

Документ взят с сайта www.CForum.ru – все о рынке контента и VAS

Процедура по работе с контент-провайдерами UMC



1. Цель и сфера применения Процедуры

1.1. Процедура по работе с контент-провайдерами UMC имеет следующие цели:

- оптимизация схемы предоставления контент-услуг;
- поощрение эффективной работы контент-провайдеров;
- повышение дохода от контент-услуг;
- увеличение уровня пенетрации контент-услуг;
- стимулирование консолидации на рынке контент-услуг.

1.2. Процедура применяется для новых контент-провайдеров и для тех, которые уже работают с UMC.

2. Сроки действия

2.1. Процедура вступает в действие с 1 января 2005 года.

2.2. Процедура действует постоянно и пересматривается по мере необходимости.

3. Определения

3.1. Контент – текстовая, графическая, голосовая, звуковая или мультимедийная информация, сформатированная для передачи через сеть мобильной связи, которую контент-провайдер предоставляет UMC.

3.2. Контент-провайдер – компания, которая разрабатывает контент и/или предоставляет услуги на основе контента.

3.3. Контент-услуга – готовый продукт или совокупность действий по разработке, форматированию и предоставлению, а также технической поддержке контента. Предоставляется UMC контент-провайдером.

4. Категории контент-услуг

4.1. Контент-услуги под брендом UMC – контент-услуги, которые предоставляются под торговыми марками UMC; для продвижения которых задействуются маркетинговые ресурсы и/или информационные носители UMC; для пользовательской поддержки которых задействуются ресурсы Call Centre UMC; которые размещаются на технической базе UMC. В данную категорию услуг включаются контент-услуги, которые размещаются на WEB, WAP порталах UMC, STK MENU, а также услуги, которые размещаются под брендами третьих сторон в рамках порталов UMC.

4.2. Контент-услуги под брендами контент-провайдеров – контент-услуги, которые предоставляются контент-провайдерами UMC для абонентов UMC с помощью технических ресурсов сети UMC под брендами контент-провайдеров или третьих сторон. Техническая, маркетинговая и пользовательская поддержка (Customer Care) для таких услуг в полной мере обеспечивается контент-провайдерами.



4.3. Правила выбора контент-провайдеров и коммерческие условия сотрудничества с контент-провайдерами зависят от категорий контент-услуг, которые предоставляют контент-провайдеры, и изложены в данной процедуре.

5. Основные положения

5.1. Данная Процедура применяется для всех компаний, которые выразили желание стать контент-провайдерами UMC, а также для компаний, с которыми компания UMC уже имеет договора на предоставление контент-услуг.

5.2. Контент-провайдеры могут предоставлять контент-услуги для абонентов UMC двумя путями:

- прямой контракт с UMC;
- сотрудничество с другими контент-провайдерами.

5.3. Контент-провайдер, который подписал с UMC прямой контракт, становится официальным контент-провайдером UMC, и получает возможность предоставлять UMC контент для дальнейшей продажи его абонентам и получения от этого дохода, а также использовать свое подключение к сети UMC для предоставления технической возможности другим контент-провайдерам предлагать услуги для абонентов UMC.

5.4. При этом контент-провайдеры, которые имеют прямой контракт с UMC, и сотрудничают с другими контент-провайдерами, несут полную ответственность перед UMC по услугам, которые предоставляются их партнерами.

5.5. Решение о предоставлении, продлении или прекращении прямого контракта для контент-провайдеров принимает Комиссия по выбору контент-провайдеров (далее «Комиссия»).

5.6. Комиссия является постоянным органом и собирается для регулярных заседаний раз в шесть месяцев. Первое собрание Комиссии с целью проведения оценки рыночной доли контент-провайдеров должно состояться не позже второй декады апреля 2005 г. Последующие собрания проводятся регулярно с интервалом в шесть месяцев.

6. Условия сотрудничества с провайдерами контент-услуг под брендом UMC

6.1. Сотрудничество с контент-провайдерами в рамках предоставления контент-услуг под брендом UMC, осуществляется по одной из двух коммерческих схем:

- 1) Фиксированный единоразовый или фиксированный регулярный платеж за услуги, которые контент-провайдер предоставляет для UMC.
- 2) Разделение дохода от предоставления контент-услуг (в пропорции: UMC – 67%, контент-провайдер – 33%. При этом стандартная плата за установление соединения в рамках голосовых услуг, а также стандартная стоимость отправки MMS-сообщения в рамках MMS-услуг, согласно действующим тарифам UMC, не участвует в расчете дохода и стоимости услуг контент-провайдера, не включается в базу для разделения дохода и остается в собственности UMC.

6.2. Номера для контент-услуг, брендированных как услуги UMC, выделяются бесплатно для контент-провайдера. Абонплата за обслуживание таких номеров контент-провайдеру не начисляется.



7. Порядок выбора контент-провайдеров услуг, брендированных как услуги UMC

7.1. Контент-провайдеры услуг, брендированных как услуги UMC, выбираются на тендерной основе.

8. Условия сотрудничества с контент-провайдерами услуг под брендами контент-провайдеров

8.1. В рамках договоров с контент-провайдерами услуг, которые предоставляются под брендами контент-провайдеров, UMC предоставляет контент-провайдерам такие услуги:

- доступ к техническим ресурсам сети UMC, необходимым для предоставления контент-услуг;
- выделение, активация и обслуживание номеров доступа к контент-услугам;
- внедрение тарифов для номеров доступа к контент-услугам;
- тарификация запросов абонентов к номерам доступа к контент-услугам;
- сбор статистических данных по номерам доступа к контент-услугам и предоставление статистических отчетов;
- проведение финансовых расчетов с контент-провайдерами за предоставленные услуги

8.2. Сотрудничество с контент-провайдерами осуществляется на условиях разделения дохода, полученного от предоставления контент-услуг. Доля контент-провайдера в доходе зависит от абсолютной величины дохода, полученного от услуг данного контент-провайдера за расчетный период с учетом налогов, согласно прилагаемой Таблице 1. При этом стандартная плата за установление соединения в рамках голосовых услуг, а также стандартная стоимость отправки MMS-сообщения в рамках MMS-услуг, согласно действующим тарифам UMC, не участвует в расчете дохода и стоимости услуг контент-провайдера, не включается в базу для разделения дохода и остается в собственности UMC.

Таблица 1. Определение доли в доходе для контент-провайдеров

Доход от услуг под брендами контент-провайдера до разделения дохода с учетом налогов за один месяц (грн.)	Процентная доля контент-провайдера в доходе с учетом налогов (%)
> = База * 8	55
От База*5 (включительно) до База*8	53
От База*3 (включительно) до База*5	52
От База (включительно) до База*3	50
< База	40

Показатель «База» описан в п. 8.8. настоящей Процедуры.

8.3. Доля контент-провайдера в доходе от его услуг определяется по завершении расчетного периода согласно контракту на основе данных о доходе от услуг данного контент-провайдера за данный расчетный период.

8.4. Контент-провайдеры оплачивают единоразово услуги по активации номеров доступа к контент-услугам и ежемесячно услуги по обслуживанию данных номеров. Стоимость указанных услуг для каждого из контент-провайдеров определяется, исходя из абсолютной величины дохода, полученного от услуг данного контент-провайдера за расчетный период с учетом налогов, согласно прилагаемой Таблице 2. При расчете дохода от услуг контент-провайдера, стандартная плата за установление соединения в рамках голосовых услуг, а также стандартная стоимость отправки MMS-сообщения в рамках MMS-услуг, согласно действующим тарифам UMC, не участвует в расчете дохода.



ЗАО «Украинская мобильная связь»
Процедура по работе с контент-провайдерами UMC

Таблица 2. Плата за номера для контент-провайдеров (в расчете на один номер)

Доход от услуг под брендами контент-провайдера до разделения дохода с учетом налогов за один месяц (грн.)	Номера для SMS- и MMS-услуг		Номера для голосовых услуг	
	Единоразовая плата за активацию (грн. с НДС)	Плата за ежемесячное обслуживание (грн. с НДС)	Единоразовая плата за активацию (грн. с НДС)	Плата за ежемесячное обслуживание (грн. с НДС)
> = База * 8	1 988	398	3 975	795
От База*5 (включительно) до База*8	2 650	530	5 300	1 060
От База*3 (включительно) до База*5	3 313	795	6 625	1 590
От База (включительно) до База*3	3 975	1 590	7 950	3 180
< База	13 250	3 975	26 500	7 950

Показатель «База» описан в п. 8.8. настоящей Процедуры.

8.5. Единоразовая плата за активацию номера начисляется контент-провайдеру на момент выделения такого номера и определяется, исходя из дохода от услуг данного провайдера за последний полный расчетный период согласно контракту.

8.6. Для контент-провайдеров, которые обратились с предложением о сотрудничестве впервые, а также для контент-провайдеров, которые обращаются для повторного заключения прямого контракта, применяется максимальная ставка платы за активацию номера на условиях предоплаты.

8.7. Ежемесячная плата за обслуживание номеров доступа к контент-услугам определяется ежемесячно, исходя из дохода от услуг контент-провайдера за предыдущий месяц.

8.8. В таблицах 1 и 2 показатель "База" является базой дохода, исходя из которой рассчитывается шкала доходов по приведенным в таблицах формулам. На момент вступления в силу данной Процедуры База равняется 150 000 грн. (с учетом налогов). База пересматривается Комиссией раз в 3 месяца. Контент-провайдеры должны быть проинформированы о новом значении Базы не позднее, чем за 3 месяца до применения новой Базы.

8.9. Величина единоразовой платы за активацию номеров, а также ежемесячной платы за обслуживание номеров пересматривается Комиссией при необходимости, в т.ч. при смене соотношения курса украинской гривны к другим валютам.

9. Порядок принятия решения о продолжении существующих прямых контрактов с контент-провайдерами

9.1. Для продолжения прямого контракта с UMC контент-провайдер должен отвечать требованиям UMC.

9.2. Требованием UMC для продолжения существующего прямого контракта с контент-провайдером является доля рынка контент-услуг, которая принадлежит данному контент-провайдеру, и которая должна равняться либо превышать 5% (пять процентов).



9.3. Доля рынка для контент-провайдера рассчитывается как среднее значение за 6 (шесть) месяцев путем деления суммы дохода с учетом налогов, полученной от услуг, предоставляемых под брендом конкретного контент-провайдера, на сумму дохода с учетом налогов, полученную от всех услуг под брендами контент-провайдеров за оценочный период. Описанной логике расчетов соответствует следующая формула:

$$MS_{CP} = \frac{\sum_{i=1}^6 GR_{CP_i}}{\sum_{i=1}^6 GR_i} * 100\% ,$$

где:

- MS_{CP} - доля рынка контент-провайдера;
- GR_{CP_i} - суммарный доход с учетом налогов от услуг под брендами контент-провайдера за месяц i в сети UMC;
- GR_i - суммарный доход с учетом налогов от контент-услуг под брендами всех контент-провайдеров за месяц i в сети UMC. В GR_i не включается доход от контент-услуг под брендом UMC.

9.4. Оценка доли рынка проводится Комиссией одновременно для всех контент-провайдеров с существующим прямым контрактом два раза в год с интервалом в 6 (шесть) месяцев, который является оценочным периодом.

9.5. Для контент-провайдеров, которые заключили новые прямые контракты, первым оценочным периодом являются первые полные 6 (шесть) месяцев с даты контракта. При последующей оценке доли рынка таких провайдеров второй и все последующие оценочные периоды совпадают со стандартным оценочным периодом согласно п. 9.4. настоящей Процедуры.

9.6. Полным считается месяц, если контент-провайдер начал предоставлять услуги до 15 числа этого месяца.

9.7. По результатам оценки доли рынка для каждого из контент-провайдеров, которые на момент проведения оценки находятся на прямом контракте UMC, принимается решение:

- Продолжить прямой контракт контент-провайдера с UMC на 6 месяцев – если доля рынка контент-провайдера больше или равна 5% (пяти процентам).
- Прекратить прямой контракт с контент-провайдером, если доля рынка контент-провайдера меньше 5% (пяти процентов).

9.8. Контент-провайдеры, для которых был прекращен прямой контракт, могут обратиться с предложением о повторном заключении прямого контракта не ранее, чем через 6 месяцев с момента прекращения контракта. В таком случае прямой контракт заключается в порядке и на условиях, предусмотренных Разделом 10 этой Процедуры.

10. Порядок принятия решения о заключении новых прямых контрактов с контент-провайдерами

10.1. Контент-провайдеры, которые заключают прямой контракт с UMC впервые, должны соответствовать нижеизложенным требованиям и подтвердить такое соответствие:



ЗАО «Украинская мобильная связь»
Процедура по работе с контент-провайдерами UMC

- Готовность предоставлять и поддерживать контент-услуги в полном объеме от спецификации до технической и маркетинговой поддержки и организации Службы поддержки для пользователей услуги.
- 100% легальность предоставляемого контента, в частности, но не только, права для передачи контента UMC для последующей продажи абонентам UMC. Готовность предоставить копии документов, которые подтверждают наличие прав на распространение контента.
- Наличие юридической регистрации компании в Украине.
- Владение соответствующими полноценными техническими средствами и штатом квалифицированных специалистов для производства и предоставления абонентам UMC контент-услуг в режиме 24/7/365.
- Владение ресурсами для маркетинговой поддержки контент-услуг.
- Полная готовность удовлетворить требования к уровню сервиса, которые изложены в приложении к контракту об уровне качества сервиса и другие требования, изложенные в стандартном контракте, приложениях и дополнительных соглашениях к нему.

11. Переходные положения

11.1. Для контент-провайдеров, которые обратились с предложением о сотрудничестве к UMC впервые, плата за выделение номеров доступа к контент-услугам и абонплата за поддержку номеров, а также условия разделения дохода от предоставления контент-услуг, описанные в настоящей процедуре, вступают в силу с момента оглашения контент-провайдерам правил, изложенных в процедуре.

11.2. Для контент-провайдеров, которые уже работают с UMC, с момента оглашения положений настоящей процедуры начинает действовать плата за выделение новых номеров доступа к контент-услугам и ежемесячная плата за обслуживание новых номеров согласно условий данной процедуры. При этом такие контент-провайдеры могут получить по одному номеру доступа к SMS-, MMS- и голосовым услугам на условиях, которые применялись до вступления в силу настоящей процедуры, кроме номеров для SMS-услуг из диапазонов 4000-4999, 5000-5999, 7000-7999. Номера их перечисленных диапазонов выделяются согласно условий данной процедуры.

11.3. Для контент-провайдеров, которые имеют прямые контракты с UMC на момент оглашения процедуры, абонплата за поддержку коротких номеров, которые были получены до момента оглашения правил настоящей процедуры, применяется до 01.04.2005 согласно условий, на которых были выделены данные номера.

11.4. С 01.04.2005 для всех номеров всех контент-провайдеров вступают в силу условия разделения дохода и оплаты коротких номеров согласно правил настоящей процедуры.

12. Этапы работы с контент-провайдерами UMC

Этап	Название этапа	Описание этапа
1	Подача заявки на получение статуса контент-провайдера UMC	<ul style="list-style-type: none">• Компания, которая впервые выражает желание стать контент-провайдером UMC, подает коммерческое предложение о сотрудничестве произвольной формы с описанием предлагаемых услуг на адрес контент-менеджера UMC или через форму обратной связи на сайте UMC.• В ответ на письмо-заявку контент-менеджер UMC сообщает о коммерческих условиях сотрудничества и о требованиях к



ЗАО «Украинская мобильная связь»
Процедура по работе с контент-провайдерами UMC

		<p>новым контент-провайдерам, которые изложены в п. 10.3. настоящей Процедуры.</p> <ul style="list-style-type: none">• Компания-кандидат выражает согласие или несогласие сотрудничать с UMC в качестве контент-провайдера на предложенных условиях. В случае согласия компания-кандидат должна подтвердить свое соответствие вышеуказанным требованиям в виде официального письма установленной формы.• В случае несогласия компании-кандидата на сотрудничество на предложенных условиях или несоответствия требованиям, компания-кандидат, по желанию, может получить контакты контент-провайдеров UMC, которые имеют прямой контракт с UMC, для переговоров о сотрудничестве с ними.
2	Заключение прямого контракта	<ul style="list-style-type: none">• В случае положительного решения Комиссии, компания-кандидат получает статус контент-провайдера UMC и получает электронное письмо с подтверждением об этом от контент-менеджера UMC вместе с шаблоном контракта и другими необходимыми для сотрудничества документами.• Компания, которая не прошла выбор, имеет право повторно подать заявку, но в срок не ранее, чем через 6 (шесть) месяцев с момента получения отказа.• Компания, которая получила статус контент-провайдера UMC, заключает контракт на предоставление контент-услуг на срок 6 (шесть) месяцев с возможностью продления в зависимости от результатов оценки рыночной доли компании по истечении 6 месяцев.
3	Предоставление контент-услуг в сети UMC	<ul style="list-style-type: none">• Компания, которая получила статус контент-провайдера UMC и заключила прямой контракт с UMC, может предоставлять контент-услуги для абонентов UMC как самостоятельно, так и в партнерстве с другими компаниями на условиях, которые определены данной Процедурой, а также Процедурой по регламентации тарифных и коммерческих условий работы с контент-провайдерами, другими Правилами и Процедурами UMC, договором, приложениями и дополнительными соглашениями к договору и другими документами в рамках сотрудничества UMC с контент-провайдерами.



ЗАО «Украинская мобильная связь»
Процедура по работе с контент-провайдерами UMC

4	Принятие решения о продолжении или прекращении прямого контракта	<ul style="list-style-type: none">• Периодически, с интервалом в 6 месяцев Комиссия проводит оценку доли рынка для каждого контент-провайдера с целью принятия решения о продолжении или прекращении прямых контрактов в порядке, предусмотренном настоящей процедурой.• Для контент-провайдеров, доля рынка которых по итогам оценки составила 5 (пять) или более процентов, контракт продлевается до даты следующей оценки. <p>Для контент-провайдеров, доля рынка которых по итогам оценки составила менее 5 (пяти) процентов, контракт не продлевается (прекращается). Такие контент-провайдеры, по желанию, могут получить контакты контент-провайдеров UMC, которые имеют прямой контракт с UMC, для переговоров о сотрудничестве с ними.</p>
---	--	--