

ции, не ясны и многие другие аспекты системы. До сих пор даже не ясно, где она начинается и где заканчивается. Раньше она понималась как система передачи вызовов до ЕДДС, а теперь перешла в ранг управляющих систем и насыщается связями с другими системами (ГЛОНАСС, мониторинг объектов, оповещение населения, “безопасный город” и др.).

Только-только начали разбираться и с тем, кто же является заказчиком Систем-112. 16 ноября Госдума приняла в первом чтении законопроект “О внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации в части создания системы обеспечения вызова экстренных оперативных служб по единому номеру “112” (внесен Правительством 1 августа). Если законопроект станет законом, то создание Системы-112, обеспечение ее эксплуатации и развития войдут в полномочия органов госвласти регионов, а в полномочия органов местного самоуправления — участие в этих работах.

Заметим, это еще одно полномочие администрации региона, но не их обязанность, и Правительство может только рекомендовать региональным и местным органам власти до 2017 г. завершить создание Системы-112 или

предусматривать при формировании проектов бюджетов средства на эти цели.

Статья 2 законопроекта вводила в ч. 7 ст. 22 ФЗ “О пожарной безопасности” норму, обеспечивающую единообразный подход к закреплению номера “112” и номера приема сообщений о пожарах (в соответствии с системой и планом нумерации). Однако этот пункт законопроекта профильный комитет Госдумы отклонил, посчитав, что положения ст. 2 противоречат ст. 1, определяющей, что вызов экстренных оперативных служб осуществляется по единому номеру “112”. Одновременно не прошел и п. 2 ст. 3 законопроекта о том, что ст. 2 вступает в силу через 6 месяцев со дня принятия законопроекта. Видимо депутаты думают, что им достаточно “нажать на кнопку”, и все сразу перейдут на номер “112”.

Вторая и, может быть, главная проблема — недостаток средств. Предельный объем финансирования этой ФЦП за счет федерального бюджета определен в 22,9 млрд. руб., за счет региональных бюджетов — 19,3 млрд., за счет внебюджетных источников — 23,6 млрд. Итого — 65,8 млрд. руб. Если вспомнить, что Курская Система-112 обошлась в 400 — 500 руб. в расчете на жителя, то эта цифра вполне

оправдана. Однако сама ФЦП по созданию Системы-112 все еще не утверждена, а в проекте бюджета на 2013 г. на ее финансирование предусмотрено всего 2 млрд. руб., а на 2014 и 2015 гг. по 1 млрд.

Так что главная нагрузка по финансированию развертывания зон 112 ляжет главным образом на региональные и местные бюджеты, а затраты по переводу местных сетей связи на использование номера “112” — на операторов. Как отметил В. Копытов, на своей территории регионалы и муниципалитеты — “царь и бог”, но денег у них нет. Нет ни на разворачивание Системы, ни на ее эксплуатацию. “Построим, развернем, а на чей баланс поставить рабочие места, серверы, узлы связи?”. Ведь на содержание Системы-112 требуется до 500 тыс. руб. в расчете на одно место диспетчера. А еще нужно привлечь ИТ-спецов для ее поддержки.

Как видим, ни нормативные, ни финансовые вопросы реализации Системы-112 до сих пор не решены. А без этого ожидать рывка в продвижении Системы на всю территорию страны не поможет и призыв “За работу товарищи!”.

Б.А. ПАРФЕНОВ



Будущее нельзя предвидеть, но можно изобрести

Компании “ПРОТЕЙ” в этом году исполнилось 10 лет. Это серьезный срок на рынке телекоммуникационных разработок. Об основных этапах в развитии компании и секретах успеха нам рассказал заместитель директора — Владимир Анатольевич Фрейнкман.

ВС: Вашей компании минувшей осенью исполнилось 10 лет. К моменту ее возникновения российский рынок ИТ-решений для операторов связи во многом сформировался. Как вам удалось завоевать “место под солнцем”?

В.Ф.: Есть стойкое ощущение, что нам удалось не просто заскочить в вагон, когда двери уже закрывались, но и занять достаточно хорошее место. ПРО-

ТЕЙ изначально сделал ставку на максимальную гибкость и надежность предлагаемых решений. И это сработало. Именно за счет надежности решений и готовности адаптировать их под нужды операторов удалось получить первые проекты в том же МегаФоне.

В те годы возможность, например, подстраиваться под чужую реализацию стека протоколов ОКС-7 (SS7) была у крайне небольшого числа игро-

ков. ПРОТЕЙ, используя свою технологию, мог состыковаться с кем угодно, при этом выполнив проект достаточно быстро, а дальнейшее постепенное расширение продуктовой линейки вместе со своего рода диверсификацией бизнеса позволило завоевать то самое “место под солнцем”.

ВС: У компании сформирован весьма обширный портфель решений для опе-

раторов как фиксированной, так и мобильной связи. В каких сферах вы чувствуете сегодня себя наиболее уверенно?

В.Ф.: Уверенность придает именно обширность портфеля (хотя она же требует постоянных инвестиций в развитие и сопровождение продуктов). Но, тем не менее, имея несколько направлений (сервисные платформы, NGN, Call-центры), значительно проще выживать в условиях быстро меняющегося рынка. Наблюдается насыщение рынка мобильной связи — занимаемся телефонизацией Камчатки, компания “Ростелеком” уменьшила инвестиции в развитие — есть Госпроекты, такие как 112, например.

За это время разработали платформу DPI, которая потребовалась операторам в условиях взрывного роста объема трафика передачи данных и введения законодательных актов о черных списках... И так далее. В каждом из направлений есть конкурентоспособные продукты и успешные проекты. При этом само направление никуда не исчезает и не перестает развиваться, просто его приоритет для компании в разные периоды времени может быть разным.

ВС: Сегодня активно обсуждаются перспективы операторов связи: превратятся ли они в недалеком будущем в “трубы” для передачи все возрастающих объемов трафика или пойдут по пути диверсификации бизнеса? Каково Ваше мнение?

В.Ф.: Перспектива превращения оператора в “трубу” для передачи контента сильно зависит от бизнес-модели, которую выберет руководство конкретного оператора. Понятно, что для операторов широкополосного доступа именно предоставление “качественной трубы” является основным видом бизнеса, а вот для операторов мобильной связи все не так очевидно. Цена радиочастотного ресурса (лицензионные платежи) не позволяет просто уронить цены и конкурировать с провайдерами ШПД на рынке “трубных услуг”. Уникальные знания об абонентах (местоположение, предпочтения, примерные объемы расходов на связь и т. п.) позволяют предоставить достаточно

интересные комплексные услуги, начиная от таргетированной рекламы и заканчивая услугами навигации. Вопрос лишь в том, что в данном бизнесе “один в поле не воин”, и без тесного партнерства с провайдерами услуг операторы, на мой взгляд, в этом бизнесе будут обречены на провал. А вот в партнерстве с так называемыми ОТТ (Over-The-Top) провайдерами могут родиться очень интересные и востребованные сервисы, предоставление которых будет в равной степени коммерчески выгодно и операторам, и провайдерам.

В некоторой степени услуги M2M, переживающие сейчас взрывной рост, тоже можно отнести к таким сервисам. Кроме того, никто не отменял голосовой связи, роуминга и других сопутствующих услуг, которые до сих пор являются ключевыми сервисами в структуре доходов многих операторов мобильной связи.

ВС: В прошлом году ваша компания начала осуществление масштабного проекта, в рамках которого 152 АТС Московской городской телефонной сети должны быть модернизированы при помощи медиаторов разработки ПРОТЕЙ. Что сделано за прошедший с подписания контракта год? Будет ли данное решение тиражироваться на сетях других операторов связи?

В.Ф.: Реализация контракта успешно завершена в декабре 2011 г., все АТС модернизированы, и за счет этого в середине 2012 г. осуществлено переключение МГТС на перспективный план нумерации. В настоящее время осуществляется штатная эксплуатация медиаторов. Что касается тиражирования решения, то здесь должно сойтись много факторов, которые сделали бы невозможной или крайне затратной “традиционную” реконструкцию сети, как это получилось в Москве. Также нужно, чтобы на сети был значительный объем электромеханических АТС, что делает модернизацию с использованием медиаторов экономически эффективной. Поэтому простого тиражирования не получится.

ВС: ПРОТЕЙ стал ведущим разработчиком решений Системы-112 для Курской области, они успешно прошли все

тесты и испытания. Насколько успешным было взаимодействие с администрацией области и ведомственными областными управлениями? Что было основной проблемой при внедрении решений компании? Какие регионы вы еще хотите охватить? Кого бы выбрали на этом пути в свои основные партнеры?

В.Ф.: Взаимодействие с МЧС и Администрацией Курской области было исключительно успешным, и оно продолжается. Система живет и развивается, чтобы удовлетворять растущим требованиям, становиться более удобной и эффективной. Основной проблемой было и является отсутствие полноценной нормативной базы, например, регламентов межведомственного взаимодействия, противоречие в некоторых законодательных актах (например, Положение о Системе-112, закон “О связи” и закон “О защите персональных данных”), а также сложная и неопределенная система финансирования процесса построения 112 в РФ (ФЦП до сих пор не принята). Тем не менее, процесс идет. Говорить о конкретных регионах, которые мы бы хотели охватить, наверное, пока преждевременно, работа идет в нескольких субъектах, но, по моему мнению, всегда лучше рассказывать об успешных запусках Системы в том или ином регионе, чем о планах и перспективах.

ВС: НТЦ ПРОТЕЙ — один из немногих российских телекоммуникационных вендоров, решения которого находят спрос не только на постсоветском пространстве, но и в странах дальнего зарубежья. Просто ли было выйти на этот рынок? С какими трудностями при высокотехнологичном экспорте сталкивается российская компания?

В.Ф.: Желание поставлять решения в страны дальнего зарубежья появилось достаточно давно, когда стало понятно, что наши системы вполне конкурентоспособны на определенных рынках. Первые проекты состоялись в 2005 г. (поставки платформы для сервис-провайдера в Сенегале и IVR мобильному оператору в Македонии). Но прошло долгих 4 года, прежде чем этот бизнес приобрел системный характер. Как обычно, все решил слу-

чай. Мировой кризис 2008 г. и правильно найденный партнер (иорданский интегратор Silat Solutions, ставший впоследствии филиалом нашей компании на Ближнем Востоке) позволили тогда поучаствовать в нескольких тендерах, часть из которых завершились нашей победой. И региональные операторы увидели нового поставщика, поверили в наши решения. Очень помогла компетенция наших сотрудников, глубокие знания в предметной области.

Насчет трудностей могу сказать, что без них, безусловно, не обходится. Во-первых, другой менталитет эксплуатирующего персонала, значительно более высокие требования к уровню автоматизации эксплуатации плат-

форм, функциональности WEB-оболочек, системам отчетности (редко кто готов что-то дописывать самостоятельно, тогда как на “родном” рынке это в порядке вещей). Во-вторых, наше экспортное законодательство, которое требует большого количества подтверждающих бумаг и согласования любого экспортного контракта в нескольких инстанциях.

Операторы в той же Африке впадают в глубокую задумчивость, когда от них требуют подписать контракт на 10 листах при поставке одного шлюза, да еще и подтвердить поставку подписанием двуязычного акта требуемого формата в дополнение к протоколу испытаний. Ну и, в-третьих, традиционное отсутствие финансовой под-

держки экспорта со стороны государства, о чем уже долго говорят, но ничего не меняется. Когда операторы становятся все более осторожными в своих тратах, возможность простого и прозрачного доступа к кредитным ресурсам банков страны производителя для потенциальных заказчиков, как это делают, например, китайские поставщики, была бы совсем не лишней. Тем не менее, мы не ждем быстрых изменений в сфере государственной поддержки отечественного бизнеса и, постоянно вкладывая в развитие новых решений, достаточно успешно конкурируем на зарубежном рынке в данный момент самостоятельно и надеемся на хорошие результаты в дальнейшем.

Держись за клиента!

А.В. ГОЛЫШКО, кандидат технических наук

Удержанию клиентов, снижению их оттока из сферы обслуживания операторских компаний и маркетинговой аналитике была посвящена III международная конференция Telecom Loyalty & Churn, проведенная компанией SVM-Group 5 декабря в Москве.

С приветственным словом к собравшимся обратился председатель Комитета ГД РФ по информационной политике, информационным технологиям и связи **Алексей Митрофанов**. Он особо отметил прогресс в ИКТ-отрасли РФ, который, по его словам, позволил стать нашей стране одним из мировых лидеров в подведомственной его комитету сфере. Этому способствовала взвешенная госполитика, позволившая привлечь инвестиции, и теперь нам есть, чем гордиться. Далее он упомянул проходящий через ГД закон о переносимости номеров (MNP), напомнил о широком развитии этой услуги за рубежом и выразил надежду, что и у нас, наконец-то, будет с этим не хуже. Основное отличие в этой части России, пояснил он, заключается во введении MNP в условиях развитого рынка. Докладчик коснулся также вопроса качества мобильной связи в стране, над которым еще предстоит поработать. В

свою очередь, ГД собирается вплотную заняться этим уже весной. А. Митрофанов выразил надежду, что вскоре в нашей стране возникнет много “мультимедийных гигантов”, которые “помимо сотовой связи будут предоставлять ТВ и ШПД”, сервисные пакеты будут “три в одном”, а сотовая связь — “безлимитной на весь мир”. В заключение он сказал, что сегодня все мы стоим у порога больших изменений, и все компании, включая виртуальные, получают свое дальнейшее развитие.

Одним из центральных было выступление директора по коммуникациям и общественной политике Европейской Ассоциации операторов связи (ETNO) **Тьерри Дьё**. Он отметил, что в последние годы в Европе наблюдается устойчивый рост среднего оттока абонентов (сегодня уже почти 3 % в год). В частности, до 10 % абонентов сменили оператора или Интернет-провайдера за минувший год. В условиях крайне высококонкурентного рынка это становится серьезной проблемой, потому что уходят, прежде всего, те, кто приносит оператору максимальные доходы. Ну, а общее количество операторов (вместе с MVNO) в Германии — 150, во Франции — 42 и в Великобритании — 60. Поэтому сегодня операторам

нужна дружественная политика взаимоотношений с клиентом и быстрое реагирование на изменение предпочтений последнего. Регулятор стимулирует конкуренцию и уважает выбор европейского абонента. В частности, всего один рабочий день требуется в Европе, чтобы сохранить абоненту старый фиксированный или мобильный телефонный номер. Максимальная длительность абонентского контракта не может быть более 24 месяцев, а абонент должен получать своевременную и исчерпывающую информацию о любых, самых минимальных изменениях в тарифных планах и пр. В целом во главу угла ставится удовлетворенность абонента, о чем на страницах журнала уже рассказывалось (см. ВС, 2012 г., № 11). Направление главного удара — покрытие, безопасность, а также как качество предоставляемого сервиса, так и качество каждого разговора с клиентом и операторской реакции на это. Итак, снижение оттока абонентов становится основным конкурентным преимуществом оператора. Разумеется, операторы, страдающие от “недержания” абонентов, пытаются снизить тарифы, но играть на этом нельзя до бесконечности, да и современные клиенты, особенно со смартфонами, — люди разборчивые.