

ТЕЛЕКОМ

С интернет-провайдеров требуют отчета

правила игры

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

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

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

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



ВЫДЕРЖКИ ИЗ НОВЫХ ПРАВИЛ

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

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

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

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

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

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

Александр Малахов

На широкую полосу

региональная экспансия

(Окончание. Начало на стр. 25)

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

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

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

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

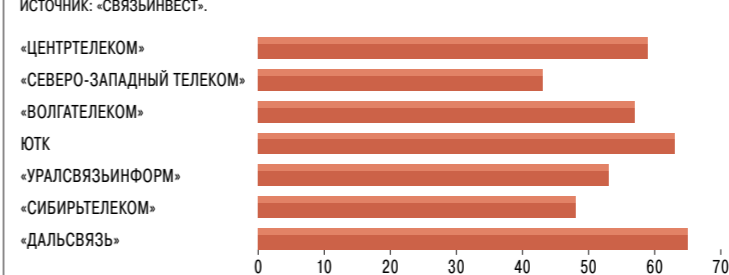
АУДИТОРИЯ ИНТЕРНЕТА В РОССИИ В 2003–2010 ГОДАХ (МЛН ЧЕЛ.)

ИСТОЧНИК: MFORUM ANALYTICS.



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

ИСТОЧНИК: «СВЯЗЬИНВЕСТ».



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

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

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

Слоны на подходе

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

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

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

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

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

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

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

Неформатная полиса

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

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

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

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

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

Три через два

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

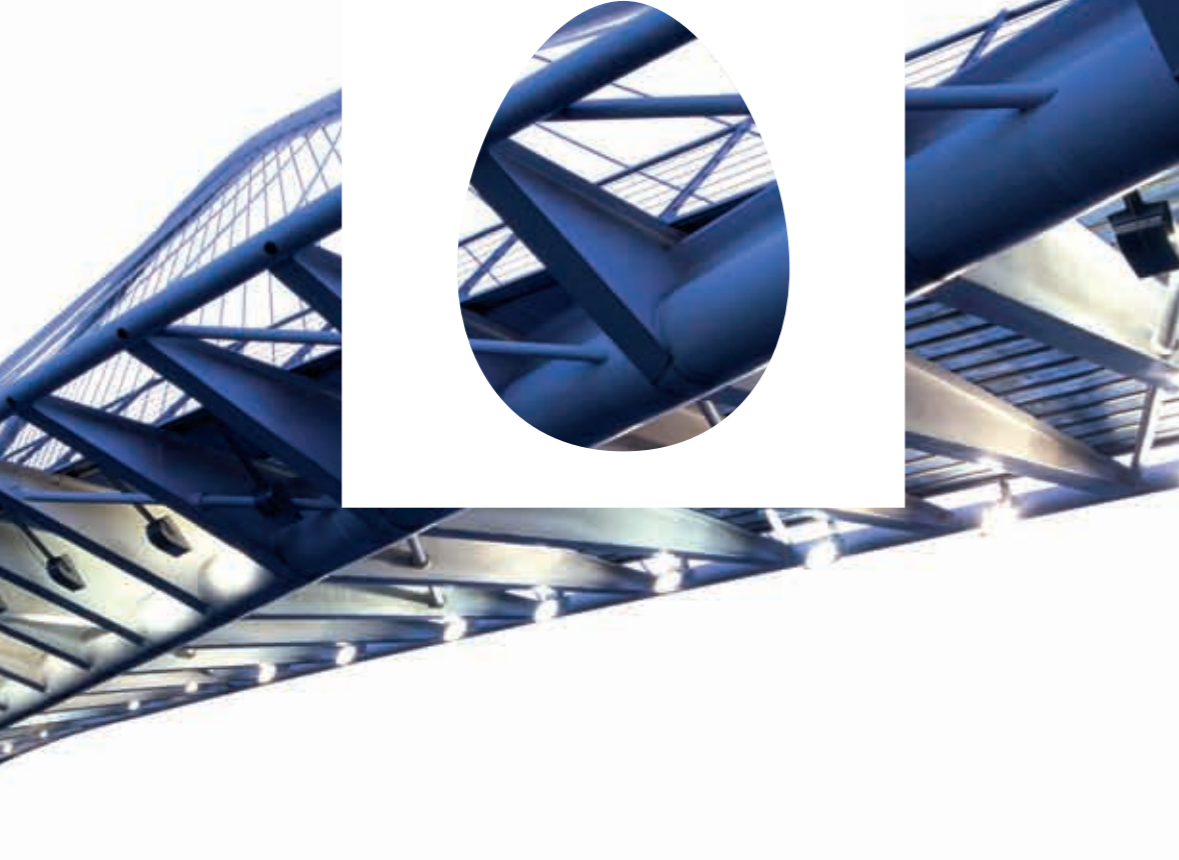
По словам Элдара Разроева, ежегодно цена услуг широкополосного доступа в России снижается в среднем на 10–20%. «Если считать, что по уровню развития региональные рынки ШПД отстают от московского на три-четыре года, а питерский рынок в среднем на два года, то интенсивного роста проникновения услуг ШПД,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

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

Александр Пилотов

КОМСТАР > СВЯЗЬ > БИЗНЕС

Эффективная связь в вашем офисе



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



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