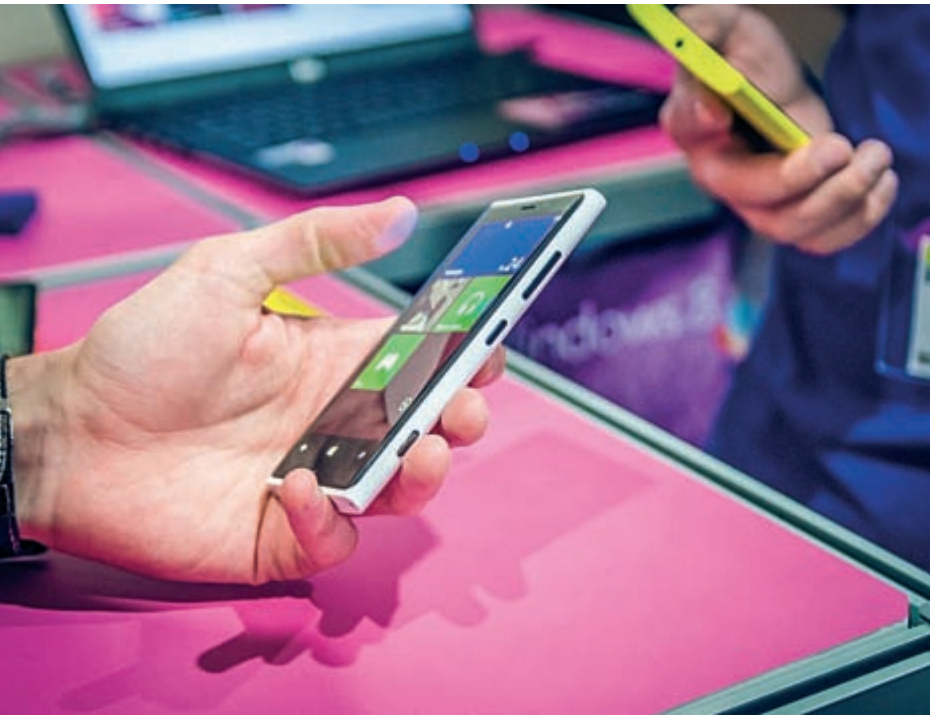
БОЛЬШЕ, УМНЕЕ И МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЕЕ По данным экспертов поволжского филиала «Евросети», в первом полугодии 2013 года по отношению к первому полугодью 2012-го доля смартфонов в общем объеме продаж телефонов на местном рынке выросла с 26% до 41%. По информации компании «Связной», только в Нижнем Новгороде за шесть месяцев 2013 года количество проданных обычных мобильных телефонов снизилось на 20,4% до 115 тыс., а продажи смартфонов выросли на 52% до 100,2 тыс. «Обычные сотовые телефоны без операционных систем покупатели меняют на смартфоны, позволяющие выходить в интернет, постоянно видеть рабочую почту, быть на связи в социальных сетях, делать качественные фотографии и использовать телефон как навигатор», — поясняет управляющий поволжским филиалом «Евросети» Валентин Друзяк. При этом год от года пользователи хотят видеть все больше функций в своем устройстве, отмечают эксперты «Связного». «В продажах смартфонов усиливается тренд многофункциональности. Пользователи уже не хотят ограничиваться возможностями, ставшими стандартом: выход в интернет, работа с приложениями и соцсетями, расширенный функционал фото- и видеосъемки. Например, объем продаж многосимочных смартфонов в целом по стране в первом полугодии 2013 года по сравнению с тем же периодом прошлого года вырос с 5% до 30%. Почти в три раза увеличились продажи смартфонов с NFC (Near Field Communication — коммуникация ближнего поля — технология беспроводного обмена данными между устройствами в радиусе 10 см), с 3% до 10% — смартфонов с LTE (Long Term Evolution, стандарт мобильной передачи данных 4G)», — рассказывает директор по региональному развитию группы «Связной» Денис Шейбаль.

Эксперты «Евросети» отмечают, что тренд перехода с обычных сотовых на «умные» особенно заметен в денежном выражении. Если в натуральном выражении поволжский рынок вырос на 1%, то в денежном — на 23% (было продано 2,9 млн гаджетов на 14,7 млрд руб.), при этом доля смартфонов в деньгах выросла с 59% до 77%. То есть только смартфонов поволжские пользователи приобрели более чем на 11 млрд руб.

При этом средняя цена «умного телефона» постепенно снижается, отмечают специалисты «Евросети». В Поволжье в первом полугодии 2013 года смартфоны в среднем подешевели с 9,7 тыс. руб. до 9,5 тыс. руб. Правда, в Нижнем Новгороде, по информации «Связного», цены на смартфоны пока одни из самых высоких в округе: в среднем аппарат стоит 10,3 тыс. руб. В то же время растет популярность и значительно более дешевых устройств. По

ТОЛЬКО В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ ЗА ШЕСТЬ МЕСЯЦЕВ 2013 ГОДА КОЛИЧЕСТВО ПРОДАННЫХ ОБЫЧНЫХ МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ СНИЗИЛОСЬ НА 20,4% ДО 115 ТЫС., А ПРОДАЖИ СМАРТФОНОВ ВЫРОСЛИ НА 52%

↑
ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА



данным «Связного», если в начале прошлого года коммуникаторов в ценовой категории до 3 тыс. руб. в продаже в принципе не было, то за шесть месяцев этого года их доля в общем объеме продаж достигла 8%.

Ритейлеры отмечают, что в городах с населением 300–500 тыс. человек гаджеты продаются еще более активно, чем в миллионниках. «Это обусловлено тем, что рынок в крупных городах более насыщен и входит в фазу развития, которая будет характеризоваться более умеренным ростом. В то же время на рынок продолжают выходить устройства бюджетных ценовых категорий, доступные для большего количества потребителей, среди которых жители небольших городов. Сегодня купить смартфон можно меньше чем за 2 тыс. руб., а планшет — меньше чем за 3 тыс. руб. Безусловно, ценовая доступность стимулирует продажи высокотехнологичных устройств», — говорит Денис Шейбаль.

ТАБЛЕТКА ДЛЯ ОБЩИТЕЛЬНОСТИ Несмотря на бурные темпы роста продаж смартфонов, участники рынка говорят, что постепенно спрос смещается в сторону планшетов (Tablet PC). «Число пользователей

планшетных компьютеров в сети „Билайн“ в Нижегородской области в августе 2013 года по сравнению с августом 2012-го выросло в 2,3 раза. Этот рынок растет сейчас самыми высокими темпами: по оценкам экспертов компании, среднегодовой темп роста в сегменте в 2013–2015 годах составит 60–70%», — рассказывает директор Приволжского региона ОАО «Вымпелком» Олег Гордеев.

Эксперты связывают такую динамику рынка Tablet PC с тем, что рынок ноутбуков близок к насыщению по параметру первичной покупки. «Семьи, в которых уже есть ноутбук, предпочитают в качестве второго девайса планшет, который при своей выигрышной компактности косвенно увеличивает срок службы ноутбука», — объясняет Валентин Друзяк. В результате, по данным «Евросети», в первом полугодии 2013 года количество проданных в Поволжье планшетов увеличилось на 355%, в денежном выражении этот рынок вырос на 192% (продано 468 тыс. устройств на 5,3 млрд руб.). По оценкам «Связного», нижегородцы купили 41,7 тыс. Tablet PC, что почти в четыре раза больше, чем за тот же период предыдущего года, а в денежном выражении —

СТРУКТУРА ВЕНДОРОВ НА РЫНКЕ СМАРТФОНОВ В ВЫРУЧКЕ ПФО (%)			
ВЕНДОРЫ	2012	2013	
ПРОЧИЕ	11	14	
FLY	1	4	
HTC	10	8	
SONY	4	9	
APPLE	12	18	
LG	6	7	
NOKIA	16	10	
SAMSUNG	40	51	

ИСТОЧНИК: «ЕВРОСЕТЬ». ДАННЫЕ ЗА 9 МЕСЯЦЕВ

СТРУКТУРА ПРОДАЖ ПЛАНШЕТОВ В ВЫРУЧКЕ В ПФО (%)			
ВЕНДОРЫ	2012	2013	
ПРОЧИЕ	18	20	
DIGMA	1	2	
HUAWEI	2	4	
TEXET	1	2	
ASUS	5	6	
PRESTIGIO	2	7	
APPLE	44	28	
SAMSUNG	26	31	

ИСТОЧНИК: «ЕВРОСЕТЬ». ДАННЫЕ ЗА 9 МЕСЯЦЕВ

больше на 157% (продажи достигли почти 500 млн руб.). «Более скромные темпы роста планшетных компьютеров в деньгах по сравнению с натуральным выражением объясняются прежде всего значительным снижением среднего чека на эти устройства», — объясняют в «Связном».

Цены на планшеты, как и на смартфоны, снижаются на фоне общемировой тенденции удешевления технологий. Если в первом полугодии 2012 года, по данным «Евросети», среднерыночная цена планшетов в Поволжье составляла 17,7 тыс. руб., то в первом полугодии 2013 года она упала до 11,4 тыс. руб., то есть на 36%. В Нижнем, говорят в «Связном», планшеты в среднем стоили 11,77 тыс. руб. (минус 32,5%). Доля Tablet PC в ценовой категории «до 15 тыс. руб.» составила 64% от общероссийского объема рынка, что на 25% больше, чем в первом полугодии 2012 года.

По статистике «Связного», нижегородцы чаще всего покупают планшеты Samsung, Nokia и Apple. «Топ-3 планшетных компьютеров целесообразнее рассматривать в двух разных ценовых сегментах: до 15 тыс. руб. и выше 15 тыс. руб. В высоком ценовом сегменте лидируют Apple, Samsung, Asus и Acer. А основная конкурентная борьба производителей планшетов сегодня происходит в ценовом сегменте ниже 15 тыс. руб. Если в первом полугодии 2012 года в этой категории лидерами рынка были Prestigio и Digma, то в 2013 году на первое место вышел Samsung. В ряды недорогих планшетов, запустив iPad Mini, вклинились и Apple», — поясняет Денис Шейбаль.

В числе отличительных особенностей рынка Tablet PC в первом полугодии 2013 года специалисты «Связного» отмечают, что популярность функции 3G или 4G не растет, несмотря на усилия операторов по модернизации сетей. Оснащенные ею устройства по-прежнему занимают только 40% рынка, как и в прошлом году. Доля планшетных компьютеров с GPS вообще снизилась с 64% до 57%. Кроме того, из-за развития облачных хранилищ снижается количество проданных планшетов с большими объемами памяти. Если в 2012 году с объемом памяти меньше 32 Gb продавалось 72% гаджетов, то в 2013 году уже 85%.

Также, по информации компании, выросла доля планшетов с диагональю экрана меньше 8,9 дюйма, заняв в первом полугодии 2013 года 47% российского рынка против 36% в 2012 году. Этому способствовало установление средней цены девайса на уровне 8,59 тыс. руб., в то время как цена устройств с большей диагональю составляет в среднем 17,35 тыс. руб.

СТИМУЛ ПОБОЛТАТЬ Быстрому росту продаж смартфонов и планшетов также способствует активность мобильных операторов на этом рынке, для которых проникновение устройств, оснащенных sim-картами, напрямую связано с ростом потребления мобильного интернета. На данный момент услуги мобильной передачи данных, как говорят сами участники рынка, — основной

драйвер роста мобильного бизнеса в целом. Для продвижения интернет-услуг сотовые компании предлагают абонентам брендированные устройства и заключают договор на продажу в своих салонах смартфонов и планшетов мировых вендоров уже со своей sim-картой и специальными тарифными предложениями.

Например, «Вымпелком» в июле 2013 года подписал прямой дистрибуторский договор с Samsung, благодаря которому «Билайн» может формировать для своих абонентов специальные предложения, закупать напрямую любое абонентское оборудование и продавать его в собственных офисах. «Первой совместной активностью стал старт продаж смартфона Samsung Galaxy Pocket Neo в августе 2013 года по специальной цене 990 руб. При условии, что абонент вместе со смартфоном покупает пакетное предложение сроком на четыре месяца за 2 тыс. руб.», — рассказывает Олег Гордеев. Кроме того, в офисах «Билайна» доступна линейка брендированных устройств. За первое полугодие 2013 года оператор продал 20 тыс. гаджетов под брендом «Билайн».

Кастомизированные смартфоны и планшеты предлагает и «Мегафон». Причем, по данным компании, продажи устройств под брендом мобильного оператора растут ежегодно. Так, за первое полугодие 2012 года «Мегафон» продал своим клиентам 22 тыс. брендированных мобильных устройств, а за шесть месяцев 2013-го — 27 тыс. Стимулируя спрос, оператор регулярно снижает цены и предлагает скидки на популярные модели, а также комплекты: устройство плюс пакет интернет-опций.

Рост продаж брендированных устройств отмечают и в МТС. «В частности, смартфоны в первом полугодии этого года пользуются высоким спросом — количество проданных устройств под брендом МТС в Нижегородской области выросло почти в два раза. А в Татарстане, Башкирии и в Самарской области показатели продаж мобильных устройств еще на 10–20% выше», — говорит коммерческий директор МТС в Поволжье Алексей Иванов.

Еще одним трендом первого полугодия 2013 года эксперты МТС считают популярность недорогих девайсов. «Например, в Нижегородской области двукратный рост показали устройства в ценовом сегменте от 1,5 тыс. руб. до 4,9 тыс. руб., в то время как устройства стоимостью выше 5 тыс. руб. пользуются таким же спросом, как и в первом полугодии прошлого года», — рассказывает Алексей Иванов.

О том, что операторы достигают своих целей по росту потребления мобильного интернета, свидетельствует возрастающее количество подключений к услугам мобильной передачи данных. Например, у «Билайна» в августе 2013 года по сравнению с августом прошлого года количество пользователей интернета с мобильных устройств увеличилось на 7,8%. «Такие пользователи по состоянию на август 2013 года составляют 42% от общего количества клиентов „Билайна“ в Нижегородской области. Таким образом, интернетом на своем мобиль-

ном устройстве пользуется почти каждый второй абонент оператора в регионе», — говорит Олег Гордеев, отмечая, что потребленный пользователями трафик за отчетный период удвоился. «Мегафон» заявляет, что число клиентов, подключенных к мобильному интернету, за шесть месяцев 2013 года увеличилось на 30%. Услугами мобильной передачи данных сегодня пользуются около 450 тыс. абонентов «Мегафона» — это около 40% от общего числа клиентов компании в регионе. За первое полугодие 2013 года они удвоили трафик и скачали около 470 ТБ, 410 из которых — со смартфонов, 60 — через планшеты. Доля активных пользователей мобильного интернета МТС в Нижегородской области составляет 41% от общего количества. По словам Алексея Иванова, в основном это молодые люди до 35 лет, но компания старается привлекать пользователей старшего возраста, предлагая расширенные консультации по практическому использованию планшетов и смартфонов. На 12,5% увеличилось и количество пользователей мобильного интернета у «Ростелекома» — со 140 тыс. в первом полугодии 2012 года до 160 тыс. в первом полугодии 2013-го. В целом услугами мобильной передачи данных в настоящее время пользуются более 18% абонентов компании. А вот у Tele2 количество абонентов, выходящих в сеть через смартфоны, относительно общего числа не меняется уже два года и составляет 35%, хотя объем выкачанного ими трафика за первое полугодие 2013 года вырос на 24% по отношению к первому полугодию прошлого года.

По мнению операторов, спрос на мобильную передачу данных стимулирует не только выпуск новых более дешевых и более функциональных устройств, но и появление новых мобильных интернет-сервисов и развитие сетей третьего поколения. «Ростелеком» в апреле 2013 года ввел в эксплуатацию сеть 3G в Нижегородской области. МТС прокачивает существующие базовые станции с помощью технологии Dual Carrier-HSDPA+, которая позволяет одновременно использовать две частоты UMTS вместо одной, благодаря чему скорость доступа в интернет для абонентов увеличивается. «Вымпелком» в первом полугодии 2013 года занимался увеличением пропускной способности сети, а «Мегафон» строил новые базовые станции для расширения покрытия сетей 3G.

БУДУЩЕЕ ЗА ТЕХНОЛОГИЯМИ По мнению экспертов, несмотря на высокий рост продаж смартфонов и планшетов, уровень проникновения устройств, позволяющих пользоваться мобильным Интернетом, остается незначительным. Так, по данным IKS-Consulting, если в Москве планшеты есть у 38% жителей столицы, а смартфоны — у 40%, то в Нижнем Новгороде планшетными компьютерами пользуются только 11% жителей, а умными телефонами — 14%. Таким образом, говорит аналитик российского офиса iKS-Consulting Елена Крылова, региональный рынок еще далек от насыщения и еще несколько лет регионы будут стремиться к столичным показателям. Ее коллега Максим Савватин добавляет, что на протяжении следующих пяти лет продажи смартфонов и планшетов в субъектах продолжат стимулировать развитие бизнеса. «Если на данный момент стимулом является потребление мобильного интернета: мультимедиа, интернет-контент, то дальше им станет потребление голосовых услуг через сети мобильной передачи данных, такие как Skype. Возможно, операторы начнут собственные разработки аналоговичных программ», — полагает Максим Савватин. Старший аналитик ИФК «Метрополь» Евгений Голосной полагает, что в дальнейшем базой для роста мобильного бизнеса станет развитие технологий LTE. «Операторы уже начали работу по развертыванию сетей четвертого поколения. Но пока трубки с функцией LTE стоят довольно дорого. Развитие технологии приведет к тому, что через несколько лет они подешевеют, как это произошло со смартфонами, и станут доступны массовому потребителю, что спровоцирует очередной рост потребления мобильного интернета», — поясняет аналитик. ■

ИНТЕРНЕТ КАК ШЕСТОЕ ЧУВСТВО

ВЛАДИМИР КАРАЧАРОВСКИЙ, доцент, заместитель заведующего кафедрой социально-экономических систем и социальной политики Высшей школы экономики.



Широкополосный доступ сегодня является неотъемлемой частью образа жизни любого современного человека и ведущей информационной нитью любой крупной или малой компании. Благодаря ему интернет превратился из полузакрытой необозримой реальности, медленно приоткрывающей свой занавес, в довольно небольшую, практически мгновенно охватываемую взглядом и при этом совершенно неотделимую никакими техническими барьерами часть окружающей действительности, постоянно присутствующую в ноутбуке, планшете и мобильном телефоне, стоит только коснуться экрана.

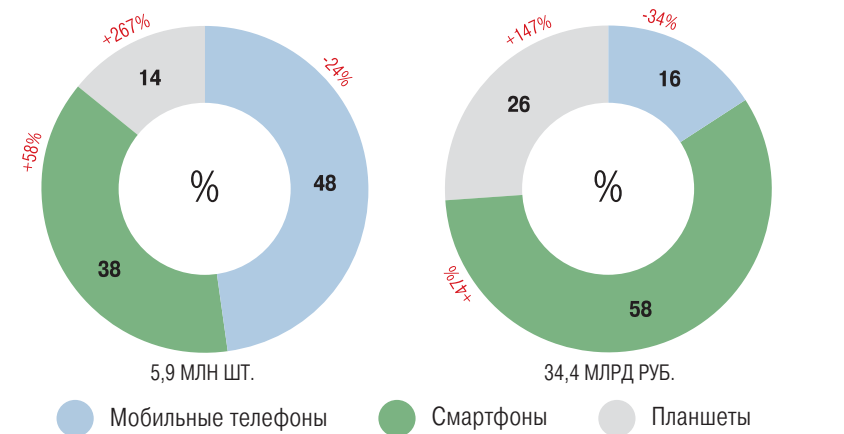
Скорость подключения, которую обеспечивают современные технологии широкополосного доступа, позволяет в течение нескольких секунд найти любую информацию по любому вопросу. На поиск 1 млн ответов по любой интересующей вас проблеме и их сортировку по релевантности уходит меньше времени, чем на формулировку запроса к поисковой системе. Не больше времени требуется и для загрузки вашей собственной информации в сеть — сегодня это проще, чем произнести это вслух. Поэтому зачастую события начинают терять актуальность еще до того, как произойдут, а новые товары и услуги — устаревать, еще даже не попав на ваш региональный рынок. Экономика превращается в гонку за обновление продукции, которая только еще начала производиться, а интерес к товарам начинает падать не тогда, когда их становится много, а уже с того момента, когда в сети появляется первая информация о них.

Интернет уже сегодня позволяет работать, а во многих случаях и управлять бизнесом не выходя с пляжа. Уверенно завоевывают себе место в нашей работе и личной жизни когнитивные технологии, развитие которых также стало возможным благодаря взрывному увеличению возможностей интернета. В самом простом варианте когнитивные технологии уже давно стали нашими повседневными спутниками. Их основой является возможность быстрой обработки и передачи информации различных баз данных: оцифрованных карт городов, сайтов компаний, личных страниц в социальных сетях и т. д. Столь же органичной частью ближайшего будущего станут технологии, основанные на распознавании образов, когда, например, достаточно навести камеру планшета на проходящую мимо девушку, чтобы получить всю информацию с ее страницы в социальной сети. Все это произвело, кажется, невидимые, но на самом деле колоссальные изменения в нашем мире. Что будет, если накануне вечером лишит мир доступа в интернет? Нам станет чуть менее удобно жить, а компании начнут чуть медленнее работать? Нет — мы просто не сможем понять, куда и зачем нам сегодня нужно идти, а производитель уже через два-три дня не будет знать, что и в каком количестве выпускать.

Существуют многочисленные исследования связи развития ИКТ, в том числе широкополосного доступа, и темпов экономического развития. Среди факторов, способствующих росту экономики, наиболее очевидными являются следующие. Во-первых, это рост потребительской активности и, если хотите, потребительской избирательности, поскольку высокоскоростной интернет существенно снижает асимметрию информации на рынках, позволяет потребителям быстрее находить наиболее привлекательный для себя товар. В свою очередь, это стимулирует компании улучшать качество своей продукции, внедрять новшества, быть более гибкими и быстрыми в принятии решений. Во-вторых, это влияние может быть связано с повышением эффективности работы внедренных на предприятиях информационных систем (ERP, CRM, SCM и т. д.). Вместе с тем влияние интернета на экономику — вещь далеко не безусловная и в значительной степени зависит от специфики каждой конкретной страны: структуры ее экономики, уровня информатизации производств и далеко не в последнюю очередь от ее культуры. Например, в России уровень информатизации предприятий до сих пор остается довольно низким: крупные информационные системы внедрены примерно у 10–30% отечественных компаний (эти данные можно посмотреть, например, у Росстата). Ясно также, что наиболее сильное влияние ИТ оказывают на развитие экономик инновационного типа, а для сырьевых экономик это влияние будет значительно слабее.

ПРОДАЖИ МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ И ПЛАНШЕТОВ В ПФО

ИСТОЧНИК: «СВЯЗНОЙ», ДАННЫЕ ЗА 9 МЕСЯЦЕВ 2013 ГОДА



ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА

«БЕЗ КАЧЕСТВЕННОГО ИНТЕРНЕТА БИЗНЕС РАСТИ НЕ МОЖЕТ»

ПОВСЕМЕСТНОЕ РАСПРОСТРАНЕНИЕ ШИРОКОПОЛОСНОГО ДОСТУПА (ШПД) В ИНТЕРНЕТ ПОЗВОЛЯЕТ РЕГИОНАМ РОССИИ БЫСТРЕЕ ИНТЕГРИРОВАТЬСЯ В ГЛОБАЛЬНЫЙ РЫНОК И ИСПОЛЬЗОВАТЬ НОВЕЙШИЕ ПРОГРАММНЫЕ РАЗРАБОТКИ С ПОМОЩЬЮ ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ. КАК РАЗВИВАЕТСЯ ШПД В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ, ЧЕМ РЕГИОН ПРИВЛЕКАЕТ IT-КОМПАНИИ И С КАКИМИ СЛОЖНОСТЯМИ СТАЛКИВАЕТСЯ ОБЛАСТНОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО ПРИ ВНЕДРЕНИИ СОВРЕМЕННЫХ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ, РАССКАЗАЛ МИНИСТР ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, СВЯЗИ И СММ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ СЕРГЕЙ КУЧИН.

АННА ПАВЛОВА



РОМАН ВРОВИЦЫН

«Ъ-ТЕЛЕКОМ»: Как развивается нижегородский рынок ШПД? Как мы смотримся на фоне других регионов России?

СЕРГЕЙ КУЧИН: У нас рынок очень конкурентный. Есть регионы, где конкуренция крайне низка и государство вынуждено само формировать инфраструктуру, строить магистральные сети за счет бюджета. В Нижегородской области в этом нет необходимости — у нас работают все крупные федеральные операторы ШПД: «Ростелеком», «Эр-Телеком», «Мегафон», МТС и «Билайн», которые в основном и делят нижегородский рынок, а также около 200 небольших операторов. Если сравнивать Нижегородскую область с другими территориями, то, по данным Минкомсвязи РФ, мы занимаем 11-е место среди регионов России по уровню использования ШПД, то есть по доле абонентов ШПД среди населения. Это неплохой показатель, тем более что нижегородский рынок довольно динамичный и растет быстро по сравнению с другими отраслями экономики. Например, в 2012 году прирост абонентов ШПД по региону составил порядка 10%.

Не стоит сбрасывать со счетов и тенденцию перехода пользователей на мобильный интернет. Мобильная передача данных растет просто с космической скоростью: количество абонентов, использующих мобильное подключение к интернету, в 2012 году по отношению к 2011 году увеличилось в Нижегородской области почти на 350 тыс. до 1,8 млн пользователей. В следующем году я ожидаю очередного скачка числа абонентов мобильного интернета в связи с внедрением технологии 4G. Это совершенно другие скорости, которые станут дополнительным стимулом для роста рынка.

Без качественного интернета сегодня расти невозможно, потому что почти все бизнес-процессы ушли во Всемирную сеть. Множество облачных сервисов дают возможность любому бизнесу — от ИП до крупных корпораций, не вкладывая средств в создание новых продуктов и новой инфраструктуры, пользоваться программными продуктами для решения бизнес-задач — от бухгалтерии и складского учета до работы с кадрами.

«Ъ-ТЕЛЕКОМ»: Как региональное правительство способствует развитию сети ШПД в области? Какие меры поддержки операторов можно было бы, на ваш взгляд, перенять у других регионов?

С.К.: Так как напрямую рынок ШПД мы не регулируем, то главное здесь — активное взаимодействие с его игроками. Еще в 2011 году правитель-

ство Нижегородской области подписало соглашение с пятью крупнейшими операторами связи в регионе. В рамках этого соглашения мы утвердили основные направления развития отрасли, а компании при нашем участии сформировали свои инвестиционные планы и взяли на себя обязательства по строительству сетей.

Кроме того, в постоянном режиме функционирует рабочая группа при министерстве, в которую входят руководители всех крупных операторов связи и где обсуждаются вопросы, связанные с развитием отрасли. К примеру, недавно были изменены правила захода интернет-провайдеров в многоквартирные дома, правила оплаты электроэнергии, потребляемой оборудованием связи, правила взаимодействия с ТСЖ, и весной возникли споры по применению этих норм. Домоуправляющие компании читают правила так, операторы связи — иначе, граждане — по-третьему. Мы на рабочей группе нашли компромисс.

Министерство также работает с жалобами граждан на качество связи в регионе. Например, недавно мы получили серию обращений по поводу «белых пятен» на трассе Нижний Новгород — Киров. Сотрудники министерства выехали и сделали замеры сигнала по всей трассе, вычислили качество связи и передали информацию операторам связи с указанием на проблему и просьбой ее снять. На основании этого обращения операторы скорректировали свои инвестпланы: поставили другое оборудование на базовые станции, перенастроили его, даже заложили строительство базовых станций.

«Ъ-ТЕЛЕКОМ»: Какова ситуация с разработкой и внедрением новейших информационных технологий?

С.К.: Обычно новые технологии появляются там, где находятся их авторы. Конечно, IT-компании сосредоточены в Москве, Петербурге. Но многие регионы, в том числе Нижегородская область, также имеют у себя на территории компании, которые разрабатывают новые продукты. Во-первых, в Нижнем Новгороде базируется офис российского представительства корпорации Intel, которая постоянно внедряет высокотехнологичные новинки. Кроме того, у нас работает много местных компаний. Например, разработчик программного обеспечения для телевидения «Тэкком», который сейчас является поставщиком ПО по мониторингу качества телевизионного сигнала для «Первого канала», ТК «Россия», НТВ. Кроме того, приход в регион новых технологий способствует форуму

CloudsNN, который недавно в третий раз прошел в Нижегородской области. Сегодня подавляющее большинство разработок в сфере компьютерного софта так или иначе связано с облачными технологиями, и такая площадка помогает новым технологиям развиваться.

«Ъ-ТЕЛЕКОМ»: А чем регион может привлечь игроков IT-рынка?

С.К.: Здесь не нужно изобретать велосипед. Основные меры поддержки любого бизнеса уже придуманы и используются: финансовые и административные. Первые — это либо прямое финансирование или субсидирование проектов, либо преференции, в том числе налоговые. Сейчас в Нижегородской области для этой сферы особых преференций нет, есть только меры поддержки, предусмотренные федеральным законодательством для небольших компаний, работающих в сфере IT. Поэтому мы оказываем прежде всего административную поддержку или предоставляем площади для развития новых проектов в бизнес-инкубаторах и технопарках. Мы уже ведем переговоры с IT-компаниями, которые могут стать резидентами технопарка «Анкудиновка». По одной из них решение будет принято до конца этого года, еще по одной, возможно, в 2014 году.

«Ъ-ТЕЛЕКОМ»: Как правительство региона использует современные возможности, которые дает ШПД? Как обстоят дела в районах?

С.К.: Органы власти используют IT в первую очередь для автоматизации управленческих процессов. Это, в частности, электронный документооборот, прикладные задачи в сфере бухгалтерии и кадров, а также специфичные продукты для работы с госзакупками, с геоинформацией, для управления конкретными отраслями — градостроительством, дорожным хозяйством. Это не уникальные задачи: в соседних регионах задачи те же самые, хотя мы можем решать их по-разному.

Что касается муниципалитетов, то основных ограничений по внедрению в их работу новых технологий два: политическое и финансовое. Говоря о политических, я имею в виду готовность и желание первых руководителей муниципалитета использовать современные решения. Есть случаи, когда работает правило «я так привык, мне другого не надо». И руководители некоторых наших органов власти и муниципалитетов не готовы внедрять новые методы работы, потому что их устраивают существующие технологии. Возможно, это изменится со временем, при смене руководителя

или когда опыт коллег покажет, что это удобнее. Если говорить о финансовой стороне вопроса, то внедрение любых IT-решений требует финансовых и человеческих ресурсов. Не секрет, к примеру, что на первом этапе перехода на электронный документооборот в любом ведомстве бумаги расходуется примерно в пять раз больше. Со временем этот показатель выравнивается и сокращается, но изначально появляется обратный эффект, и это является определенным тормозом для внедрения новых решений, тем более когда люди привыкли работать по старинке.

Повлиять на муниципалитеты напрямую мы не можем, финансировать и создавать проекты для каждого муниципалитета тоже, но можем помочь. В частности, разработкой и внедрением готовых решений. Например, работа с сайтами: каждый муниципалитет вправе создать свой сайт в интернете, но мы даем им возможность не тратиться на это, а предоставляем бесплатный конструктор муниципального сайта, который позволяет на местном уровне быстро создать собственный ресурс. На сегодня из 50 территорий около 30 пользуются этим шаблоном. Еще один пример: в 2012 году мы запустили единую корпоративную сеть органов власти и МСУ в Нижегородской области. Наше министерство администрирует эту сеть, оплачивает каналы связи до каждого муниципального образования, которые позволяют районным администрациям пользоваться ресурсами сети бесплатно. Причем мы серьезно экономим на масштабах: в 2013 году обслуживание корпоративной сети обошлось нам в 4,8 млн руб., а два года назад аналогичные затраты всех органов власти были близки к 20 млн руб., хотя сейчас мы платим за большее количество точек и в несколько раз увеличили пропускную способность.

«Ъ-ТЕЛЕКОМ»: Как лично вы используете возможности высокоскоростного доступа в интернет? Какими сервисами чаще всего пользуетесь?

С.К.: Я очень люблю все новое и пользуюсь практически всем, что появляется. Как минимум, пытаюсь это попробовать. У меня на столе появляются в бумажном виде только те документы, которые должны быть в таком виде по определению. Все остальное у меня на компьютере или на планшете. Соответственно, я могу работать с министерскими документами в любом месте. Я пользователь портала госуслуг — и нижегородского, и федерального. Купить билеты на поезд, самолет, в театр, в кино гораздо удобнее с мобильного телефона. ■

ОЛЕГ ГОРДЕЕВ: «КЛИЕНТЫ ОЦЕНИВАЮТ — МЫ МЕНЯЕМСЯ»

Региональный директор Приволжского региона ОАО «ВымпелКом» (бренд «Билайн») Олег Гордеев о зрелости телекоммуникационного рынка и новой парадигме отношений «компания — клиент».



Региональный директор Приволжского региона ОАО «ВымпелКом», Олег ГОРДЕЕВ

— Нижегородская область традиционно сложная для игроков телеком-рынка — 5 основных конкурентов, наличие компании-дискаунтера. На чем Вы фокусируетесь в условиях столь насыщенного рынка?

— Сегодня это общий фокус компании, но, безусловно, для Нижегородского региона это особенно актуально — совершенствование клиентского опыта. «Клиент — наше все» — это не просто красивая фраза, а это парадигма, с которой все сотрудники — от бухгалтера до регионального директора — должны приходить на работу и думать, что хорошего они сделают для клиента за рабочий день. Сегодня наша главная задача — поднять работу с клиентами на новый уровень и превратить ее в систему постоянных изменений и улучшений. Наша компания работала над проактивной системой сбора и отработки обратной связи от абонентов, основанной на принципе NPS (Net Promoter Score), с февраля 2013 года. И с 15 октября мы запустили NPS-опрос среди абонентов «Билайн».

— Что такое Net Promoter Score?

— Это индекс лояльности абонентов. Им пользуется большое количество сервисных компаний: при любой точке контакта человека спрашивают, насколько он готов порекомендовать компанию своим друзьям и близким — от 10 до 0. Второй вопрос — почему? Что конкретно не понравилось? Например, если у человека плохо работает Интернет, то по какому адресу и в какое время? Далее эти абоненты категоризируются. 9 и 10 — это «промоутеры», от 6 до 0 — «детракторы», и если вы попадаете в детракторы, то далее мы отслеживаем каждый отзыв этого конкретного абонента. NPS-опрос дает нам возможность слышать клиента: отвечать на его вопросы, учитывать пожелания, работать с претензиями. Только с учетом «голоса» клиента, необходимо формировать бизнес-процессы компании, запускать новые офисы, вести региональную стройку, оптимизацию сети и т.д.

— Как работает эта система?

— В течение 30 минут после обращения в собственный офис или Центр поддержки клиентов абонент получает SMS с просьбой принять участие в опросе и оценить опыт взаимодействия с компанией. Абоненту также задают главный вопрос NPS — готовность рекомендовать своим друзьям и близким нашу компанию как оператора связи. И дальше мы получаем некий срез базы. И вот со срезом базы «недоволен» можно дальше работать. Скажем, что такое-то количество абонентов на пересечении улицы Ильинской и еще какой-то улицы с такими-то номерами в такое-то время испытывают проблемы с обрывами связи. И проблема будет решаться — либо оптимизацией сети, либо установкой дополнительной базовой станции.

— То есть, главная концепция сейчас — «жалоба как подарок»?

— Да, как сказал кто-то из гуру бизнеса: «Недовольный клиент — это достаточно ценная вещь. Это возможность улучшить твою компанию». Нет ничего хуже, чем индифферентность. Довольный клиент — ценность, которую нужно беречь. Недовольный — способ стать лучше. Сбор отзывов от клиентов, реальная работа по улучшению и рассказ о том, что мы улучшили — это то, что поможет нам дифференцироваться, сохранить и преумножить наших абонентов.

— Какие точки контакта с клиентами вы считаете ключевыми?

— Трудно выделить, важно все, но я бы сказал, сейчас мы усиленно развиваем нашу сеть салонов продаж и обслуживания. Вернее, экстенсивный путь развития, то есть масштабную программу по увеличению количества офисов, мы завершили. Еще в 2010 году мы первые среди регионов взяли курс на развитие собственной монобрендовой сети. Сегодня офисы Приволжского региона реализуют 37% всех продаж территории.

Качество продаж в собственных офисах достигает 89%. Если говорить о Нижегородской области, в 2013 году мы удвоили их число, причем открыли салоны на значимых для нижегородцев площадках — торговые центры «Фантастика», «Мега», «Индиго», «Гагаринский» и др. Особенно важным я считаю выход в малые города области — Выкса, Арзамас, Лысково, Бор и другие. Сейчас мы переходим к интенсивному развитию нашей монобрендовой сети — создаем сеть с лучшим сервисом среди салонов связи, вовлекаем сотрудников в реализацию этих проектов. Нам важно, чтобы это была командная работа с позиции владельцев бизнеса.

— К обслуживанию, разумеется, относится и работа операторов контактных центров. Как «ВымпелКом» пытается изменить ситуацию со временем ожидания соединения с оператором call-центра?

— Время ожидания ответа оператора имеет большое значение с точки зрения его влияния на удовлетворенность абонентов. На сегодняшний день реализуется целый ряд инициатив. Введена новая сегментация абонентов. Разработан долгосрочный план по улучшению автоматизированной справочной системы (IVR). При звонке в 0611 клиенту сразу сообщается его тарифный план и баланс. Эти тематики —

«Нет ничего хуже, чем индифферентность. Довольный клиент — ценность, которую нужно беречь. Недовольный — способ стать лучше. Мы хотим поднять работу с клиентами на новый уровень и превратить ее в систему постоянных изменений и улучшений».

одни из самых популярных при обращении в колл-центр. Благодаря нововведению, абоненты могут получать информацию, не дожидаясь ответа специалиста. При обращении в контактный центр клиенту предоставляется информация о том, как он может решить свой вопрос самостоятельно: воспользоваться «Личным кабинетом», короткими командами, прослушать информацию по прямому номеру. Кроме того, в рамках пилотного проекта внедрено платное подключение ряда услуг при помощи специалиста call-центра, что также приучает наших клиентов к управлению услугами самостоятельно.

— То есть задача все-таки приучить абонентов решать свои проблемы самостоятельно через интернет?

— Просто это действительно очень удобно, не требует специальных навыков, знаний, умений. Это не только для молодежи, это доступно каждому. В 2013 году мы существенно модернизировали технологические решения, направленные на повышение качества обслуживания клиентов через интернет. В июне мы презентовали новый «Личный каби-

нет» — пользовательский интерфейс максимально понятен, навигация существенно упрощена, функционал расширен до 40 операций. Здесь клиенты могут получить исчерпывающую информацию о текущем статусе своего счета: тарифный план, подключенные услуги, баланс счета, порог расходов, финансовая история, проверка бонусов, заказ детализации звонков. Удобство сервиса подтверждают и наши абоненты: за первые 3 месяца работы новой версии портала им воспользовались более 40 тыс. нижегородских абонентов. Сейчас в стадии бета-тестирования мобильная версия нашего нового корпоративного сайта. Она доступна в виде ссылки с действующего сайта всем, кому интересно, как «Билайн» уже очень скоро будет выглядеть в интернете. Повторюсь, мы открыты для критики, а еще лучше — для предложений.

— Любый клиент любого мобильного оператора раздражается от получения sms-спама. А как вы пытаетесь бороться с рассылкой рекламы?

— «Вымпелком» в 2012–2013 годах реализовал ряд технических решений, позволяющих существенно уменьшить количество исходящих СПАМ-рассылок со стороны абонентов «Билайн». В результате принятых мер удалось сократить количество исходящих СПАМ — рассылок с 82 млн. с января по сентябрь 2012 года до 2,9 млн. за аналогичный период в 2013 году.

В начале октября «ВымпелКом» совместно с пятью крупнейшими SMS-агрегаторами объявили о намерении создать базу данных об отправителях SMS, замеченных в распространении СПАМ. База данных позволит партнерам не допускать переподключение недобросовестных рекламораспространителей друг к другу. Кроме того, предусмотрены общие технические и административные решения, призванные воспрепятствовать незаконным SMS-рассылкам.

Еще одним ключевым моментом борьбы с SMS-мошенничеством стало улучшение системы реагирования на жалобы абонентов. С января 2013 года для клиентов работает специальный номер 007, предназначенный для получения информации от самих абонентов о примерах получаемых СПАМ-сообщений. В результате работы этой горячей линии за девять месяцев текущего года было получено 70 тыс. сообщений, более 50 тыс. из которых — подозрение на СПАМ. Кроме этого, на сайте beeline.ru создана специальная web-форма «Пожаловаться» для приема таких обращений.

— А как вы награждаете своих клиентов за доверие и постоянство, разработана ли программа лояльности?

— Да, и, на мой взгляд, наша программа лояльности одна из самых прозрачных. При каждом пополнении счета участники программы «Счастливое время» получают бонусы, которые могут расходовать на услуги связи. Размер бонуса зависит от того, как долго абонент пользуется услугами мобильной связи «Билайн». Чем дольше, тем более выгодные условия он получает. Например, новым абонентам, которые находятся в сети «Билайн» менее 6 месяцев, возвращается на бонусный счет 5% от суммы каждого платежа, а максимальная сумма бонусных начислений — для абонентов, чей стаж составляет 3 и более лет — 15% от суммы пополнения счета.

— Можно ли говорить о том, что эти инициативы не случайно появились перед вводом закона о переносимости номеров, когда операторы будут конкурировать в основном за сохранение абонентов?

— По поводу MNP — точных прогнозов, как это будет в России, не может дать никто, но исходя из мирового опыта процент переходов небольшой, и если операторы условно друг другу равны, то отток они компенсируют притоком от конкурентов. Понятно, что все эти активности, начатые в 2011 году, не связаны с MNP. И эта парадигма, в которой мы хотим жить, выросла органически с ростом телекоммуникационного рынка. Сначала связь была элитарной, потом в 2001–2010 годах был бурный рост рынка, а сейчас мы вступили в фазу удержания. Новые клиенты появляются только с взрослением населения. Все остальное — это перетекание между базами. Поэтому эта парадигма связана не с MNP, а со зрелостью рынка.

«МЫ НЕ МЕЧТАЕМ — МЫ МОЖЕМ»

ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ — ДИРЕКТОР МАКРОРЕГИОНАЛЬНОГО ФИЛИАЛА «ВОЛГА» ОАО «РОСТЕЛЕКОМ» ДМИТРИЙ ПРОСКУРА О ВОЗМОЖНОСТЯХ КОМПАНИИ НА КОРПОРАТИВНОМ РЫНКЕ, ПРЕИМУЩЕСТВАХ ИНТЕРАКТИВНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ И СТРАТЕГИЧЕСКИХ ПРОЕКТАХ.



— По вашим данным, насколько сейчас на нижегородском рынке обострена конкуренция за крупных корпоративных клиентов в сегменте широкополосного доступа в интернет (ШПД)? Как себя на этом рынке чувствует «Ростелеком»?

— Согласно последним данным, доля нашей компании в Нижегородской области в сегменте корпоративных клиентов составляет более 60%. Безусловно, такая доля рынка — это дополнительная ответственность. Что касается конкуренции, то операторы «большой тройки» по большей части занимаются развитием мобильной связи. В 2013 году никто из них серьезных активов, относящихся к сегменту ШПД, не приобретал. На наш взгляд, корпоративный рынок, по крайней мере в Нижегородской области, уже фрагментирован на протяжении трех лет. Если ценовая война идет, то она локальна. На первое место выходят программы лояльности, сервис, всевозможные бонусы и индивидуальные взаимоотношения с клиентами. Руководитель бизнеса может прийти к нам и высказать свои пожелания по скорости и набору услуг для различных структурных подразделений предприятия. И мы со своей стороныотрегулируем все таким образом, чтобы удовлетворить этот запрос.

— В чем преимущества «Ростелекома» для корпоративных клиентов? Что можете предложить бизнесу только вы?

— Во-первых, максимальный территориальный охват. Мы можем предоставить весь спектр телекоммуникационных

услуг практически в любом месте страны, включая отдаленные райцентры и поселки. Кроме нас подобное действительно больше никто предложить не сможет.

Во-вторых, наша ценовая политика. Поскольку телекоммуникационная сеть большая, мы отдаем себе отчет о тех нагрузках, которые на нее ложатся, и у нас есть мощнейший диапазон бонусов на любые виды голосового трафика. Мы активно работаем с пакетными предложениями, в рамках которых грамотно предоставляем скидки, в некоторых случаях наши потребители могут получить голосовые услуги по минимально возможной цене. Принципиальный момент — мы хотим, чтобы корпоративные клиенты получали весь спектр доступных телеком-услуг. И мы не просто мечтаем об этом, мы это можем. Это касается и сети передачи данных, и организации полноценной работы вне офиса: даже, находясь дома, сотрудник фирмы может работать не только с рабочей электронной почтой, но и с информационными корпоративными системами. Работа для клиента идет быстрее, а раз ускоряется процесс, увеличиваются и обороты.

— Можете ли назвать некоторых корпоративных клиентов вашей компании?

— Повторюсь, корпоративный блок у нас очень сильный. Для нас работа с такими клиентами — одно из приоритетных направлений стратегии развития компании. Мы подключаем банки, крупные промышленные предприятия, которые имеют одновременно несколько площа-

док. Если говорить конкретно, то в Нижегородской области это, в частности, все учреждения здравоохранения, Сбербанк России, силовые структуры, РЖД, Пенсионный фонд и другие.

— Согласно вашим наблюдениям, какие телекоммуникационные услуги сейчас наиболее востребованы бизнесом?

— Тренд 2013 года, на наш взгляд, активное использование видеоконференцсвязи. Люди больше не хотят просто получать звуковые сообщения и таблицы с цифрами по электронной почте. Они хотят видеть друг друга, совместно создавать презентации, находясь в разных городах. При этом не хотят тратить время и средства на командировки, без которых сегодня можно обойтись благодаря техническому прогрессу. В целом популярны любые сервисы на протоколе IP, использование скайпа вместо междугородной и международной

связи. Например, мы не так давно и у себя в компании проводили совещание по скайпу, поскольку человек находился за границей.

— Но получается, что вы как крупный телекоммуникационный оператор недополучаете средства от межгорода в связи с техническими новшествами. Разве не так?

— А зачем идти против прогресса? Считаем, что если невозможно противостоять изменениям, то нужно эти изменения увидеть и самим возглавить. Сейчас на Западе активно продвигается тема тарифирования сервисов наподобие скайпа внутри интернета. Ведь пока ситуация такова: Skype не тратит ни копейки в строительство инфраструктуры, а операторы вкладывают ресурсы, и весьма активно, поэтому нужно найти некий баланс интересов между крупными компаниями и владельцами подобных программ. При этом важно, чтобы прогресс шел в рамках законодательства. Мы своими действиями не долж-

7 КЛЮЧЕВЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ «РОСТЕЛЕКОМА» ДЛЯ КЛИЕНТОВ:

1 ВОЗМОЖНОСТЬ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ВСЕГО СПЕКТРА УСЛУГ СВЯЗИ В ЛЮБОМ РЕГИОНЕ РОССИИ

2 ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО И НАДЕЖНОСТЬ ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ, ЗАЩИЩЕННОСТЬ ДАННЫХ

3 ПОНЯТНОСТЬ И ДОСТУПНОСТЬ ТАРИФОВ

4 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ УСЛУГ С СОБЛЮДЕНИЕМ ВСЕХ ТРЕБОВАНИЙ РОССИЙСКОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

5 ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К КЛИЕНТУ

6 БОЛЬШОЙ ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

7 ВЫСОКОПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КАДРЫ

ны возмущать киберпространство страны: нельзя нарушать ни тайну переписки, ни коммерческие, ни государственные тайны.

— **Мы поговорили о популярных телекоммуникационных услугах среди бизнесменов. А какие новшества, на ваш взгляд, пока недооценены предпринимателями?**

— По нашим ощущениям, пока в первую очередь недооценены облачные технологии. Хотя это действительно удобно и позволяет существенно экономить средства компании. Что представляют собой облачные услуги? За этим названием кроется то, что на языке специалистов называется «инфраструктура как сервис». Предпринимателю не нужно думать о том, куда поставить сервер в офисе, какое купить программное обеспечение. По большому счету, клиент будет использовать тот софт, который есть на облачной платформе, оплачивая его по времени. Элементарный пример — нужна программа «Приложения 1С», но предприятие настолько мало, что все свои данные и документы может ввести максимум за 15 минут. Заключив соглашение с «Ростелеком», под своим паролем клиент заходит на облачную платформу и после этого на его компьютер или в локальную сеть выдается запрашиваемая программа. Клиент проводит необходимые вычисления, сохраняет их себе, распечатывает, далее сервер и программа «Приложения 1С» могут не понадобиться до следующего месяца.

Аналогичным образом можно использовать систему хранения данных, систему управления предприятием. Чем это удобно? Реально в сотни раз можно экономить деньги на оборудовании, программном обеспечении, при этом о данной инфраструктуре заботится телекомоператор, гарантируя безопасность и защиту данных. Немаловажным преимуществом является и то, что к облачной платформе у клиента есть доступ из любой точки мира.

Механизм оплаты максимально прост. Как правило, наши корпоративные клиенты ежемесячно платят абонентскую плату и пользуются программами столько, сколько захотят, хоть круглосуточно. Но есть и другая форма оплаты — поминутная. Счет выставляется только за то время, за которое было использовано ПО.

— **Удобство и экономия очевидны, почему же бизнес пока настороженно относится к этой инновации?**

— Самое большое заблуждение касается того, что в «облаках» расчеты компании якобы кто-то может увидеть. Это неправда. Только за неполный 2013 год в мире разработано множество решений для защиты данных пользователей, поэтому мы ожидаем всплеска интереса со стороны бизнеса к этой технологии.

Также к недооцененным новшествам можно отнести сервисы с антивирусной защитой. Пока существует недопонимание, что в кибермире происходит все то же самое, что и в обычном. Если есть возможность что-то украсть, то это обязательно сделают. Значит, информацию следует защищать. Антивирус — это страховка, чтобы на компьютер не посадили «троян» и не скачали из него важные данные. При этом у обывателей сохраняется привычное мнение о том, что если чего-то нельзя потрогать, то все это должно быть бесплатно, да и уровень культуры пользования подобными сервисами пока не самый высокий.

— **Со своей стороны как вы повышаете этот уровень?**

— Повышаем благодаря продвижению: включаем ту или иную услугу бесплатно в телекоммуникационный пакет на несколько месяцев. Абонент знакомится с ней и впоследствии, если все устраивает, заказывает ее у нас уже по собственному желанию.

— **Если говорить об интерактивном телевидении, то становится ли оно популярнее, если да, то за счет чего? Смотрите ли вы его сами и в чем его преимущество, на ваш взгляд, перед кабельными каналами?**

— Услуга интерактивное телевидение набирает популярность среди корпоративных клиентов и частных лиц. Во-первых, интерактивное телевидение предоставляет пользователю большое количество каналов (максимально — до 260), однако при этом все еще «пакетируется» по желанию. Хотите больше спортивных каналов — пожалуйста, детских — пожалуйста.

Во-вторых, проводится постоянный мониторинг, и непопулярные каналы оперативно заменяются новыми.

В-третьих, в рамках интерактивного телевидения есть удобная услуга «Ви-

део по запросу», когда можно заказать к просмотру любой фильм из фильмотеки. Коллекция фильмов по этой услуге очень серьезная. Многие ленты выходят почти одновременно с началом проката в кинотеатрах. К примеру, фильм «Легенда №17» появился в нашей фильмотеке спустя четыре дня после официальной премьеры. Такого спроса не было никогда: за неделю клиенты макрорегиона «Волга» (а это 12 регионов ПФО) заказали просмотр этого фильма на 500 тысяч рублей.

Что касается личного пользования этого сервиса, я подключен ко всем инновационным услугам «Ростелеком» как обычный пользователь, в том числе и к интерактивному телевидению.

— **«Ростелеком» реализует важный проект и обеспечивает нижегородцев бесплатным публичным Wi-Fi в наиболее популярных местах города.**

Увеличиваете ли вы количество точек, если да, то где еще в последнее время появился ваш Wi-Fi? Есть ли коммерческий интерес в рамках данного проекта или это можно считать социальной ответственностью компании?

— Данный проект на территории Поволжья находится в стадии развития. И мы постоянно увеличиваем количество Wi-Fi точек. Коммерческий интерес у проекта, безусловно, есть. В первую очередь — это демонстрация возможностей компании. Сегодня по этому проекту есть три вида доступа в интернет — гость, абонент и тот, кто хочет им стать. Схема проста: гость на небольшой скорости доступа может проверить почту, социальные сети, а вот посмотреть фильм или скачать большое количество информации ему будет затруднительно. Нашему абоненту достаточно ввести свои идентификационные данные, которые указаны в договоре с «Ростелекомом», и скорость интернета будет для него максимальна. Если же пользователь, оценив качество предоставляемых нами услуг, захочет заключить контракт, то для него предусмотрен специальный раздел. Там можно оставить данные и уже на следующий день к нему придет наш специалист и заключит контракт. Так что увеличение количества точек — это не только социальная ответственность, но и стратегический интерес.

www.rt.ru

ПРЕИМУЩЕСТВА ОБЛАЧНЫХ СЕРВИСОВ

АБОНЕНТ не покупает дорогостоящее программное обеспечение (ПО), дорогостоящую сервисную платформу, не тратит ресурсы на создание центров обработки данных (ЦОД), не оплачивает ИТ-специалистов.

БЕЗОПАСНОСТЬ — все приложения размещены в дата-центрах «Ростелекома», что обеспечивает высокий уровень безопасности и защиту информации, а также регулярное резервное копирование данных.

КАЧЕСТВО И СТАБИЛЬНОСТЬ — за своевременное обновление и корректную работу программного обеспечения отвечает «Ростелеком», гарантирующий высокий уровень технической поддержки на протяжении всего времени использования услуги.

БЫСТРЫЙ ЗАПУСК — старт облачной услуги возможен в максимально сжатые сроки.

ЭКОНОМИЯ — клиент пользуется программным обеспечением как услугой, ежемесячно перечисляя небольшие арендные платежи. ПО арендуется ровно в том объеме и настолько, насколько это необходимо. Данная модель предоставления ПО позволяет небольшим компаниям гибко управлять объемом потребляемых услуг в зависимости от текущих потребностей их бизнеса. При использовании облачных продуктов потребители могут существенно снизить капитальные затраты на закупку программных решений, серверного и сетевого оборудования, а также их установку и обслуживание.

КОЛЛЕКТИВНАЯ РАБОТА — использование облачных услуг упрощает групповую работу сотрудников компании с территориально-распределенной структурой.

МОБИЛЬНОСТЬ — облачные услуги «Ростелекома» доступны из любой точки мира, где есть интернет. Сотрудник получает виртуальное рабочее место (виртуальный офис) с доступом к необходимому приложению вне зависимости от своего местонахождения, используя ноутбук, планшет или смартфон.

ВОЗМОЖНОСТЬ бесплатного тестирования приложений.

ОБЛАЧНЫЕ ПРОДУКТЫ ДЛЯ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ

- ВИРТУАЛЬНЫЙ ОФИС
- ПРИЛОЖЕНИЯ 1С
- МОЙ СКЛАД
- УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ
- НОВАЯ ТЕЛЕФОНИЯ (ОБЛАЧНАЯ АТС)
- WEB-ВИДЕОКОНФЕРЕНЦСВЯЗЬ

[WWW.O7.COM](http://www.o7.com)

ЗРИТЕЛЬ ПРЯМОГО ДЕЙСТВИЯ

по данным консалтинговой
фирмы DISPLAYSEARCH, в 2012 году мировые поставки ЖК-телевизоров впервые сократились на 1%. падение скорости продаж в развитых регионах оказалось еще более впечатляющим: там уровень спроса сократился на 18%. телезрители активно меняют привычки потребления медиаконтента, все чаще предпочитая использовать для этого компьютеры и мобильные устройства.

АННА ГЕРОЕВА, НИКОЛАЙ АНДОННИКОВ

МОБИЛЬНЫЙ ТЕЛЕВИЗОР Устоявшийся на протяжении многих десятков лет способ просмотра телевизионного контента — сидя на диване в гостиной перед телевизором — постепенно становится частью прошлого. Внешний облик и функциональные возможности телевидения стремительно изменяются благодаря развитию телекоммуникационных и информационных технологий. Сети мобильной и фиксированной связи все чаще используются для дистрибуции видеоконтента на ТВ-приставки, планшеты, компьютеры и смартфоны: согласно данным Ericsson, уже сегодня около 80% всей пропускной способности телеком-операторов используется для передачи видео.

По данным J'Son Partners, к концу 2012 года размер аудитории мобильного видео в России составил 19,7 млн человек против 8,3 млн годом ранее. Объем же отечественного рынка мобильного видео за этот период вырос с \$25 млн до \$65 млн. При этом мобильное видео вовсе не замещает собой другие средства потребления видео, отмечают эксперты, а создает новые возможности для просмотра. До США в этом плане нам еще далеко: там аудитория мобильного ТВ за 2012 год выросла до 80 млн человек.

Российские операторы «большой тройки» давно уже предлагают услуги доступа к видеоконтенту. Виталий Стародубов, директор по операционной деятельности компании MegaLabs, рассказывает, что «МегаФон» запустил услугу «Видеопортал» еще в 2009 году. Сегодня любой абонент оператора имеет возможность просмотра каналов с экрана мобильного телефона через сайт или приложение для смартфонов. «Мы уделяем большое внимание контенту и количеству каналов, которые доступны абоненту. Еще год назад мобильным абонентам было доступно 26 каналов. Сегодня — более 60, и мы продолжаем работать», — рассказывает господин Стародубов.

По данным исследовательской компании iKS-Consulting, «Вымпелком», МТС и «МегаФон» имеют примерно одинаковое число подписчиков на видеосервисы. «Число абонентов мобильного ТВ у операторов „большой тройки“ в сумме составляет примерно 3 млн человек. При этом их чуть больше у „МегаФона“ — 1 млн 100 тыс., а меньше всех у МТС — около 900 тыс. Лидерство „МегаФона“ в этой области объясняется просто: он раньше всех вышел на рынок с этой услугой, а МТС — позже, — объясняет Елена Крылова из iKS-Consulting. — У операторов комплекс услуг мобильного



РОМАН КАШАУК

ТВ ТРАНСФОРМИРУЕТСЯ В УСЛУГУ ДОСТАВКИ ВИДЕОКОНТЕНТА В ЛЮБОЕ МЕСТО И НА ЛЮБОЙ ЭКРАН, СОПРОВОЖДАЮЩУЮСЯ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ОБЩЕНИЯ И ПОЛУЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ

телевидения почти что одинаковый: несколько федеральных каналов и несколько десятков кабельных. Контент у всех тоже одинаковый: рекламные ролики, комедии. Стоимость услуг у всех одна: 8 рублей в сутки».

Тем не менее операторы продолжают выводить на рынок новые опции. Например, в апреле «МегаФон» запустил медиапортал Megafon.tv. У его абонентов появилась возможность просматривать каналы на экране компьютера через интернет-сайт или обычный телевизор с помощью ТВ-приставки. Услуга, как уверяют в компании, совершенствуется и в течение нескольких месяцев выйдет мобильное приложение для просмотра на смартфонах и планшетах на базе iOS и Android. «К концу года мы планируем запустить приложение для умных телевизоров с функцией Smart TV», — делится планами Виталий Стародубов.

Возможность просмотра ТВ на мобильных устройствах собирается запустить и «Акадо Телеком», но пока что проект находится в стадии пилотного. «Мы находимся в стадии переговоров с несколькими зарубежными вендорами с целью предоставить полноценное мультимедийное оборудование, которое не просто позволяло бы просматривать цифровой ТВ-контент, но и обладало интерактивными функциями», — рассказывает руководитель пресс-службы «Акадо» Денис Рычка.

В апреле собственное бесплатное мобильное ТВ-приложение представил и «Вымпелком». Приложение реализовано по технологии over-the-top и доступно в

AppStore для планшетов iPad. С момента запуска приложением уже пользуются 10 тыс. абонентов. «С его помощью абоненты могут использовать планшет как пульт для управления домашней ТВ-приставкой и удаленно записывать любимые телепередачи и фильмы на ТВ-приставку. Чтобы воспользоваться услугой, необходимо скачать в AppStore приложение „Билайн ТВ“, принять договор оферты и ввести логин и пароль учетной записи от домашнего цифрового телевидения или домашнего интернета. Приложение работает в сетях 3G и Wi-Fi любого оператора», — рассказывает подробности Анна Рыжикова, руководитель департамента маркетинга проводного интернета и ТВ-услуг «Билайна».

ИНТЕРАКТИВА И ЗРЕЛИЩ Эксперты отмечают, что сегодня привлечь потенциального потребителя таких услуг мобильным операторам связи становится все сложнее. «Да, на рынок выводятся новые услуги, смотреть телевизор можно через мобильный телефон, однако, предлагая новое устройство для просмотра фильма, операторы связи не предлагают потребителям эксклюзивного контента. Интернет-сеть — единый источник информации для всех, поэтому контент у всех операторов связи одинаковый. Выходит, что мобильное устройство для просмотра телепередач или фильмов — это просто лишнее звено», — рассуждает Елена Крылова. Поэтому операторы продолжают совершенствовать сервисы для просмотра ТВ-программ. Согласно прошлогоднему исследованию Ericsson ConsumerLab, 62% телезрителей во время просмотра сохраняют активность в социальных сетях, причем четверть из них обсуждают там увиденное на экране. Идеальным примером, пожалуй, является вовлеченность в коммуникацию как самих зрителей, так и действующих лиц. Например, твиты гонщика NASCAR Брэда Кеселовски, написанные им во время одной из остановок на трассе, в течение суток были ретранслированы 5 тыс. раз.

Следуя этой тенденции, «МегаФон» собирается развивать функциональное телевидение. «Параллельно с просмотром пользователь хочет комментировать и обсуждать происходящие события, а также ищет дополнительную информацию о том контенте, который смотрит. Согласно нашим исследованиям, самым популярным действием во время просмотра кино является поиск дополнительной ин-

формации об актерах и режиссерах на втором экране, — объясняет господин Стародубов. — Еще одной тенденцией является мультискрин: зрителю важно, чтобы контент был доступен в текущий момент и на том экране, который у него под рукой в данной ситуации — дома это экран телевизора, в дороге или на улице это экран телефона, планшета или ноутбука». Добавить функцию multiscreen в свое мобильное ТВ-приложение собирается и «Вымпелком». «Благодаря этому абонент сможет смотреть видео на одном устройстве, затем поставить на паузу и продолжить просмотр на другом. Либо добавить возможность установок напоминаний о начале выбранных программ или фильмов», — рассказывает госпожа Рыжикова.

Широкое распространение подключенных устройств в сочетании с увеличением спроса со стороны потребителей на телевидение в любом месте привело к взрывному росту трафика. В свежем отчете Ericsson говорится, что к 2018 году количество подключений к сетям мобильного ШПД достигнет 5 млрд, а 12-кратный рост трафика случится в основном из-за видео. «Перед операторами и поставщиками контента встает непростая задача — обеспечить доставку видео в любое время и в любом месте, а также эффективно управлять сетью с точки зрения затрат и производительности», — говорит Константин Бурыхин, директор по развитию бизнеса в области ТВ & Media Ericsson в регионе Северная Европа и Центральная Азия. Общепринятые методы передачи данных по одноадресным каналам сильно ограничивают возможности, особенно при трансляциях больших спортивных мероприятий, когда к сети одновременно подключаются десятки тысяч людей. В результате происходят перегрузка сети и падение качества обслуживания. Новые подходы к организации сетей спасают в таких ситуациях. Компания Ericsson, например, предлагает концепцию Media Delivery Network, которая включает не только техническое решение, но и бизнес-подход. «Мы исходим не только из того, чтобы помочь операторам повысить эффективность, мы также смотрим в будущее, чтобы предложить операторам идеальное решение для монетизации огромных объемов трафика, проходящих через их сети», — объясняет господин Бурыхин.

Насколько это удастся отечественным провайдерам мобильной связи, мы узнаем уже совсем скоро — на Олимпийских играх в Сочи в следующем году. ■

«ТЕЛЕВИДЕНИЕ ОКОНЧАТЕЛЬНО ВОЛЬЕТСЯ ВО ВСЕМИРНУЮ ПАУТИНУ»

Исполнительный директор по венчурным продуктам ОАО «Ростелеком» АНДРЕЙ ХОЛОДНЫЙ объяснил корреспонденту МАРИИ АНАСТАСЬЕВОЙ, почему направление видео — и ТВ-сервисов является стратегически важным для компании. А также рассказал, что предпочитают смотреть телезрители в нашей стране.

«Ъ-ТЕЛЕКОМ»: Как изменились привычки потребителей и способы потребления ТВ- и видеоконтента за последние пять лет? Что стало важным для сегодняшних зрителей, в отличие от зрителей предыдущих поколений?

АНДРЕЙ ХОЛОДНЫЙ: Можно выделить три главных тренда. Первый — рост просмотра в интернете, которое довольно динамично заменяет обычное смотрение дома на телевизор. Отсюда второй тренд: потребители отказываются от просмотра ТВ по расписанию и смотрят контент тогда, когда им удобно. Теперь никто не спешит к

21:00, чтобы посмотреть новости. И сериалы люди все активнее смотрят в интернете. Многие операторы платного ТВ отреагировали на такую тенденцию и ввели услугу «управления временем». Третий тренд касается того, на чем теперь смотрят телевидение и видео — это все чаще смартфоны и планшеты. Все скептически к этому относились, но просмотр видео на экранах смартфонов растет взрывными темпами.

«Ъ-ТЕЛЕКОМ»: Какие ТВ- и видеопроекты реализует «Ростелеком», каких результатов удалось достичь?

А. Х.: Мы предугадали изменение потребительских предпочтений и на опережение развивали свое направление медийных продуктов. Появился наш мультимедийный портал Zaba.ru. Сейчас с его помощью в режиме онлайн или в записи можно смотреть более 100 каналов на компьютерах или планшетах. Также запустили новую версию продукта «Интерактивное ТВ»: теперь по всей стране у наших клиентов есть доступ к 190 ТВ-каналам (также онлайн или в записи). Зрители очень оценили такие воз-

можности: сегодня уже каждый третий подписчик смотрит ТВ тогда, когда ему удобно. **«Ъ-ТЕЛЕКОМ»:** Какого рода ТВ- и видеоконтент наиболее популярен в России? Какое место в этом списке занимает спорт?

А. Х.: Картину можно понять, посмотрев рейтинги TNS. Пока доминируют эфирные каналы и их контент. Что смотрели? Новости, отечественные сериалы и шоу. Если говорить про незфирное ТВ, то лидируют детские каналы, за ними — киноканалы, потом образовательные. Спорт нельзя назвать драйвером телесмотрения, как это имеет место во многих странах Европы и Америки. Причина в том, что практически все спортивные мероприятия идут на бесплатных эфирных каналах. В целом интерес «вообще к спорту» не очень большой. Есть большие пики на значимых матчах, прежде всего с участием российской сборной. Безусловно, будут огромные рейтинги открытия и закрытия Олимпийских игр, а также соревнований с большим шансом российских спортсменов на успех. А вот рейтинги прыжков с трамплина будут невысоки.

«Ъ-ТЕЛЕКОМ»: Какие возможности просмотра спортивных соревнований будут у зрителей во время Олимпийских игр в Сочи? Какую роль в реализации этих возможностей играет «Ростелеком»?

А. Х.: В рамках продукта «Интерактивное ТВ» и на портале Zaba.ru появятся специальные разделы, посвященные Олимпийским играм в Сочи. Наша задача — дать возможность смотреть все соревнования везде (дома, в офисе, в дороге) и на любых устройствах (телевизоры, компьютеры, планшеты, смартфоны).

«Ъ-ТЕЛЕКОМ»: Является ли направление ТВ и видео важным в бизнесе «Ростелекома»? Почему?

А. Х.: Для нашей компании это направление является стратегическим. Рынок растет на десятки процентов ежегодно. Потребители уже распробовали преимущества интерактивного телевидения и хотят еще больше, поэтому растет спрос на дополнительные услуги (различные тематические или по интересам ТВ-пакеты, премиальные и HD-пакеты, услуга видео по запро-

су и другие). Наши подписчики очень позитивно воспринимают изменения и развитие наших медийных проектов. За последние три года абонентская база увеличилась почти в десять раз, а ARPU за этот же период вырос более чем в два раза (сравните с рынком мобильной связи: там при росте количества пользователей доход с абонента снижается).

«Ъ-ТЕЛЕКОМ»: Каково будущее такого рода сервисов? Какие тенденции уже сегодня видны, как будут меняться телевидение и потребление видеоконтента?

А. Х.: Телевидение окончательно вошьется во всемирную паутину. Это просто дело времени — кстати, не столь далекого. Думаю, даже слово «телевидение» потеряет свой былой вес и статус. Останется просмотр видео (онлайн или в записи), а на каком устройстве — на телевизоре или на смартфоне — это будет уже вторично. Социальные сети генерируют более актуальный и востребованный контент, чем пассивное ТВ-смотрение, которое пока доминирует, но динамично сокращается.



DATA-МЕНЕДЖЕР МТС В ПОВОЛЖЬЕ

МТС В ПОВОЛЖЬЕ МЕНЯЕТ ДИРЕКТОРА И КОРРЕКТИРУЕТ СТРАТЕГИЮ

Михаил Чернышов, новый поволжский директор МТС, в Нижний Новгород переехал из Хабаровского края. На Дальнем Востоке под его руководством мобильным интернетом были обеспечены даже самые удаленные населенные пункты. В Нижнем Новгороде ему предстоит профессиональный level up — привлечь в имеющуюся инфраструктуру активных интернет-пользователей.



Директор МТС в Поволжье
Михаил ЧЕРНЫШОВ

Передача данных или DATA, выражаясь специализированным языком, — сегодня стратегическое направление развития всех операторов связи. Сегодня в России происходит тоже самое, что и на мировых телеком-рынках — весь трафик сотовых операторов переходит в «цифру» и в отдельных регионах доходы операторов от продажи интернет-трафика постепенно догоняют доходы от голосовых услуг. В этих условиях data-стратегия группы МТС, реализовывать которую в Нижнем Новгороде и Поволжье будет новый директор макрорегиона Михаил Чернышов, становится крайне актуальной.

ТРАФИК РАСТЕТ СРАЗУ ПОСЛЕ МОДЕРНИЗАЦИИ СЕТЕЙ

Следующий год станет годом «большой стройки» для МТС в Поволжье, — уверяет Михаил Чернышов: во многих регионах запускаются сети четвертого поколения стандарта LTE, кроме того в отдельных областях и республиках будут реализованы программы по увеличению емкости сети. В Нижнем Новгороде, в частности, МТС планирует инвестировать значительные средства в расширение покрытия.

— Инвестиции в развитие собственной сети в регионе — это один из первых шагов к увеличению объемов передачи данных?

— Безусловно. Возможности сетевой инфраструктуры — качество покрытия, скорости передачи данных, развитие транспортной сети — в первую очередь влияют на потребление абонентом новых услуг и сервисов. На Дальнем Востоке во многих удаленных населенных пунктах интернет был доступен только по DSL — представляете какие низкие это скорости загрузки информации, — уровень потребления услуг был достаточно невысоким. Когда мы предложили в качестве альтернативы мобильный интернет третьего поколения, объемы потребления трафика в районах начали экспоненциально расти. Следующий этап

модернизации сетей — оснащение базовых станций технологией Dual Carrier-HSDPA+ (DC-HSDPA+) — дал новый виток роста потребления трафика. Логика очень простая — потребление интернета растет, когда есть соответствующая инфраструктура.

— Соответственно, в Нижнем Новгороде следующий скачок потребления трафика будет после запуска сетей четвертого поколения?

— Кстати, в данном случае это будет не совсем так. Оговорюсь, — в нижегородском регионе в ближайшей перспективе мы видим несколько иные точки роста — увеличение количества пользователей услуг, связанных с передачей данных, среди своих абонентов. На текущий момент мы видим, что клиентам компании достаточно уже имеющихся скоростей в сетях третьего поколения. Тем более, что сегодня в Нижегородской области скорость загрузки мобильного контента может достигать 42 Мбит/с.

Что касается строительства и запуска сети 4G, то в следующем году мы введем их в эксплуатацию практически во всех регионах Поволжья, в том числе, и в нижегородском. Однако, так как LTE — пока достаточно новая технология, и рынок абонентских устройств, поддерживающих 4G LTE, в России еще только формируется, — то можно прогнозировать, что в первые месяцы после запуска сети четвертого поколения «взрыва» потребления трафика в наших сетях мы не увидим. Я думаю, ситуация будет аналогичной периоду запуска 3G: в первые несколько месяцев в сеть пришли несколько тысяч наиболее продвинутых абонентов, но трафик, который они генерировали, был невысоким. «Взрыв» потребления мобильного контента тогда произошел только когда на рынке появилось большое количество доступных по цене абонентских устройств с поддержкой нового стандарта.

ДРАЙВЕР РОСТА — СОБСТВЕННЫЕ АБОНЕНТЫ

— Получается, что следующий скачок потребления уровня потребления мобильного интернета в регионе произойдет только в середине 2015 года.

— Через год-полтора произойдет действительно скачок потребления, но до этого момента мы будем поступательно наращивать объемы передачи данных абонентами в наших сетях.

— За счет чего, как вы думаете, произойдет следующий скачок потребления мобильного интернета?

— Я уже оговорился, что наша точка роста сегодня — увеличение проникновения мобильного интернета в собственной абонентской базе. Сегодня в нижегородской области каждый второй клиент МТС является активным пользователем мобильного интернета — как правило, это достаточно молодая аудитория. Люди более старшего возраста готовы приобрести смартфоны или планшеты, или даже уже имеют их, но они пока не представляют, зачем им такой телефон, как грамотно использовать его функциональность. Мы видим своей задачей вовлечь этих абонентов в современные коммуникации: показать преимущества использования мобильного интернета для всех категорий пользователей — интернет-банкинг, расписание движения транспорта и информация о пробках, общение в социальных сетях с коллегами, причем иногда даже — с собственными детьми (смеется — прим. ред.). Чтобы стимулировать пользование интернетом с телефона, мы запустили новую линейку тарифов Smart с

«Мы видим своей задачей рассказать и показать преимущества использования мобильного интернета для всех категорий пользователей — интернет-банкинг, расписание движения транспорта и информация о пробках, общение в социальных сетях».

новым для российского рынка принципом тарификации, где предусмотрена оплата только за интернет-трафик, а голосовые услуги предоставляются пользователю бесплатно

ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ УСЛУГ

— Абоненты ждут не дожидаясь 1 декабря и начала предоставления MNP. — Услуга все-таки будет запущена в полном объеме в конце этого года или будет перенесена на следующий год?

— Со своей стороны, мы доработали информационные системы и технику и провели тестирование. Но для комплексной реализации услуги по переносу номера необходимо утвердить на законодательном уровне правила взаимодействия операторов, а этого документа в Минкомсвязи до сих пор нет. При этом в документе должны быть четко прописаны процедуры работы операторов фиксированной и сотовой связи, сервисов платежных систем. А без этого невозможна даже частичная реализация услуги, потому что это приведет к сбоям в процессе маршрутизации вызовов, — абоненты не смогут получать входящие звонки, а отсутствие интеграции платежных систем сделает невозможным пополнение счетов абонентов. Более правильным в сложившейся ситуации было бы внесение изменений в Закон «О связи» с целью переноса срока введения MNP с 1 декабря на более поздний срок для того, чтобы не дискредитировать услугу и к запуску этого сервиса могли подготовиться все участники рынка.

— Кроме закупки и настройки оборудования сотовые операторы еще как-то готовятся — все-таки абоненты могут начать действительно массовые миграции от одного оператора к другому?

— Мы чувствуем себя уверенно. От услуг МТС при самой большой абонентской базе в стране отказывается наименьшее количество абонентов. Сейчас у МТС самый низкий отток среди операторов большой тройки, по итогам второго квартала 2013 года он составил 9,4%, что свидетельствует о высокой лояльности абонентов к компании. На лояльность абонентов влияют такие факторы, как качество связи, доступность и удобство услуг, качество клиентского сервиса, а также меры оператора по борьбе с мобильным мошенничеством. Ну и конечно, МТС проводит огромную работу, чтобы, помимо качественной голосовой связи и комфортного доступа в интернет, дать абоненту, что называется, добавленную стоимость к базовым услугам. Это наши предложения в виде мобильного телевидения, геолокационных сервисов, финансовых услуг. Это и высокоскоростной домашний интернет по оптоволокну, кабельное ТВ, а для корпоративных клиентов — телематические услуги и M2M-решения. У нас есть все основания рассчитывать, что MNP позволит нам привлечь в свою сеть новых пользователей и упрочить свои позиции на рынке.

ИНТЕРНЕТМЭН

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР МАСМИ ПРОВЕЛ ОПРОС, ЦЕЛЮ КОТОРОГО БЫЛО ВЫЯВЛЕНИЕ ДОЛИ ВЗРОСЛОГО НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ, ПРЕДПОЧИТАЮЩЕГО ИНТЕРНЕТ ЖИВОМУ ОБЩЕНИЮ. ОКАЗАЛОСЬ, ЧТО 73% РЕСПОНДЕНТОВ ПОЛЬЗУЮТСЯ ИНТЕРНЕТОМ ДАЖЕ В МОМЕНТЫ, КОГДА НАХОДЯТСЯ В КОМПАНИИ ДРУЗЕЙ И ЛЮБИМЫХ, А ПОЛОВИНА ИЗ НИХ И ВОВСЕ ПРЕБЫВАЕТ ОНЛАЙН ПОСТОЯННО. В ПРОДОЛЖАЮЩЕМСЯ ПРОНИКНОВЕНИИ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЖИЗНЬ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА МОЖНО РАЗГЛЯДЕТЬ КАК ДОСТОИНСТВА, ТАК И ПОДВОДНЫЕ КАМНИ.

СТАНИСЛАВ КУПРИЯНОВ

ЛЮБОВЬ ПО ПРОВОДАМ Профессional рекламного бизнеса Джерри Мандер в 1978 году издал книгу с говорящим названием «Четыре довода против существования телевидения». В кратком пересказе эти доводы звучат так: во-первых, телевидение отрывает человека от реального мира и расслабляет его. Во-вторых, телевидение по определению не может быть свободно от цензуры и контроля, так как это идеальный инструмент для управления обществом. В своих аргументах господин Мандер был вовсе не оригинален: схожие обвинения в первой половине XX века настигали и кинематограф, и радио. Вполне закономерно, что такие же опасения среди экспертов вызвало быстрое распространение интернет-технологий. Как повлияет перманентное воздействие ИКТ на среду обитания человека? Согласно результатам опроса МАСМИ, многие оставляют без внимания живое общение с друзьями и родственниками. В ходе интервью выяснилось, что 80% опрошенных предпочитают досуг в интернете. Причем на работе респонденты треть доступного времени используют именно на развлечения в глобальной сети. Опрошенные предпочитают веб-серфинг домашним делам (47%), работе (14%), учебе (10%) и приему гостей (5%). А женщины предпочитают интернет домашнему досугу на 4% чаще, чем мужчины.

«Сегодня в полночь ухожу из интернета. Я покидаю одно из главных пяти технологических достижений человечества всех времен и народов, чтобы обрести немного мира и покоя» — такую запись в мае прошлого года опубликовал американский журналист Пол Миллер. Колумнист и редактор популярного технопортала The Verge решился на проведение смелого эксперимента — возможно ли провести целый год без доступа к электронной почте, новостным сайтам, социальным сетям и мобильным приложениям. «Я хочу отделить свою жизнь от режима постоянной подключенности, чтобы увидеть, какие аспекты технологий и коммуникаций имеют настоящую ценность, а какие только вредят мне и самой моей жизни, уму и сердцу», — писал господин Миллер.

Результаты эксперимента оказались неожиданными. Первые несколько месяцев журналист действительно чувствовал эйфорию. Он похудел на 7 кг, не прикладывая особенных усилий, купил велосипед и обзавелся почтовым ящиком, испытывая настоящее удовольствие от получения бу-

ВСЕ АСПЕКТЫ ЛИЧНОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА ПРОНИЗАНЫ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ, РОЖДЕНИЕ КОТОРЫХ ПРОИЗОШЛО ВМЕСТЕ С ПЕРВЫМ ТЕЛЕФОННЫМ ЗВОНКОМ



ТЕНДЕНЦИИ



ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ЗАТРАГИВАЮТ ЧЕЛОВЕКА НА ВСЕХ УРОВНЯХ. ВИРТУАЛЬНАЯ ЧАСТЬ ЛИЧНОСТИ СТАНОВИТСЯ НЕ МЕНЕЕ ВАЖНОЙ И РЕАЛЬНОЙ, ЧЕМ ФИЗИЧЕСКАЯ

мажных писем от читателей The Verge. Но вскоре все вернулось на круги своя: «Я забросил мои позитивные оффлайн-привычки и обнаружил новые оффлайн-пороки. Вместо того чтобы взять скуку, отсутствие стимуляции и превратить их в жажду развития и креативность, я скатился до пассивного потребления и социального уединения», — писал Пол Миллер год спустя после начала эксперимента. — Много было попыток разоблачить ложную концепцию «друзей на Facebook», но я скажу вам: друг на Facebook лучше, чем вообще ничего».

ПОЛЗИ, УЛИТКА, ПО СКЛОНУ ФУДЗИ Надежды автора эксперимента на то, что отсутствие соединения с интернетом позволит ему развить креативность, чаще заниматься спортом и больше общаться с друзьями, не оправдались. Оказалось, что внутреннее состояние не слишком меняется с наличием или отсутствием интернета. В то же время, лишая себя доступа в сеть, человек теряет множество возможностей потенциальных коммуникаций. «В определенный момент родители не знали, жив ли я, посылая сестру проводить меня. В интернете мне не составляло труда убедить людей, что я жив

и в сознании, проще сотрудничать с коллегами, проще быть частью общества», — признается господин Миллер.

Технологии сопровождают нас повсюду, поскольку мы живем в техногенном мире, объясняет Дмитрий Масельский, генеральный директор Ericsson в России: «И наиболее динамичное развитие демонстрируют технологии связи. За последние десятилетия появление новых решений, услуг и возможностей повлияло на все аспекты личной и социальной жизни современного человека. От общения с друзьями и планирования отпуска до внедрения электронных государственных и банковских услуг, электронной медицины, транспорта, энергетики — все пронизано телекоммуникационными технологиями, рождение которых произошло вместе с первым телефонным звонком. При этом доступ к коммуникационным технологиям — один из ключевых факторов комфорта и безопасности жизни для человека и ключевой фактор для развития экономики. Мы управляем своей жизнью с помощью мобильного телефона, мы ведем дела по электронной почте, мы пользуемся электронными картами и смотрим футбольные матчи со смартфона. Примечательно, что мы с успехом соединяем различные активности — проверяем почту и читаем новости, оплачиваем билеты и планируем маршрут с друзьями в социальных сетях. Согласно исследованиям, в сутках современного человека более 40

часов именно в связи с мультиактивностью, которая стала возможна благодаря технологиям, соединяющим общество. Технологии создают пространство для творчества, обучения, обмена знаниями и идеями».

Доцент НИУ ВШЭ Маргарита Зобнина отмечает, что помимо изменения скорости распространения информации и принятия решений ИКТ принесли еще несколько ключевых изменений среды обитания человека. Одно из них — возвращение к модели «большой деревни» и укрепление связей. В XX веке с урбанизацией и ростом мобильности людей семейные и дружеские связи стали менее прочными, а интернет и телефон вернули интенсивность общения и укрепили их, объясняет госпожа Зобнина. Теперь для того, чтобы родители знали, как поживают их дети, им достаточно зайти на их страницу в соцсетях. А чтобы пообщаться с уехавшим другом или коллегой — скайп, соцсети и Whatsup. То же можно сказать и об отношениях «работник—работодатель»: расстояние не имеет больше такого значения, как раньше. Большой мир свернулся в маленькую деревню, где все про всех все знают, где ничего нельзя утаить, где глупость или мудрость каждого видны всем, где новости распространяются мгновенно и вы в любой момент можете найти собеседника, получить совет или поддержку, поговорить с близкими или просто знакомыми и можно быть в практически любой точке цивилизованного мира. При этом человек может управлять своим образом, может жить несколько жизней, пробовать различные образы, что делает жизнь интереснее и разнообразнее.

Кроме того, распространение ИКТ существенно снизило барьеры для начала нового бизнеса, что стимулировало развитие малого и среднего предпринимательства, объясняет Маргарита Зобнина: «Что мы и наблюдаем на примере ebay, etsy, отдельных интернет-магазинов, YouDo. Это расширяет ассортимент товаров и услуг и улучшает качество жизни потребителей. И снижение издержек в интернет-бизнесе предоставляет возможность обслуживать «длинный хвост» — редкие запросы и потребности и нестандартные интересы, которые обычно нерентабельно обслуживать в оффлайн-точках продаж». Она приводит такой пример: баеры покупают в оффлайн-магазины, как правило, стандартные размеры: женская обувь от 36, мужская — до 46 и стандартная полнота. При этом, например, британские производители обуви, как правило, предлагают несколько видов полноты. То же с размерами одежды, которые на самом деле идут через размер.

Исследования Ericsson Consumer Lab среди молодежи показывают, что они гораздо активнее в общении, мобильнее, легче находят необходимую информацию, рассказывает господин Масельский. «Персональное общение сопро-

вождает их постоянно. Где бы они не находились: на учебе, дома, на отдыхе или на работе, они остаются онлайн. Их привычки оказывают влияние на их отношение к работе и работодателям. Например, мы выяснили, что молодые специалисты привносят в свою работу очень многое из своей личной жизни, при этом не позволяя работе вторгаться в свою личную жизнь. Несмотря на то что они стремятся эффективно выполнять свои обязанности, для них почти невозможно отказаться от постоянного личного общения в рабочее время — например, они регулярно проверяют Facebook, пользуются мессенджерами, посылают и получают текстовые сообщения в течение всего дня. И считают это своим правом, а не привилегией. Основная черта будущих поколений, которая проявляется и определяет поведение людей уже сегодня, — потребность постоянно оставаться подключенными к сети, иметь постоянный доступ к полезной информации, развлекательному контенту и возможность общения. И эти потребности, в свою очередь, определяют направление развития технологий», — заключает он.

Хороший пример из этой области приводит сетевой теоретик Натан Юргенс: уже сегодня в нашем реальном мире очень много виртуальных элементов, а в мире виртуальном, соответственно, элементов «настоящих». Мобильными телефонами и компьютерами пользуются люди из плоти и крови, но когда мы путешествуем где-нибудь, оставив в гостинице все свои устройства, то интернет все равно влияет на наши действия. Мы думаем: стоит ли написать об этом в Facebook или Twitter после возвращения? Судя по всему, этот процесс взаимопроникновения реального мира и виртуального в дальнейшем будет лишь усиливаться. ■



Владислав Соколов

А ВЫ СОЦИАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ КАК ЧАСТО ПОЛЬЗУЕТЕСЬ?

Андрей Бухаров, руководитель территориального управления Росимущества по Нижегородской области:

— Раньше я пользовался такими социальными сетями, как Facebook, «Одноклассники», но сейчас мой аккаунт есть только в Twitter. Все-таки соцсети — это слишком личное, а поскольку должность у меня публичная, то информацию о частной жизни стоит держать при себе. Twitter же дает возможность донести нужную информацию до неограниченного круга лиц. Использую его только для рабочих целей.

Александр Тимофеев, депутат законодательного собрания Нижегородской области:

— У меня есть аккаунт в Facebook, но пользуюсь я им крайне редко. Раз-два в неделю захожу, и то, когда долго еду в машине — хочется время занять.

Александр Бочкарев, депутат думы Нижнего Новгорода:

— Я постоянно нахожусь в Twitter. Соцсети для меня — именно Twitter, в остальных же меня нет. Еще я смотрю форум Нижнего Новгорода, читаю обсуждения. На другие соцсети — «В контакте», «Одноклассники», Facebook мне не хватает времени. Я больше просматриваю РБК, нижегородские новостные сайты, которые являются информационными, а не развлекательными.

Анна Гор, директор нижегородского филиала Государственного центра современного искусства «Арсенал»:

— Я пользуюсь только Facebook, потому что там находится все профессиональное сообщество в обла-

сти современного искусства, то есть мои ближайшие коллеги, и это самый быстрый способ с ними связаться. Признаться, я использую Facebook преимущественно не как писатель, а как читатель. Для меня это новостная лента, потому что там можно найти важную профессиональную информацию. Всего в соцсетях я провожу совсем немного времени, минут 15 в день. Как правило, я просматриваю Facebook за обедом, как раньше по утрам просматривали свежую газету. Другими соцсетями принципиально не пользуюсь, потому что соцсети для меня имеют исключительно прикладной характер, Facebook меня в этом плане вполне удовлетворяет.

Александр Котюсов, президент группы компаний «Пир»:

— Я стараюсь как можно меньше пользоваться соцсетями, потому что они очень отвлекают от реальной жизни. А жизнь намного интереснее, чем соцсети, и лучше, честно говоря, книжки читать, чем общаться в соцсетях. Тем не менее я активно пользуюсь Facebook, здесь я с определенной регулярностью, два-три раза в неделю, публикую посты на ту или иную тему, даю ссылки на свои интервью. Вообще, в Facebook я захожу ежедневно, потому что нахожу там интересную информацию городского или федерального уровня, которую не нашел бы, если бы специально искал. Еще я зарегистрирован в «Одноклассниках», но этой соцсетью практически не пользуюсь. Кстати, ко мне вообще не применимо понятие «сидеть в соцсетях»: я установил себе функцию оповещения на телефон и на планшет о сообщениях в соцсетях. Поэтому я трачу на соцсети не больше 10–20 минут в день.

«МЕГАФОН»: СКОРОСТЬ ИСЦЕЛЯЕТ

НЕДОСТАТОЧНАЯ СКОРОСТЬ МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА МОЖЕТ ЛЕГКО СТАТЬ ПРИЧИНОЙ ДИСКОМФОРТА, ОСОБЕННО, КОГДА НЕВОЗМОЖНО ОПЕРАТИВНО ОТПРАВИТЬ ДОКУМЕНТ ПО ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЕ, ЗАГРУЗИТЬ СТРАНИЦУ В СОЦСЕТИ ИЛИ ПРОСМОТРЕТЬ ТРЕЙЛЕР К НОВОМУ ФИЛЬМУ. ЧТОБЫ ИЗБЕЖАТЬ ПОДОБНЫХ ПРОБЛЕМ, «МЕГАФОН» ПРЕДЛАГАЕТ ПОПРОБОВАТЬ САМЫЙ БЫСТРЫЙ МОБИЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ. ВСЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПЕРЕДАЧИ ДАННЫХ В СЕТЯХ ТРЕТЬЕГО И ЧЕТВЕРТОГО ПОКОЛЕНИЙ (3G/4G) ПОЗВОЛЯЕТ ОЦЕНИТЬ ФИРМЕННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ОПЕРАТОРА.

Например, новинка этого года — планшет MegaFon Login. Функциональный гаджет сочетает в себе все основные функции современного планшета. Работает на двухъядерном процессоре и имеет 1Гб оперативной памяти, оснащен семи-дюймовым дисплеем и стереодинамиками. По словам специалистов компании, в планшетный компьютер вшита система City Guide, позволяющая использовать устройство в качестве полноценного навигатора. При этом стоимость MegaFon Login весьма привлекательна. При покупке планшета вместе с опцией «Интернет S» абонент получит современное устройство и скоростной мобильный интернет всего за 5360 рублей.

Кроме того, в салонах «МегаФона» представлены фирменные модемы и роутеры, довольно компактные и удобные для использования как дома или на работе, так и в поездках. Данные устройства предлагаются в комплекте с интернет-пакетом. Например, комплект «Модем E352» включает в себя само usb-устройство, sim-карту и специальный тарифный план «МегаФон-Онлайн». Приобретая такой комплект, абонент получает месяц безлимитного интернета. Если же вы решите приобрести роутер, к примеру E586, он не только обеспечит быстрый беспроводной доступ в интернет в любой точке приема сети «МегаФон», но и может использоваться в качестве wi-fi роутера.



Еще одно устройство в линейке компании — флагманский смартфон MegaFon 4G Turbo. «Он работает на скорости до 100 Мбит/с в сетях 4G от „МегаФона“, которые сегодня уже действуют в Арзамасе и Дзержинске. Данный смартфон будет интересен и нижегородцам, так как он без проблем функционирует в сетях 3G. К тому же он может работать в формате видеозвонка. В Нижнем Новгороде „МегаФон“ — единственный оператор, сети которого предоставляют возможность использовать эту

функцию фронтальной камеры смартфона. При этом цена аппарата вместе с опцией «Интернет S» составляет всего 10860 рублей», — рассказывает «мега-гуру» Центрального филиала ОАО «МегаФон» Сергей Масленицын.

На фоне появления доступных по цене смартфонов и планшетов увеличиваются и объемы потребляемого мобильного трафика в сетях передачи данных. Вместе с тем абоненты всегда ждут появления новых выгодных условий интернет-доступа. Поэтому помимо гаджетов в арсенале компании есть целая линейка интернет-опций «Интернет XS, S, M, L, XL», позволяющая абоненту выбрать оптимальный объем для своего мобильного устройства.

«Современный мир невозможно представить без многочисленных гаджетов: смартфоны, планшеты значительно облегчают нам жизнь, делая ее более мобильной. Однако без доступа к сети интернет все эти устройства — лишь умные игрушки. Именно поэтому наша компания делает акцент на предоставлении качественного, а главное — быстрого мобильного интернета. Приобретая современные мобильные устройства оператора, клиент получает гаджет с интернетом от „МегаФона“ внутри, достаточно просто вставить сим-карту», — отметила директор по связям с общественностью Центрального филиала ОАО «МегаФон» Данилова Юлия.

РЕКЛАМА

ЗДОРОВЫЕ ИННОВАЦИИ ПЕЧАТЬ ЛЕКАРСТВ НА 3D-ПРИНТЕРАХ, МОДЕЛИРОВАНИЕ ВНУТРЕННИХ ОРГАНОВ, ТЕЛЕМЕДИЦИНА УЖЕ НЕ ДАЛЕКОЕ БУДУЩЕЕ, А ПОЧТИ НАСТУПИВШАЯ РЕАЛЬНОСТЬ. В ОБЛАСТИ МЕДИЦИНЫ И ЗДРАВООХРАНЕНИЯ ИННОВАЦИИ ПРОДВИНУЛИСЬ НАСТОЛЬКО, ЧТО ЧЕРЕЗ НЕСКОЛЬКО ДЕСЯТИЛЕТИЙ ДАЖЕ СТАРОСТЬ МОЖЕТ СТАТЬ ЧЕМ-ТО ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО РЕДКИМ.

СВЕТЛАНА РАГИМОВА

ЛЕКАРСТВА ПО E-MAIL. Игорь Артюхов, руководитель научной группы Института биологии старения, рассказывает: «В медицине наших дней наблюдается несколько перспективных трендов. В целом подход становится более индивидуальным. К примеру, существуют экспериментальные проекты по синтезу индивидуальных вакцин против рака у конкретных больных. То есть не для больных каким-то определенным типом рака (легких, кожи и пр.), а для каждого пациента. Ведь на самом деле каждый случай уникален».

Не так давно профессор Ли Кронин собрал интернациональную команду из 45 исследователей в Университете Глазго в Шотландии для того, чтобы создать 3D-принтер для печати химических препаратов. На самом деле многие лекарства состоят из одного и того же набора элементов, которые могут использоваться как чернила в таком устройстве, что позволит синтезировать нужные органические молекулы. По словам господина Кронина, чуть ли не во всех пилюлях используются углерод, водород и кислород наряду с газовым агентом, таким, как растительное масло или парафин. В будущем, если технология получит распространение, мы сможем просто скачать рецепт врача, прийти в салон печати пилюль и подождать пять минут, пока нам не приготовят набор таблеток с индивидуально подобранными компонентами. Не исключено, что роль врача по ту сторону компьютера (или мобильного устройства) будет играть не живой человек, а экспертная медицинская система, обладающая полной информацией о состоянии нашего тела и истории болезней.

Другое большое направление развития медицины, по словам Игоря Артюхова, касается создания искусственных органов из живых клеток. Несколько лет назад была совершена первая операция поживлению искусственной трахеи. В Италии в Институте фармакологии Марио Негри этой осенью выращенную из стволовых клеток почку прижили мышам, и она прекрасно работает. В России в Кубанской медицинской академии был открыт Центр регенеративной медицины, который получил грант и закупил оборудование для изучения механизмов регенерации, создания тканеинженерных трансплантатов и биоинженерных органов.

Современные технологии 3D позволяют моделировать на компьютере органы человека со всеми физическими и биохимическими характеристиками, причем в динамике. К примеру, программное обеспечение компании Dassault Systems под названием SIMULIA использовалось компанией Sunshine Heart для разработки модели сердечной помпы, которая встраивается в орган извне и помогает ему работать. Компьютерная программа дала возможность опробовать изобретение на виртуальной модели бьющегося сердца, а также подобрать правильные материалы без проведения долгих экспериментов над животными и людьми. Также компьютерная модель позволила проверить долговечность устройства, спрогнозировав, что будет происходить спустя годы его использования — сердце человека бьется в среднем с частотой 80 ударов в минуту, а это означает 42 млн циклов в год. Созданная компанией 3D-модель может теперь использоваться для индивидуальной подборки конфигурации помпы.

В будущем орган или его часть можно будет смоделировать в 3D с учетом особенностей определенного пациента и просто напечатать на принтере, в котором вместо чернил ис-

пользуются живые клетки. Идея такого устройства была выдвинута в 2010 году. А уже в 2011-м автор концепции директор Института регенеративной медицины при Университете Уэйк-Форест Энтони Атала продемонстрировал работающее устройство на конференции TEDx2011. Это устройство способно воссоздать человеческую почку примерно за шесть-семь часов. Ученый считает, что в будущем подобный принтер может стать рядовым домашним прибором и печатать клетками прямо на теле пациента, например в случае лечения бытовых ран.

ДИАГНОСТИКА ПО ФОТО Телемедицина развивается уже много лет, в том числе в России. Удаленное хранение информации о пациентах, обработка данных в «облаке», дистанционное обращение к экспертным интеллектуальным информационным системам — это уже не будущее, а настоящее. Такие программы на базе искусственного интеллекта способны производить точную диагностику и выдавать предписания, подбирать лекарства с учетом полной картины состояния пациента, истории его болезни и в соответствии с его образом жизни. Платформа Ericsson Mobile health помимо всего прочего позволяет пациенту и врачу обмениваться медицинскими данными, дает возможность взаимодействовать подразделениям сети клиник, осуществлять передачу информации между разными организациями и даже контролировать состояние здравоохранения в масштабе целой страны. В комплексе mHealth может использоваться несколько датчиков, передающих информацию о показателях жизнедеятельности больного прямо в медицинское учреждение, где он обслуживается. Они подключаются к ПК или мобильному устройству с соответствующим приложением и отправляют данные. Компания предлагает в стандартном наборе несколько интегрированных датчиков: измеритель пульса, гликометр, монитор кровяного давления, шкалу веса и другие. Система позволяет встроить в комплекс практически любые сенсоры из имеющихся на рынке.

Благодаря технологиям телемедицины медработник, посещающий пациента, может заносить его данные с планшета прямо в электронную карту в базе данных на удаленном сервере и получать полную информацию о болезни и особенностях данного больного. Пациент может консультироваться у лучших специалистов, которые находятся в любом месте земного шара, через устройство, подключенное к сетям связи.

Решение компании Ericsson в области e-Health используется Министерством здравоохранения и социального обе-

спечения Республики Хорватия совместно с Национальным институтом страхования здоровья и здравоохранения. Этими организациями был запущен проект перехода на электронный формат взаимодействия между 2,4 тыс. команд, работающих в сфере медицины, в 20 странах мира. Существующая сегодня Медицинская сетевая информационная система (Healthcare Networking Information System) предоставляет услуги по созданию электронных отчетов и бронированию, обновлению записей о пациентах, выдает цифровые рецепты и предписания. Все эти документы рассылаются в лаборатории, аптеки и больницы в электронном виде.

В МТС считают телемедицину одним из перспективных направлений своей деятельности. Компания предоставляет заказчикам готовые решения. Например, оснащает SIM-картами кардиографы машин скорой помощи, для того чтобы из удаленного населенного пункта можно было связаться с диагностическим центром в региональной больнице и оперативно получить необходимые рекомендации по лечению. Один из последних таких проектов был реализован в Свердловской области.

«Также мы участвуем в инновационных пилотных проектах», — рассказывает Дмитрий Солодовников, руководитель направления по взаимодействию со СМИ компании МТС. — В сентябре ОАО «Всероссийский НИИ «Градиент» (один из крупнейших разработчиков в области естественных и технических наук в России) и наша компания подписали соглашение, в рамках которого планируются запуск в серийное производство и коммерческая реализация телемедицинских браслетов, оборудованных SIM-чипами МТС для мобильной передачи данных». Такой браслет позволяет получать информацию о температуре тела, пульсе, кровяном давлении, уровне сахара в крови, насыщенности крови кислородом, а также других показателях жизнедеятельности человека. Телеметрические данные, полученные прибором, с помощью встроенного в него SIM-чипа МТС передаются по мобильной сети связи в диспетчерский центр, где автоматически обрабатываются, и в случае угрозы для здоровья пациента передают сигнал медицинскому персоналу. Институт уже получил ряд предзаказов как от российских медицинских учреждений, так и от зарубежных.

ХИРУРГ СО СТАЛЬНЫМИ НЕРВАМИ Телекоммуникационные технологии сегодня развились настолько, что даже присутствие хирурга обязательно на операции. Телехирургия развивается уже более 15 лет. Так, только в 2010 году компания Intuitive Surgical поставила в

клиники более тысячи роботов-хирургов Da Vinci, которые управляются руками врача дистанционно и используются для проведения операций на сердце и других внутренних органах. В будущем робот Da Vinci будет делать операции сам, без участия хирурга. 25 октября Da Vinci Surgical System был впервые использован для операции на открытом сердце в Великобритании. Операция длилась девять часов. Процесс шел под управлением компьютерной программы, которую в любой момент можно было остановить в случае возникновения непредвиденной ситуации. Машина блестяще справилась с задачей: по отзывам врачей, даже руки очень опытного хирурга не способны провести такую операцию лучше и безопаснее. Робот действовал в очень ограниченном пространстве: в данном случае манипуляции производились через разрез длиной 3,5 см. Также роботу не понадобилось раздвигать ребра, чтобы ввести манипулятор в грудную клетку. Это было бы необходимо, будь на его месте человек. Da Vinci обладает гораздо более широким набором инструментов и умеет проводить такое количество манипуляций, которое рядовая хирургическая бригада не способна задействовать за одну смену.

Активные разработки в области роботизированной хирургии ведутся в Японии, Германии, России, Китае и других странах мира. В нашей стране уже выданы патенты на изобретение робота-хирурга для проведения ортопедических операций.

РАЗЛОЖИТЬ ПО ПОЛОЧКАМ Другое большое направление, которое сейчас стремительно развивается, — это персональная геномика. Секвенирование гена становится все менее затратным, хотя пока недоступно большинству людей. Первый анализатор ДНК, к примеру, способный делать анализ генома по единственной молекуле в реальном времени, стоит \$700 тыс.

На сайте 23andme.com можно купить DNA Spit Kit за \$299 для более простой процедуры — генотипирования. В комплект входит трубочка, куда необходимо поместить некоторое количество слюны, упаковать ее и отправить почтой в лабораторию. Спустя несколько недель информация о вашем геноме будет доступна для вас на сайте. Генотипирование может использоваться отнюдь не только для удовлетворения любопытства. Знание человека о своих генетически обусловленных предрасположенностях позволяет не тратить ресурсы на профилактику маловероятных заболеваний, а заняться предотвращением реально существующих потенциальных угроз здоровью. Данный метод может применяться даже для составления индивидуального плана питания.

Игорь Артюхов рассказывает, что в более отдаленном будущем, когда секвенирование станет дешевле и проще, если обнаружится генетический сбой — к примеру, какой-то гормон вырабатывается в неправильных количествах, можно будет клетки перепрограммировать. Эксперименты в этой области уже ведутся: модифицированные стволовые клетки вводятся в конкретный орган и дополняют дефектные, снижая или ликвидируя остроту проблемы. А в еще более отдаленном будущем медицина придет к тому, что процесс старения можно будет вообще выключить. ■



REUTERS

ЧЕРЕЗ ЭКРАН МОБИЛЬНОГО УСТРОЙСТВА ПАЦИЕНТ МОЖЕТ ОБЩАТЬСЯ С САМЫМИ КОМПЕТЕНТНЫМИ ВРАЧАМИ В ЛЮБОЙ ТОЧКЕ ЗЕМНОГО ШАРА



ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА



Все дела всегда с собой

С тарифом «Умный бизнес» Ваши сотрудники будут в курсе всех рабочих дел, где бы они ни находились.

Ведь у них будет постоянный доступ к почте и бизнес-новостям с пакетом мобильного интернета и возможность безлимитных звонков коллегам. И все это доступно в том числе в командировках по России.



МТС

corp.mts.ru

В ежемесячную плату линейки тарифов «Умный бизнес» включены: пакет интернет-трафика, безлимитные звонки на мобильные номера МТС домашнего региона, оформленные на одного абонента и обслуживающиеся по корпоративным тарифным планам, и пакет минут на номера всех операторов домашнего региона и номера МТС России при нахождении в домашнем регионе. Пакеты минут и интернет-трафика распространяются на междугородные звонки и внутрисетевой роуминг при подключении опции «Вся Россия». Подробности о линейке тарифов, стоимости подключения, ежемесячной плате и условиях опции «Вся Россия» — на сайте corp.mts.ru

ПРИГОТОВЬТЕСЬ К НЕОЖИДАННОМУ РОСТУ

Повышайте прибыльность бизнеса,
контролируйте качество работы отдела продаж



ВИДЕОНАБЛЮДЕНИЕ

- контроль работы сотрудников



ОБЛАЧНАЯ АТС

- статистика и запись звонков



ИНТЕРНЕТ

- надежный обмен данными

**ПАКЕТ ТЕЛЕКОМ-РЕШЕНИЙ
ДЛЯ ОФИСА ЗА 3400 Р.***



дом.ru

БИЗНЕС

УЗНАЙТЕ ПОДРОБНЕЕ

8 800 333 9000

B2B.DOMRU.RU

* Подключение происходит при технической возможности на условиях тарифных планов, действующих в компании «ЭР-Телеком». Услуги в г.Пермь оказывает ОАО «ЭР-Телеком», в остальных городах ЗАО «ЭР-Телеком Холдинг». Цена действительна при подключении услуг связи «Доступ в интернет» по тарифному плану «Комплекс 1000», по услуге связи «Телефония от «ЭР-Телеком» к дополнительной услуге «Виртуальная АТС» по тарифному плану «Мини», по услуге «Видеонаблюдение» при подключении 1 камеры. Указан размер ежемесячной абонентской платы. Подключение оплачивается дополнительно. С условиями подключения вы можете ознакомиться на сайте www.b2b.domru.ru.