

Издается с мая 1992 г.

Издатель

ЗАО «ИКС-холдинг»

Генеральный директор

Ю.В. Овчинникова – jo@iks-media.ru

Учредители:

ЗАО Информационное агентство
«ИнформКурьер-Связь»,
ЗАО «ИКС-холдинг»,
МНТОРЭС им. А.С. Попова

Главный редактор

Н.Б. Кий – nk@iks-media.ru

**РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ****Ю.Б. Зубарев – председатель**

Ю.В. Волкова, А.П. Вронец, Н.Б. Кий,
А.С. Комаров, А.В. Коротков, К.И. Кукк,
Б.А. Ластович, Ю.Н. Лепихов, В.В. Макаров,
Т.А. Моисеева, Г.Е. Моница, Н.Н. Мухитдинов,
Н.Ф. Пожитков, Н.Н. Репин, В.С. Ромбро,
В.В. Терехов, И.В. Шибаева, В.К. Шульцева,
М.А. Шнепс-Шнеппе, М.В. Якушев

РЕДАКЦИЯ

iks@iks-media.ru

Ответственный редактор

Н.Н. Шталтовная – ns@iks-media.ru

Обозреватели

А. Г. Барсков, И.А. Богородицкая,
Г.Н. Большова, Е.А. Волькина,
А.Е. Крылова, Л.В. Павлова

Научный редактор

В.И. Шельгов – vsh@iks-media.ru

Редактор

Ю.М. Севрюкова – js@iks-media.ru

Зав. редакцией

В.И. Якунина

Технический редактор

О.П. Арман

Дизайн и верстка

С.С. Субботин, А.Н. Воронова

КОММЕРЧЕСКАЯ СЛУЖБА

commerce@iks-media.ru

Коммерческий директор

Т.В. Шестоперова – ts@iks-media.ru

Д.С. Барский, зам. коммерческого

директора – db@iks-media.ru

Г.Н. Новикова, зам. коммерческого

директора – galina@iks-media.ru

Е.О. Самохина – es@iks-media.ru

С.В. Терехова – st@iks-media.ru

Д.Ю. Жаров, координатор – dim@iks-media.ru

СЛУЖБА РАСПРОСТРАНЕНИЯ

М.О. Коняхин – подписка

rodpiska@iks-media.ru

А.С. Скрипник – выставки, конференции

expro@iks-media.ru

Журнал зарегистрирован в Министерстве РФ
по делам печати, телерадиовещания и средств
массовых коммуникаций 25 февраля 2000 г.;

ПИ № 77-1761. Мнения авторов не всегда
отражают точку зрения редакции.

Статьи с пометкой «бизнес-партнер»
публикуются на правах рекламы.

За содержание рекламных публикаций и объявлений
редакция ответственности не несет. Любое
использование материалов журнала допускается
только с письменного разрешения редакции и со
ссылкой на журнал.

Рукописи не рецензируются и не возвращаются.

© «ИнформКурьер-Связь», 2009

Адрес редакции:

127254, Москва,

Огородный пр-д, д. 5, стр. 3

Тел.: (495) 785-1490, 229-4978.

Факс: (495) 229-4976.

E-mail: iks@iks-media.ru

Адрес в Интернете: www.iksmedia.ru

Редакция пользуется

услугами

сети «МегаФон-Москва»

Тел.: (495) 502-5080

№ 4/2009 подписан в печать 27.03.09.

Тираж 15 000 экз. Свободная цена.

Формат 64x84/8

ISSN 0869-7973

реклама



Один директор одной телекоммуникационной компании запретил сотрудникам произносить вслух слово на «к» из шести букв. Мудрый человек.

Впрочем, у слова на букву «к» есть немало синонимов (это для сотрудников решительного директора и собратьев журналистов, неумно его пользующих): расстройство экономической жизни; резкий перелом; затруднительное положение; периодически повторяющееся нарушение; острое затруднение. Но лучше древних греков, придумавших это слово, конечно, не скажешь и эвфемизмом не всегда заменишь.

Мы подхватили новое слово-миф, подняли его на знамена и стали постраусиному прятаться за этими полотнищами. И оправдывать расстройствами экономики собственное бездействие, неверные решения, отказ от антикризисного регулирования, отсутствие инициативы и замороженные маркетинговые ходы. На самом деле это цикл развития экономики, образ жизни, если хотите, в котором предстоит прожить лет этак несколько. Вывести компанию из кризиса в обстановке глобального кризиса невозможно – это надо принять и в этом надо жить, сменить расточительность на рачительность, балансируя между необходимым и достаточным.

Смену парадигмы помните? Ну и здесь тоже смена парадигмы – из безудержного роста в скромный позитив. Без фейерверков на день рождения и победу любимой футбольной команды, но со свечой за ужином.

Топ-менеджеры компаний – что от телекома, что от ИТ – лукаво утверждают: они и так всю жизнь живут и работают в кризисе – то тарифы на услуги связи снижаются, то бюджет на ИТ сокращается. Поверим им.

Мы тоже грешны: отдаем должное тому, чье имя лучше не произносить. Пытаемся объяснить, как СЮ на крутом повороте бизнеса стать харизматиком и попасть в правление компании (**Актуальный комментарий**), как мировые вендоры преодолевают экономические проблемы (**Два тренда Mobile World Congress**), как конвергентный биллинг помогает экономить (**Тема номера**)...

В трудные времена обычно востребованы вечные ценности и высокие моральные свойства – они заменяют материальное вознаграждение. Вот и сейчас актуальными стали понятие «свои», долгосрочные перспективы роста, ощущение сопричастности общему делу и забота о тех, кто каждый день лезит в кабельный колодезь. И мало кто имеет смелость смотреть не под ноги, а выше головы, как наш автор из МТУСИ. Российская высшая школа радиоинженеров в упадке, студенты теряют интерес к технике – если вас беспокоит будущее вашего бизнеса, начните читать в этом номере статью **Я хочу строить самолеты, или Почему в России мало радиоинженеров**.

А если ищете позитива, просмотрите бодрящий Кбайт цитаток, отметьте 2-миллионный домен вместе с 15-летней .RU (**Дата**) или загляните в **Субъект Федерации** – в Мордовии 24 ТВ-программы люди смотрят за 100 рублей.

И вообще, слово на «к» из шести букв не отменяет весну, ощущение счастья от вкусного воздуха из форточки, яркое до слез солнце и заботы о кондиционере к лету.

До встречи.
Наталья Кий,
главный редактор

НОВОСТИ

1 КОЛОНКА РЕДАКТОРА

6 АКТУАЛЬНЫЙ КОММЕНТАРИЙ

Путь к топ, или Бренд имени СЮ

8 ЛИЦА

9 ПЕРСОНА НОМЕРА

Александр ПАРХОМЕНКО. «Лучше быть нужным, чем свободным»

КОМПАНИИ

12 Новости от компаний

СОБЫТИЯ

20 С креативом наперевес

22 Call-центр как средство от кризиса

24 «Европейская витрина» унифицированных коммуникаций

26 Далеко ли до LTE?

СУБЪЕКТ ФЕДЕРАЦИИ

36 Е. КРЫЛОВА. Мордовский телевизионный оазис

38 КАЛЕНДАРЬ СОБЫТИЙ



Персона номера
Александр ПАРХОМЕНКО

9



20

High-Tech Marketing
С креативом наперевес

У редакции «ИКС» –
новые координаты:
127254, Москва,
Огородный пр-д, д. 5, стр. 3



ТЕМА

По большому счету

Биллинг в конвергентной среде

30

Фокус

32 10 лет стабильных перемен

Аналитик

37 Л. БЕЛЬСКИЙ. Четыре тенденции

Подробности

40 Купить BILL'а

41 Биллинг для условного доступа

Тел: + 7 (495) 785-1490
 + 7 (495) 229-4978
 + 7 (495) 502-5080
 Факс: + 7 (495) 229-4976



ДЕЛО

ДАТА

- 54 И. БОГОРОДИЦКАЯ, Е. ВОЛЫНКИНА. Домен .RU. Нас 2 миллиона, или 15 лет спустя

ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ

- 58 О. ВЛАСОВА. Инвесторы присматриваются к российскому телекому

ДОЛЯ РЫНКА

- 59 Два тренда Mobile World Congress: кризис и LTE
 59 К. ГРАБНЕР. Кризис – время разумных инвестиций... в LTE
 60 Д. МАК КУИН. Одна технология хорошо, а две – лучше
 61 С. ЛУПУ. LTE привлекательнее, чем WiMAX

ПРОБЛЕМА

- 62 О. РАЗИН. Я хочу строить самолеты, или Почему в России мало радиоинженеров

УПРАВЛЕНИЕ

- 64 В. ДРОЖЖИНОВ. Электронный документооборот как часть антикоррупционной стратегии

109 Читайте в следующем номере

На портале IKSMEDIA

- 110 Блог, еще раз блог!

«ИКС» pro ТЕХнологии

- 68 А. БАРСКОВ. Кабельная инфраструктура ЦОДов
 73 А. БАРСКОВ. Корпоративная телефония. VoIP – в офисы, TDM – на рудники
 77 Aastra XMP1. История одного мультиплексора
 80 С. ЛОГИНОВ. «Элементарная физика» PONов
 84 PON, проходите на обследование!
 86 В. ШЕЛЬГОВ. IPTV на пути к технологической зрелости
 88 Первое внедрение голосового портала в судебной системе Российской Федерации

91 НОВЫЕ ПРОДУКТЫ

Модель

- 42 Л. ИВАНОВ. Старый биллинг в новом качестве: плюсы и... задачи

Концептуальный поворот

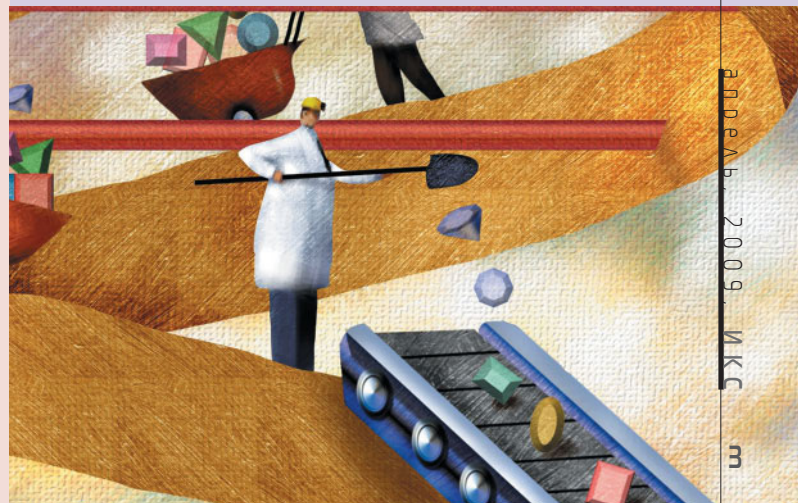
- 44 А. МЕШКОВ, П. СУРОВЦЕВ. Дневник одного биллинга

Игроки

- 46 Е. ПЛИНЕР. Биллинг для XXXL

Дискуссионный клуб «ИКС»

- 48 О биллинге кроме шуток



NEWS

- 1 EDITOR'S COLUMN
- 6 TOPICAL COMMENTARY
The road to the top, or CIO Brand
- 8 PROFILES
- 11 PERSON OF THE ISSUE
Alexander PARKHOMENKO. It is better to be needed than free
- COMPANY
- 12 Company news
- EVENTS
- 20 With creativity atilt
- 22 Optimizing costs together with the call-center
- 24 "European showcase" of unified communications
- 26 How far is it to LTE?
- SUBJECT OF FEDERATION
- 27 E. KRYLOVA. Mordovian TV oasis
- 28 CALENDAR OF EVENTS

How can IKS help YOU succeed in the Russian market?



11

PERSON OF THE ISSUE
Alexander PARKHOMENKO



20

High-Tech Marketing
With creativity atilt

COVER STORY

BY ALL ACCOUNTS

30

Billing is a convergent world



1. IKS is the leading business inter-industry publication for new converged Telecom-Media-Technologies market – essential information source about market trends and analysis for your investment and strategy policies.
2. Our readers are the leaders of business community – your chance to talk to the market leaders directly through IKS publications and www.iksmedia.ru and share your views on the most popular topics.
3. Effective distribution channels – personalized subscriptions and focused distribution at key industry events.
4. Wide range of MarCom services – PR, ads, sponsorships, direct marketing, special projects on demand – round tables, pre-sale events.



YOUR SUCCESS IS OUR GOAL!

Contact us for 2008 editorial calendar!

Focus

32 10 years of steady changes

Analyst

37 L. Belskiy. Four tendencies

Details

40 Buy Bill

41 Billing for a conditional access

Model

42 L. IVANOV. The new quality of an old billing: pluses and... tasks

Conceptual turn

44 A. MESHKOV, P. SUROVTSEV. The diary of one billing

Players

46 E. PLINER. Billing for XXXL

IKS discussion club

48 About billing, joking apart

BUSINESS

Data

54 I. BOGORODITSKAYA, E. VOLYNKINA. Domain .RU. We are 2 million, or 15 years later

Economics and Finance

72 O. VLASOVA. Investors peer at the Russian telecom

73 I. KULIKOV. Today it's profitable to invest into IT, bio-, nano-

Market share

Two trends of the Mobile World Congress: crisis and LTE
K. GRABNER. Crisis is the time of rational investment... into LTE

D. McQUEEN. One technology is good, but two is better
S. LUPU. LTE is more attractive, than WiMAX

Problem

62 O. RAZIN. I want to build planes, or Why there's a lack of radio engineers in Russia

Management

64 V. DROZHZHINOV. Electronic document flow as part of an anti-corruption strategy

On IKS MEDIA portal

110 Blog, blog once again!

IKS proTECHnologies

68 A. BARSKOV. Cable infrastructure of data centers

73 A. BARSKOV. Corporate telephony. VoIP – into offices, TDM – into mines

77 Aastra XMPI. The story of a multiplexer

80 S. LOGINOV. "Elementary physics" of PONs

84 PON, come in for examination!

86 V. SHELGOV. IPTV is on the way to technologic maturity

88 First implementation of voice portal in judicial system of Russian Federation.

91 **New products**

IKS's new address:

127254, Moscow,
Building 3, 5 Ogorodniy
proezd

Tel.: +7 (495) 785-1490
+7 (495) 229-4978
+7 (495) 502-5080
Fax: +7 (495) 229-4976

Путь к top, или Бренд имени СЮ

В финансово нестабильное время ИТ-директор получает реальный шанс стать топ-менеджером, войти в правление компании и наконец-то обрести свободу в распределении ресурсов. Проще говоря, в кризис СЮ должен стать харизматиком и брендом. Не верите?

Кризис для айтишников стал импульсом к трансформации. Он ударил в большей степени по временным параметрам: сейчас всё надо внедрять не только дешевле, но и гораздо быстрее. Неопределенность мировых рынков сделала нереальным долгосрочное планирование: сегодня нет планов, а есть направления развития ИС предприятия. В таких условиях одной из движущих сил бизнеса может стать ИТ-подразделение и его директор. Но последнему должны быть присущи не только высокий профессионализм, но и лидерские качества, чтобы помочь бизнесу не просто сохранить себя, а удержать уровень, – чтобы в любой момент взять курс на развитие.

Круговорот кадров в природе

В России, по разным оценкам, за кризисные полгода потеряли работу от 3 до 6 млн человек. А по свидетельству ИТ-директоров крупных (и не очень) компаний, рынок труда не «ломится» от наплыва квалифицированных айтишников – они по-прежнему в дефиците. Нонсенс?

Предпосылки для усиления значимости ИТ-подразделений производственных компаний реально существуют, пусть и не до движущей силы бизнеса, как интерпретировали их роль организаторы недавнего саммита Института Адама Смита «Корпоративные ИТ-стратегии в России и СНГ». Но все же явное упрочение позиций ИТ налицо. На ИТ-рынке – передел собственности. Фирмы, лишенные активов, умирают, и их квалифицированные специалисты находят себе применение в ИТ-подразделениях предприятий реального бизнеса, которые, в свою очередь, избавляются от «балласта» и с новыми кадрами могут по-новому строить структуру предоставления бизнес-сервисов. Такая модель вполне компенсирует отказ бизнеса от финансирования ИТ-обучения.

В самой выгодной ситуации оказались компании, успевшие достроить ИС с обратной связью. Здесь ИТ-подразделениям не грозит превратиться в «поддержку», а при мудрой стратегии СЮ они могут надеяться и на новые проекты.

О привередливости ИТ-кадров разве что анекдотов не рассказывают – очень уж они ценные и обидчивые. С наступлением кризиса намного лояльнее не стали – так, чуть-чуть. Собрать компетентную команду стоит немалых денег, сетуют все СЮ, хотя сегодня аппетиты айтишников несколько поубавились.

Но на этом рынке труда нет «перепроизводства», поэтому и к собственным кадрам надо относиться вни-

мательно. Одной зарплатой людей не удержать. Это подтверждают данные опроса строительной компании «ГК ПИК» среди более 200 своих сотрудников. Для большинства (около 60%) доход – не главный стимул, а лишь один в ряду таких «нематериальных активов», как долгосрочные перспективы карьерного роста или чувство сопричастности общему делу.

В условиях кризиса подобный комфорт доступен лишь избранным – тем, кто считается квалифицированным и незаменимым. Мотивированный сотрудник не будет в тяжелые времена возражать против переработок и требовать повышения оклада при увольнении «балласта». Надо только не забывать, что оплата труда тоже имеет значение, а бонусы станут ценнее, если будут «прозрачно-зависимыми» от результатов работы.

И еще один важный вывод: в кризис лучше делать ставку на своих. Так надежнее.

Кризис всегда живой...

«Если кризис – это сокращение бюджета на ИТ, то мы уже лет восемь как живем в кризисе», – выразил почти общепринятое мнение И. Ковалев («Форд Мотор Россия») на том же саммите Института Адама Смита. Требование повышать эффективность ИТ-сервисов и сокращать затраты – перманентно для ИТ-подразделений, финансирование которых СЮ никогда не считали достаточным. Впрочем, некоторые «жирок» накопить сумели и теперь им нужно научиться жить по средствам, не выпрашивая деньги у руководства на новые проекты, а оптимизируя затраты на обслуживание бизнеса, чтобы оно (руководство) понимало: финансирование ИТ – это не деньги на ветер. Многолетние ограничения, считает А. Тенцер (фармацевтический концерн «Катрен»), научили рачительно использовать имеющиеся возможности, а сегодня появляются и новые: можно набрать хороших специалистов и выбрать лучшее решение.

Для оптимизации ИТ-инфраструктуры совсем не обязательно именно сейчас покупать новые продукты и решения, «повышающие эффективность ИТ-сервисов», как убеждают вендоры и системные интеграторы. В условиях дефицита средств все приобретения имеют право делаться с отсрочкой платежей, поскольку в большинстве компаний финансирование ИТ свелось лишь к выделению средств на оперативную поддержку. Но инновационные проекты не должны стать табу. Надо готовить их подспудно, оптимизируя ИС и вводя новые сервисы на имеющейся программно-аппаратной базе, ведь

кризис когда-нибудь закончится и растущий бизнес потребует развития инфраструктуры.

Мантры СЮ

Есть три основных качества руководителя ИТ, влияющих на устойчивость его подразделения: (1) профессиональная подготовка, (2) административные способности и (3) умение быть политиком. Чем больше компания, тем важнее второе и третье, но и без первого не обойтись. Хорошее базовое образование позволяет не только ориентироваться в потребностях организации независимо от ее бизнес-принадлежности, но и дает умение посмотреть на компанию «с высоты птичьего полета», оценить картину и построить стратегию ИТ с учетом всех особенностей и слабых мест. Хотя 90% неудач СЮ не связано с компетенцией и профессионализмом ИТ-директоров предприятий, по свидетельству С. Захарцева (банк «Платина»), очень высок, не стоит этим хвастаться. Ведь взгляд СЮ может отличаться от видения проблемы главным управляющим, а отношение к ИТ как к сервисной службе никто не отменял. И здесь нужны дипломатия, гибкость и находчивость.

Лидерство – это не только профессиональные качества и ответственность, но и скорость реакции на запрос, умение разработать стратегию «ИТ-для-бизнеса». Последнее для СЮ не проблема, «в России умение стратегически видеть – благоприобретенный функционал выживаемости» (А. Катрич, банк «Траст»). Но главное – не разработать, а удержаться в рамках этой стратегии. Значит, ИТ-директор должен интересоваться не только серверами и каналами, но и бизнесом, должен досконально знать, как работает его предприятие, чтобы именно на основании этого строить ИТ-стратегию, и лишь тогда он сможет оставаться в ее рамках.

Отсюда – две главные мантры СЮ:

- я лучше знаю, как работает бизнес;
- я должен донести свою стратегию до бизнеса на понятном ему языке.

Как же правильно воплотить эти мантры в условиях кризиса? Ответ: стать брендом и войти в правление. Ведь затраты на ИТ – это доходы бизнеса в прямом и переносном смысле. И пути снижения ИТ-затрат не связаны с текущим кризисом, а диктуются естественной для бизнеса необходимостью оптимизации непрофильных расходов и, следовательно,

но, категоризацией задач на сверхважные, важные и не очень.

Зачем СЮ идти в правление?

Да, для любого СЮ стать топ-менеджером престижно и, хотя все они сознают, что эта позиция гораздо более ответственна, чем просто ИТ-директор, нет, пожалуй, такого СЮ, который бы не стремился к топ. Почему?

Эта позиция нужна не только для лоббирования интересов ИТ-службы, не только для «равноправия» с другими подразделениями при принятии решений и не только для того, чтобы иметь право открывать ногой дверь к финансовому директору. Стремление к ресурсам, право голоса (которого они часто лишены) – вот основные мотивы СЮ. И не ИТ-корысти ради, а пользы бизнеса для. Ведь нередко СЮ становится заложником указаний руководства, неадекватных реакций или необоснованных претензий со стороны других отделов.

В правление компании СЮ попадают по-разному. Одни – по совокупности объема обслуживаемых подразделением средств труда (ПК, серверов, каналов и т.п.), другие – за свои профессиональные и управленческие качества. Но почти всегда СЮ-член правления – это бренд имени СЮ.

Простого уважения топ-менеджмента недостаточно – нужно, чтобы советы СЮ стали жизненно необходимыми для бизнеса, а сам СЮ – доверенным советником руководства. Для этого СЮ должен обладать не только профессиональными, но и другими знаниями: в области финансов, управления, социологии и даже в области конкретного бизнеса компании. Каждый слесарь (а ИТ предприятия – это коммунальная служба) должен знать не только, почему течет труба, но и для каких целей она используется.

Во время кризиса выясняется, что такое экономия в бизнесе, а ИТ дают реальную возможность эту экономию реализовать. Внедрить эту мысль в умы руководства легче члену правления, чем простому СЮ. И если «дело правое», то и ответственность за свои предложения СЮ не пугает.



Так что главным девизом для СЮ в кризисные времена может стать вариация на тему известной пословицы: «Кризиса бояться – в ИТ не ходить». Добавим: если сумеет стать брендом. ИКС

Кбайт ЦИТАТОК



«В связи с кризисом свет в конце туннеля будет отключен. Бог»

«Зачастую в периоды кризиса во всем мире отмечается рост рынка связи и... фитнеса»

«Ключевое качество СЮ – умственное здоровье»

«Биллинг – это молоток стоимостью в миллионы долларов для забивания одноцентровых гвоздей»

«Персонал – важный и ценный груз»

«Представитель региональной компании «Связьинвеста»: – Может быть, государству выгодно довести нас до дефолта, чтобы потом выкупить?»

«Сколько нужно человек для обслуживания электронной АТС? – Один человек и одна собака. – Зачем собака? – Чтобы отгонять человека от станции. – А человек тогда зачем? – Чтобы кормить эту собаку»

«Мобильная связь – на третьем месте среди товаров первой необходимости. Даже коньяк на четвертом»

«Мы побороли идею «Закона о кабельном ТВ» – остались в рамках законодательства»

«Если после кризисных сокращений в колодец канализации будет некому лазить – полезет министр вместе с заместителями и прихватит с собой председателя профсоюза работников связи»

«Решение проблемы должно лежать в правовом русле, но самые эффективные решения лежат вне его»

«Продвижение юридических услуг посредством спама выглядит очень интересно»



Конвергентная среда обязывает – и характерной чертой современных «биллингистов», гостей нашей рубрики и участников темы номера, оказывается конвергенция знаний в области связи, информационных технологий и бизнеса.



**Александр
Петрович
КАЗАКОВ,**

руководитель
департамента
конфигурирования
и развития
биллинга и CRM
блока архитектуры
и развития,
«ВымпелКом»

Родился 26 мая 1974 г. В 1997 г. окончил МИФИ по специальности «проектирование систем искусственного интеллекта».

В ГК «ВымпелКом» – с января 1996 г. В 2004 г. назначен на должность руководителя службы конфигурирования и развития BSS ИТ. С октября 2006 г. – в нынешней своей должности.

Участвовал в проектах внедрения двух биллинговых систем компании: АБС «Атлант» в 1997 г. и АБС Amdocs Ensemble, а также в проектах внедрения централизованных ИТ-систем во всех приобретенных компаниях в России и СНГ. Отвечает за внедрение в биллинговой системе компании новых маркетинговых акций.

Женат, воспитывает сына и дочь.
Хобби: работа, книги, лыжи.



**Леонид
Михайлович
БЕЛЬСКИЙ,**

руководитель по
развитию телеком-
муникационных
решений, ИБМ
Восточная
Европа/Азия

Родился в 1963 г. в Москве. В 1985 г. окончил МТУСИ, в 1987-м – МИЭМ.

Работал в ЦКБ связи, в МГТС, в Институте электронных управляющих машин (ИНУЭМ), в Московском представительстве Informix.

С 1999 по 2005 г. работал в австралийском отделении компании ИБМ, участвовал в ряде крупных биллинговых проектов ИБМ в азиатском регионе. В 2006 г. вернулся в Россию и возглавил подразделение телекоммуникационных проектов ИБМ Восточная Европа/Азия, входящее в состав консалтинговой практики ИБМ (IBM Global Business Consulting).

Увлечения – путешествия, футбол, походы и велосипедный спорт. Горячий поклонник английского футбола.

Родился в 1965 г. в г. Мирный Архангельской области. Окончил Военный инженерный Краснознаменный институт им. А.Ф. Можайского и Московскую международную высшую школу бизнеса «МИРБИС» по программе MBA.

В ТТК работает с 2001 г. – ведущий специалист, главный специалист, начальник отдела. Департамент информационных технологий возглавляет с 2005 г. До работы в «Компании ТрансТелеКом» служил в рядах Вооруженных сил, занимался научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими разработками.

Имеет государственные награды.



**Леонид
Владимирович
ИВАНОВ,**

руководитель
департамента
информационных
технологий,
ТТК

Родился 8 апреля 1979 г. В 2001 г. с отличием окончил Академию ФАПСИ по специальности «автоматизированные системы обработки информации и управления».

После прохождения военной службы работал в компании CBOSS, занимаясь внедрением ПО в телекоммуникационных компаниях РФ и дальнего зарубежья. Участвовал в проекте по внедрению системы OEBS (Oracle e-Business Suite) в региональных компаниях ОАО «Связьинвест».

В «АРКТЕЛ» – с 2006 г. Занимался управлением проекта по внедрению и интеграции информационных систем на базе ПО CBOSS. С апреля 2008 г. – в нынешней своей должности.

Женат, воспитывает сына.



**Андрей
Александрович
МЕШКОВ,**

директор по
информационным
технологиям,
«АРКТЕЛ»

Родился 23 января 1963 г. в городе Генк, Бельгия.

Первые 5 лет своей карьеры занимался разработкой систем и управлением проектами в европейской консалтинговой фирме Volmac.

Последние 14 лет Р. Сметс посвятил работе в Irdeto BSS и других компаниях корпорации, занимаясь разработкой, реализацией, поддержкой, продажей и маркетинговым продвижением систем биллинга и обслуживания клиентов. Разработанная Роналдом стратегия комплексного продукта позволяет Irdeto BSS находиться «на передовой» рынка конвергентных платных ТВ-услуг.

Увлекается спортом, особенно теннисом и гольфом, а также фотографией, путешествиями и приготовлением различных блюд.



Роланд СМЕТС,
вице-президент
по управлению
развитием
продуктов,
Irdeto BSS



Александр ПАРХОМЕНКО

«Лучше быть нужным, чем свободным»

Здоровый карьеризм гендиректор Avaya по России и СНГ не считает зазорным. Если любишь свое дело – судьба отвечает взаимностью.

циями, но Физтех – особая планета, институт легендарный.

Я жил в общежитии в Долгопрудном, после «пар» – домой и заниматься допоздна. Я никогда не был упертым «ботаником», но мне всегда было важно стать одним из первых, поэтому первые два года – учеба и только учеба. Физтех натренировал меня на стрессоустойчивость, умение концентрироваться.

С третьего курса стало легче, можно было почувствовать вкус студенческой жизни. Очень горжусь, что мне посчастливилось тесно общаться и дружить с людьми выдающимися, и не только в науке. Например, до сих пор на Физтехе проходит «Матч века», когда факультет играет с факультетом в футбол 24 часа подряд с неограниченным количеством замен, включая бывших выпускников. Я участвовал не раз, и после окончания института, даже привозил своих дочерей поболеть.

Каждое лето – стройотряды. То в Приморье, то на БАМ. Это совсем другая жизнь, другое сообщество. В основном на Физтехе учились ребята, девчонок было мало. Такой строгий мужской коллектив, честные, открытые отношения, я считаю, сыграли большую роль в моем личностном становлении.

– А как же женились, будучи студентом такого «мужского» вуза?

– Жена у меня – редкость, она тоже из Физтеха. Когда я учился на четвертом курсе, открыли факультет физико-химической биологии – и вдруг в институте появились очень красивые девушки. Пройдя суровый кастинг, я вышел победителем. Поженились, когда я был на пятом курсе, она – на втором. Впоследствии жена какое-то время работала в науке, сейчас занимается детьми, домом, собственными проектами.

Здоровый карьеризм

– Как в вашей жизни появилась Военно-инженерная академия?

– Буду откровенен – это был здоровый карьеризм. Я считал, что после Военной академии смогу добиться больших результатов, больше зарабатывать, чем обычный молодой специалист, и пошел в специальный набор академии. Его идея заключалась в том, чтобы дать второе «военное» образование выпускникам ведущих институтов и университетов и из них сформировать костяк для серьезного научного прорыва. Были выбраны два базовых вуза – МГУ и Физтех, в нашей группе из 10 человек 8 были с красными дипломами МГУ и Физтеха. Преподаватели изначально воспринимали нас как будущую смену, отношения были далеко не строевые, а распределение – в ведущие НИИ и КБ системы МО. Специализация – математическое моделирование сложных военно-технических систем.

– Наверное, нелегко было в начале 90-х оставить карьеру военного ученого, едва вступив на эту стезю?

– Работы, которые мы вели, в тот период оказались никому не нужны; прокормить семью на ту зарплату было сложно. Но, пожалуй, больше убивала собственная ненужность. В одной бардовской песне есть хорошие слова: «лучше быть нужным, чем свободным». Я живу по этому принципу.

Вот потому-то и ушел в бизнес, о чем ни разу не пожалел, и считаю, что судьба была ко мне благосклонна. Начинал в «Диалоге» (одно из первых российско-американских СП), после его школы попал в западную компанию NCR, откуда началась моя карьера в российских представительствах. В Sun было огромное количество командировок по стране, в разные уголки России. Со мно-

→ Досье «ИКС»

Александр Пархоменко родился в Москве 29 мая 1965 г. Окончил МФТИ и Военно-инженерную академию им. Дзержинского по специальности «прикладная математика». Работал в НИИ Минобороны РФ, СП «Диалог», компаниях NCR, Sun Microsystems, Cisco Systems, КГ «Борлас», Motorola Enterprise Mobility Business/Symbol Technologies. С октября 2008 г. – генеральный директор Avaya по России и СНГ. Женат, отец двух дочерей.

Планета Физтех

– Случайно или нет, но почти все мои родственники – «весенние» люди: я сам, жена и две дочери, брат – родились в мае и его «окрестностях». Семья – классическая советская народная интеллигенция: отец – инженер, мама – учительница. А родное для семьи место – Москва. Трудно представить себя вне московской среды (хотя сейчас она довольно агрессивна), хотя и были предложения переехать на работу в другие страны.

– Почему решили поступать именно в МФТИ?

– Я заканчивал языковую школу – из нее многие шли в Иняз, но отец убедил, что мужчина должен получить серьезную специальность, а язык – только приложение к ней. К тому же друг отца заканчивал Физтех и заразил меня рассказами про то, какие люди ходили в кирзовых сапогах на заре Физтеха и как там вообще все было брутально. Уверен, выпускники МГУ или МИФИ могут похвастаться своими тради-



Лучше гор может быть только море

гими людьми, с которыми тогда завязались контакты, у меня сохранились хорошие отношения и по сей день.

Больше шести лет проработал в Cisco Systems на разных должностях. Одна из интересных – четыре года руководил украинским офисом. Считаю себя одним из авторов успехов компании на Украине, так как сформировал коллектив, который и сейчас трудится, добиваясь хороших результатов.

С позиции заместителя гендиректора российского представительства Cisco меня «сдвинуло» предложение перейти в российскую компанию «Борлас» вице-президентом по продажам и развитию. В иностранной компании, принимая решения, и в первую очередь по стратегическим вопросам, чувствуешь определенные ограничения. А в российской ты в полной мере несешь ответственность за свои действия и перед заказчиком, и перед сотрудниками – это другое ощущение. «Борлас» принципиально изменил мою точку зрения на бизнес.

– И тем не менее...

– Да, в силу ряда обстоятельств я опять вернулся в иностранную компанию, теперь – Symbol Technologies. Это еще одна счастливая страница моей биографии. Symbol того времени была создана выходцами из Cisco и разрабатывала решения в области автоматической идентификации. Мой участок – СНГ, часть Восточной Европы, Турция, Греция, Средиземноморье. Это был первый международный опыт, где совсем другие правила, и я учился не отдавать команды, а завоевывать доверие людей. Ну и, конечно, специфика региона: сидишь вечером в ресторанчике в Афинах, рядом старый порт, вокруг туристы – и твой организм понимает, что ты на отдыхе. А мозг «при галстук» – должен вести переговоры, заниматься бизнесом. Такое вот противоречие, но было исключительно интересно!

А потом Symbol была куплена компанией Motorola...

– Сожалеете?

– Ничего против Motorola не имею, это большая компания, со своей культурой и правилами. Попав в нее, мы оказались в другой среде. Нам делали замечания: дескать, «люди из Symbol» ведут себя слишком беспокойно, слишком эмоционально, слишком громко, и вообще непонятно – кто кого купил? Мы, в свою очередь, в шутку называли офис Motorola «библиотекой»... Не скрою, в какой-то степени именно неприятие новой среды и способствовало переходу большей части команды Symbol в Авауа. Это не было вопросом карьерного роста или денег – это был вопрос доверия людей.

– Каким вы видите себя лет через 30?

– Я не ставлю цели занять какую-то позицию в какой-то компании или заработать сколько-то денег. Главное – благополучие семьи, поэтому в будущем вижу себя в окружении любимых внуков и внучек. Но я человек активный (и счастливый!) – занимаюсь любимым делом. И дай Бог, чтобы это продолжалось как можно дольше.

Беседовала Лилия ПАВЛОВА



...и своих дочек

➔ Люблю

• Люблю отрасль ИТ – наверное,

потому, что это индустрия, объединяющая интеллектуальных и интеллигентных людей, интересных по сути; и, конечно, этот бизнес подразумевает определенные человеческие отношения.

• Люблю семью, самое важное. Но я трудоголик и, к сожалению, с семьей провожу меньше времени, чем хотелось бы. Но тем больше радость от редких возможностей быть вместе.

• Люблю своих друзей. Наверное, самые близкие друзья – еще из «той жизни», из института, когда люди воспринимают друг друга такими, какие есть, могут прощать недостатки.

• Люблю активный отдых с семьей. Недавно на моторной яхте (я был капитаном), прошли по рекам южной Франции. Только постфактум я понял, насколько это была авантюрная затея: сложное маневрирование, сложная техника руления. Но горжусь, что справился. Иногда ездим кататься на горных лыжах.

• Люблю нормально выглядеть, это мой стиль жизни. Не отделяю себя от

костюма, меня не надо заставлять надевать галстук. Галстук завязываю сам и знаю несколько узлов.

• Люблю русскую кухню: с друзьями под водочку хорошо покушать – большое удовольствие. Не боюсь экспериментов. Бывая в разных странах, обязательно уделяю внимание местной еде – это же часть культуры.

• Люблю советский рок и с юности храню ему верность. Хотя на концерты хожу редко – обычно слушаю в машине, да и то телефонные разговоры перебивают.

• Люблю машины, быструю, агрессивную езду.

• Люблю море и дайвинг.

• Люблю открытые человеческие отношения. Сейчас строю деревянный дом в Подмосковье, стал специалистом по строительным технологиям. Живу ожиданием конца стройки, чтобы можно было собираться с друзьями, с семьей, с родственниками – обязательно в деревянном доме.

Турбоускорение за 20 руб.

Развивая свою концепцию «Дом цифрового комфорта» (см. «ИКС» №10'2008, с. 24), МГТС запустила ряд новых услуг. Услуга «Персональный телефонный номер» дает возможность абоненту МГТС установить у себя SIP-радиотелефон стандарта DECT, на который в любом районе Москвы выдается дополнительный телефонный номер в коде 495. При переезде по другому адресу (в пределах Москвы) этот номер за абонентом сохраняется. Услуга доступна как физическим, так и юридическим лицам. Реализована она на базе NGN.

В качестве агента «Комстар-ОТС» МГТС начала оказывать услуги IPTV. По тарифам и возможностям они аналогичны услугам «Стрим-ТВ». Президент «Комстар-ОТС» С. Приданцев назвал это предложение весьма своевременным, поскольку в условиях



С. Приданцев: «Во время кризиса выиграет тот оператор, который сможет предоставлять широкий ассортимент недорогих и качественных услуг»

кризиса люди будут экономить на посещениях развлекательных заведений и проводить больше свободного времени дома.

Что касается предоставления доступа в Интернет, то МГТС ввела тарифы «Интернет-Лайт» с посуточной тарификацией и планирует запустить услуги «Родительский контроль» и «Турбокнопка». Первая из них позволит родителям в «личном кабинете» создавать для своих детей расписание пользования Интернетом. Если ребенок попытается выйти в Сеть в запрещенное время, он увидит только сайт МГТС. Вторая услуга даст возможность абоненту нажатием на кнопку «Турбо» в «личном кабинете» на два часа увеличивать скорость передачи данных до 6 Мбит/с. Цена одного «ускорения» – 20 руб.

www.mgts.ru

Повышать квалификацию партнеров

решили компании Aladdin и «Антивирусный центр» и запустили новый учебный сертификационный курс по продуктам Aladdin Secret Disk 4.0 и Secret Disk Server 3.2 для защиты конфиденциальной информации.

Особенность курса в том, что он разработан не только для теоретического изучения работы продуктов, тесно связанной с исполнением механизмов Microsoft PKI. В программу входят и практические занятия по моделированию ситуаций, с которыми технический специалист сталкивается на практике. Потенциальные слушатели – партнеры обеих компаний – будут обучаться на базе первого в России авторизованного по решениям Aladdin Secret Disk Консультационно-тренингового центра. Проводить обучение планируется раз в две недели.

По сути, двухдневный курс рассчитан не только на партнеров-дистрибьюторов и реселлеров, но и на технических специалистов заказчика, желающих повысить свою компетенцию в области защиты конфиденциальной информации и возможностей данного продукта. Однако гендиректор «Антивирусного центра» Н. Слободенюк полагает, что первыми слу-



Ш. Салманова (слева): Вместе с сертификатом сдавший экзамен слушатель получает бесплатную лицензию на Secret Disk 4.0.

шателями станут партнеры Aladdin и прямые реселлеры «Антивирусного центра». Поскольку курс «мобильный» (не требует «тяжелых» ПК и специализированного оборудования), то проводить занятия по нему можно и в регионах. Директор по маркетингу Aladdin Ш. Салманова добавила, что вендор будет разрабатывать специальные программы для партнеров, стимулирующие прохождение данного курса. Стоимость обучения составит 9900 руб.

www.aladdin.ru
www.antiviruspro.ru

Кадровые назначения

«Связьинвест»
Михаил КРИЦКИЙ назначен заместителем гендиректора.

«Ростелеком»
Виктор ЮШКИН назначен директором административного департамента.

«ЦентрТелеком»
Сергей КУЗНЕЦОВ избран председателем совета директоров.

«Северо-Западный Телеком»
Ольга КОРОЛЕВА избрана председателем совета директоров.

«Сибирьтелеком»
Александр ШЕЙФЕР назначен заместителем гендиректора – директором по экономике и финансам.

«ВымпелКом»
Александр ТОРБАХОВ назначен гендиректором. Борис НЕМШИЧ назначен главным исполнительным директором.

МТС
Людмила ФЕДОРОВА назначена директором филиала в Красноярском крае.

«СТРИМ-ТВ»
Дмитрий БАГДАСАРЯН назначен заместителем гендиректора – коммерческим директором. Анатолий КРАЙНЕВ назначен заместителем гендиректора – директором по управлению макрорегионом «Центр».

«Каскад-ТВ»
Иван ГАВРИЛЕЦКИЙ назначен гендиректором.

«Синтерра-Юг»
Игорь КОВАЛЕВ назначен гендиректором.

IBS
Алексей САВЕЛЬЕВ назначен директором департамента по работе с банковскими структурами.

ОСБ
Наталья МАЛЫШКО назначена региональным директором новосибирского филиала.

«Энвижн Групп»
Антон СУШКЕВИЧ назначен президентом компании. Алексей НАШЕКИН назначен гендиректором.

Microsoft Россия
Марина ЛЕВИНА назначена членом совета директоров, директором по PR и корпоративным коммуникациям.

Kroll Ontrack
Александр МИХАЙЛОВ назначен руководителем российского отделения.

Avaya
Джан ЛОУФОРД назначена старшим директором по работе с партнерами в регионе EMEA.

Hitachi Data Systems
Джек ДОММЕ назначен главным управляющим. Минору КОСУГЭ избран председателем правления.

Discovery Networks
Кристиан КУРЦ назначен директором по исследованиям на развивающихся рынках в регионе EMEA.



RRC – новый дистрибьютор Avaya



М. Косилов: «Продукция Avaya должна занять лидирующие позиции в спектре решений, предлагаемых RRC Networking»

Avaya и RRC подписали контракт, согласно которому RRC получила статус официального дистрибьютора Avaya в России, Украине, Казахстане, Азербайджане, Польше, Венгрии, Чехии, Сербии и Словении.

По словам М. Косилова, главного исполнительного директора RRC, продажами решений в области IP-телефонии, интеллектуальных коммуникаций и операторских центров Avaya будет заниматься RRC Networking – старейшее подразделение компании, которое более 15 лет занимается дистрибуцией сетевого и телекоммуникационного оборудования.

www.rrc.ru
www.avaya.ru

Доля этого подразделения в обороте компании – около 35%, а количество партнеров на всей территории присутствия дистрибьютора порядка 1500.

Перечисляя причины выбора компании RRC в качестве нового дистрибьютора, В. Якименко, директор по работе с партнерами Avaya в России и странах СНГ, отметил ее ориентацию на модель value added distribution – предоставление партнерам дополнительных сервисов для развития их продаж. Речь идет не только о сервисном обслуживании, технической поддержке и прочих стандартных для дистрибьютора функциях, но и о консалтинговой составляющей. Соответствующие подразделения RRC выполняют работы по подготовке проектной документации для партнеров, проводят исследования инфраструктуры их заказчиков, предлагаются оптимальные конфигурации и варианты решений. Такой подход открывает дополнительные возможности для продаж продукции Avaya.

Виртуальных стало больше

В Московском регионе появился новый сотовый оператор – MVNO «ПРОСТО для общения». Его целевая аудитория – люди, которые пользуются базовыми услугами: делают звонки и отправляют SMS. Основная особенность «ПРОСТО для общения» – низкие внутрисетевые тарифы (5 коп. за минуту разговора). Сетевую инфраструктуру оператору предоставляет «МегаФон», для биллинга использована информационно-биллинговая система компании «Петер-Сервис», специально адаптированная для обслуживания технологических процессов и потребностей виртуального оператора.

www.prostozvoni.ru
www.billing.ru

D-Link®
Building Networks For People

Активное оборудование для мультисервисных сетей

DES-7206/DES-7210



Уровень ядра

Расширенный функционал для мультисервисных сетей. Высокая плотность портов, поддержка IPv6.

DGS-3612/12G/27/27G/50



Уровень распределения

Управляемые коммутаторы. Стекирование 10G, оптимальное соотношение цена/функционал.

DES-3028/DES-3052



Уровень доступа

Управляемые коммутаторы. Программное стекирование по технологии SIM. Оптимальное соотношение цена/функционал.



Компания «Тайле»
Дистрибутор сетевого оборудования

Склады в 26 городах

Москва: (495) 710-71-25; Санкт-Петербург: (812) 326-6005; Архангельск: (8182) 290-206; Астрахань: (8512) 22-04-30; Волгоград: (8442) 49-90-69; Воронеж: (4732) 413-403; Екатеринбург: (343) 355-02-27; Ессентуки: (87934) 21-668; Иркутск: (3952) 23-01-90; Казань: (843) 525-78-08; Краснодар: (861) 258-00-58; Красноярск: (391) 252-94-46; Нарьян-Мар: (81853) 4-56-78; Нижний Новгород: (831) 432-58-98; Новосибирск: (383) 328-01-60; Омск: (3812) 370-610; Орёл: (4862) 36-91-30; Пермь: (342) 265-65-21; Ростов-на-Дону: (863) 206-75-67; Самара: (846) 958-48-90; Тула: (4872) 25-20-52; Уфа: (347) 246-02-32; Хабаровск: (4212) 73-79-80; Челябинск: (351) 798-01-37; Чита: (3022) 44-98-22; Ярославль: (4852) 94-29-00

E-mail: info@tayle.ru; www.tayle.ru

Москва – регионы: счет 47:53

Компания-дистрибьютор сетевого и телекоммуникационного оборудования «Тайле» зафиксировала суммарный прирост продаж в 2008 г. на уровне 26%. Причем, по словам исполнительного директора компании И. Белоусова, наибольший прирост доходов наблюдался в регионах (85%), где компания работает через 19 филиалов и шесть представительств. В результате соотношение объемов продаж между Москвой и регионами составило 47:53.

В 2009 г. компания собирается все свои представительства превратить в филиалы, объединив их сетью IP-телефонии и внедрив новую программу логистики. Планируется и некоторое расширение присутствия «Тайле» в регионах. Главную же задачу компании на 2009 г.

И. Белоусов видит в сохранении уровня продаж 2008 г.

Основную долю в продажах «Тайле» составляет оборудование D-Link (69%), тогда как доли продуктов других производителей укладываются в интервал 14–1,5%. Стремясь расширить свой продуктовый портфель, «Тайле» заключила дистрибьюторское соглашение с компанией Ncomputing, ставшей седьмым вендором, оборудование которого она продает. Решение NComputing по виртуализации рабочих станций вне России широко используется в образовательных программах, в учреждениях здравоохранения и офисах с унифицированным набором приложений. На таких же потребителей решения рассчитывает и «Тайле».

www.tayle.ru



И. Белоусов:
«В регионах нет легких денег, но бизнес стабильнее»

Выбирать ИТ-решения станет проще

На базе компании КРОК открылся первый в России и СНГ центр решений EMC Velocity2 Signature Solutions Centre. Он оборудован всеми основными моделями систем хранения данных корпорации EMC – Celerra, Centera, Clariion CX, Symmetrix DMX800 и др. Связь их с серверами центра осуществляется по сети SAN на базе коммутаторов Cisco MDS 92161.

В центре представлены решения для резервного копирования данных, консолидации вычислительных ресурсов (с помощью ПО VMware ESX) и построения территориально распределенных катастрофоустойчивых ИТ-систем. Так, журналистам была продемонстрирована

на возможность восстановления работы виртуальных серверов в удаленном резервном ЦОДе при выходе из строя основного (в роли основного и резервного ЦОДов выступали установленные рядом монтажные стойки с оборудованием).

С помощью средств центра предполагается тестировать приложения заказчиков (моделируя их ИТ-среды), оказывать им консультативную помощь при подборе и внедрении аппаратного и программного обеспечения. Это позволит заказчикам снизить риск при реализации у себя новых ИТ-решений.

www.croc.ru
russia.emc.com

M & A

«Инвестиционная компания связи» («Связьинвест») приобрела 24,33% голосующих акций ОАО «Гипросвязь». Теперь ей принадлежит 74,999% обыкновенных акций предприятия, а доля ее участия в уставном капитале «Гипросвязи» увеличилась до 56,25%.

МТС приобрела 25,01% уставного капитала своей дочерней компании «Дагтелеком» у Glaxen Corp., доведя свою долю в «Дагтелекоме» до 100%.

«Синтерра» выкупила 43,4% уставного капитала МТТ (50% голосующих акций) у АФК «Система», а также 25,01% «Синтерра-Урал» у компании «Бенефит» и довела свою долю участия в уральском предприятии до 100%.

ТК «Комет», входящая в группу компаний «Синтерра», присоединила к себе компании «Доля» и «РизлТКонсалт».

Hitachi Global Storage Technologies приобретает Fabrik, частную компанию по производству персональных и профессиональных устройств хранения данных.

Elbit Systems (Израиль), купила 100% акций Shiron Satellite Communications, производителя оборудования для широкополосных VSAT-сетей.

Research In Motion приобретает компанию Certicom, которая специализируется на разработке средств безопасности и шифрования для беспроводных VPN.

Harmonic приобрела Scopus Video Networks, разработчика и производителя платформ для цифрового ТВ.

ЕЩЕ БОЛЬШЕ НА
www.iksmedia.ru



СВЯЗЬ-ЭКСПОКОММ-2009

<http://www.svyazexpo-online.ru/>

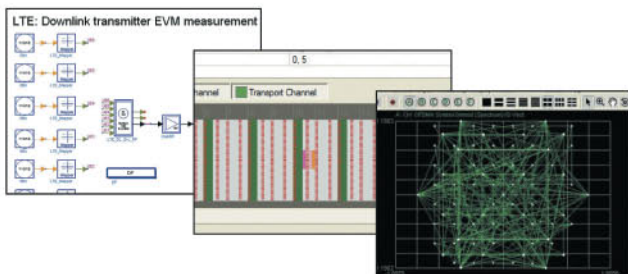
Продукция более 700 фирм из 24 стран на стендах «Связь-Экспокомм-2009»
21-й международной выставки телекоммуникационного оборудования, систем управления, информационных технологий и услуг связи

12–15 мая 2009 г.
Москва, ЦВК «Экспоцентр», Краснопресненская наб.

www.sviaz-expocomm.ru www.svyazexpo-online.ru

Вы строите сети LTE

Agilent прокладывает путь



Решения Agilent для LTE:

- Проектирование систем и схем LTE с помощью библиотеки беспроводных компонентов Agilent ADS LTE
- Создание сигналов стандарта LTE с помощью программы Signal Studio
- Обработка реальных сигналов LTE с помощью программы анализа сигналов

Загрузите новый 20-страничный технический обзор 3GPP LTE компании Agilent

Москва, +7 495 797 39 00

www.agilent.nl/find/3gpplte

Откройте для себя все возможности новейшей технологии LTE. Первая библиотека для проектирования оборудования LTE и программный эмулятор LTE, созданные компанией Agilent, сделали технологию LTE реальностью. Компания Agilent первой на рынке представила реальный анализ сигналов восходящего и нисходящего канала LTE.

Вы – первопроходец в сфере LTE. Мы дадим Вам уникальные инструменты для моделирования LTE, генерации сигналов и анализа. А совершенные взаимосвязанные решения Agilent позволят гибко объединять проектирование с тестированием, ускоряя вывод продукции на рынок.

Узнайте больше о технологии 3GPP LTE в новом 20-страничном техническом обзоре www.agilent.com/find/3gpplte. Это тестирование LTE на грани возможного.



Семь серверов из восьми – лишние

Компания «Открытые Технологии» представила решение для построения ЦОДов следующего поколения, которое, по заявлению разработчиков, позволяет радикально уменьшить совокупную стоимость владения инфраструктурой дата-центра. Это решение построено на базе технологий консолидации, виртуализации, автоматизации и динамического управления ресурсами. В его состав входят коммутаторы Cisco Nexus 5000; совместное решение Cisco и VMware с использованием виртуального коммутатора Cisco Nexus 1000V и ОС VMware Virtual Datacenter Operating System, обеспечивающей управление, мониторинг и анализ процессов, выполняющихся в ЦОДах. Система хранения и защиты данных в виртуализованных средах на базе дисковых массивов EMC CLARiiON CX4 с использованием ПО де-



С. Лебедев. Есть способ сократить стоимость владения ЦОДом.

дубликации данных EMC Avamar позволяет значительно сократить емкость накопителей и снизить затраты времени на резервное копирование.

На примере гипотетического ЦОДа (150 серверов, на которых работают разнотипные приложения, обрабатывающие данные общим объемом 50 Тбайт) С. Лебедев, технический руководитель направления «Сетевая инфраструктура ЦОД» компании «Открытые

Технологии», продемонстрировал экономическую эффективность предлагаемого решения: по его подсчетам, есть возможность сократить количество серверов в 8 раз, коммутаторов – в 12 раз и в 5 раз снизить энергопотребление ЦОДа, что в свою очередь приведет к уменьшению совокупной стоимости владения ЦОДом на \$3,8 млн за три года.

www.ot.ru

Кбайт фактов

«МегаФон-Центр» внедрил универсальное рабочее место консультанта контакт-центра «Астерос Контакт» производства «Би-Эй-Си» (входит в группу «Астерос»). В результате контакт-центр оператора увеличит число обработанных вызовов и повысит качество обслуживания клиентов.

«Сетьтелеком», оператор спутниковой сети AltegroSky, подключил 1000-й VSAT через ИСЗ «Экспресс-AM1» на хабе HughesNet, расположенном в Центре космической связи «Дубна» ГП «Космическая связь».

«Энфорта» получила лицензию на услуги по предоставлению каналов связи на территории Москвы и Московской области.

Orange Business Services получила разрешение Россвязькомнадзора на эксплуатацию сети фиксированной зонной телефонной связи в Новосибирской области.

«Глобус-Телеком» ввел в эксплуатацию узел телематических услуг в Саратове и начал на базе его оказывать услуги доступа в Интернет.

«Енисейтелеком» собирается установить в своих центрах обслуживания и продаж устройства Bluetooth-маркетинга WINGS BlueCell (разработчик «Вингс»), с помощью которых на телефоны посетителей будет рассылаться мобильный аналог сайта оператора.

Альфа-Банк предоставил своим клиентам, подключенным к услуге «Альфа-Чек», возможность совершать платежи и переводы с помощью SMS-сообщений.

Элиста становится «безопасным городом»

Система видеонаблюдения для контроля мест наибольшего скопления людей и значимых перекрестков города развернута в столице Калмыкии в рамках программы «Безопасный город». В систему входят видеокамеры, сервер обработки и хранения видеоматериалов, видеомониторы, пульт управления камерами и транспортная радиосеть. В зависимости от задач использованы как стационарные камеры «день/ночь», так и купольные с возможностью зуммирования. Основа транспортной сети – оборудование компании Proxim Tsunami MP.11, обеспечивающее скорость в радиоканале до 54 Мбит/с и QoS для передачи разнородного трафика. В системе также использован фрагмент волоконно-оптической сети, принадлежащей МВД Республики Калмыкия (заказчику системы). Реализовала проект компания «Авалком». Ранее «безопасными городами» стали Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Череповец, Нерюнгри и др.

www.avalcom.ru

ЕЩЕ БОЛЬШЕ НА
www.iksmedia.ru



СВЯЗЬ-ЭКСПОКОММ-2009

<http://www.svyazexpo-online.ru/>

**Информационный центр выставки «Связь-Экспокомм-2009»
Павильон 2, зал 2**

- информация об участниках выставки
- программа мероприятий
- размещение пресс-релизов и новостей участников выставки
- интервью и обзоры

на сайте Информационного центра www.svyazexpo-online.ru в режиме реального времени



Качество подтверждено!

- **Поставлено на российский телекоммуникационный рынок свыше 52000км кабеля и 1 100 000км волокна. Не получено ни одной рекламации:**
 - для магистральных и зонавых линий связи – свыше **25 000км кабеля;**
 - для подвески по опорам линий электропередачи (ЛЭП) – около **11 000км кабеля;**
 - по трассам газо- и нефтепроводов – более **8 000км кабеля.**
- **Лауреат Премии Правительства РФ в области качества** - высшей национальной награды в области качества (Постановление Правительства РФ № 739 от 06.12.2003).
- **«Свидетельство» № 169 – ЦЭП – 09 – 07, выданное «Всероссийской Организацией Качества»,** удостоверяющее, что качество волоконно – оптических кабелей производства ЗАО «СОКК» соответствует высшему уровню качества, установленному программой «Российское качество».
- **Лауреат Главной Всероссийской Премии «Российский Национальный Олимп».**
- По итогам инспекционного аудита в рамках **Европейской организации качества по критериям EFQM,** система менеджмента СОКК соответствует уровню **«Признанное Совершенство».** Компания получила оценку **«5 звёзд»** - это наивысший балл при оценке по уровню **«Признанное Совершенство».**

ЗАО «Самарская оптическая кабельная компания»

443022. Россия. Самара, ул. Кабельная, 9. Телефон: (846) 955 09 63, 955 11 93.

E-mail: sales@soccom.ru, www.soccom.ru

На расходные материалы всегда есть спрос

Соглашение о поставках расходных материалов Hewlett-Packard по всей территории России заключено между HP и OCS. Благодаря этому OCS смогла сформировать полную линейку продуктов HP для предложения клиентам. В 2008 г. OCS включила в «комплект HP» сетевое оборудование Procurve Networking by HP, ноутбуки HP Pavilion, а также лазерные и струйные принтеры с технологией Edgeline. Директор департамента HP компании OCS С. Куприянов считает, что новое соглашение поможет OCS закрепить успехи в поставках продукции HP, за которые компания получила статус платинового партнера.

Рост продаж по всей линейке HP составил в 2008 г. 58%, из которых на периферийное оборудование пришлось около

35%. Расходные материалы, по оценкам С. Куприянова, добавляют к обороту не меньше 15%. Но сейчас главная задача – создать постоянный запас всего ассортимента расходных материалов на складах филиальной сети, чтобы гарантировать стабильность поставок клиентам и доступность товара. Ведь спрос на расходные материалы от экономических потрясений зависит меньше, чем, например, на серверы.



С. Куприянов: «Рост продаж расходных материалов в России в разы больше, чем в Европе»

Рассчитывая на устойчивую востребованность этой продукции, OCS предполагает использовать для дистрибуции не только собственную сеть филиалов в 21 городе России, но и свыше 3,5 тыс. партнеров и различные розничные сети. В планах OCS – выход на рынок канцтоваров.

www.ocs.ru
www.hp.ru

Triple play уже на Чукотке

Предоставление пакета услуг в операторской практике постепенно становится нормой. В ряды triple play-операторов вступила компания «Арктик Регион Связь» (г. Анадырь), запустившая в коммерческую эксплуатацию услуги телефонии, доступа в Интернет и IPTV. Базой для них является оптическая сеть, построенная на оборудовании GERON производства «Дженерал ДейтаКомм». В планах оператора – наращивание числа абонентов до 3,5 тыс., расширение спектра сервисов и повышение их качества.

www.gdc.ru

«АМТ-ГРУП» берется за IP-телевидение

Учитывая растущий интерес к возможностям IP-телевидения, «АМТ-ГРУП» в рамках своего сотрудничества с Cisco получила специализацию SP Video Partner, чтобы осуществлять поставку и внедрение решений вендора в этой области. В 2008 г. доля сложного высокотехнологичного оборудования в общем объеме продаж «АМТ-ГРУП» по продуктам Cisco превысила 20%, а в целом оборот по продуктам этого производителя вырос более чем на 40%. Около 70% оборота составили продажи для операторов связи.

www.amt.ru

Кбайт фактов

Ericsson продемонстрировала в реальном времени передачу данных по витой медной паре с использованием технологии VDSL2 со скоростью свыше 0,5 Гбит/с.

Deutsche Telekom успешно завершила полевые испытания магистральной оптоволоконной линии связи с полосой пропускания 112 Гбит/с, построенной на базе модернизированной платформы Marconi MHL 3000 WDM.

«**Петер-Сервис**» получила лицензии на разработку и производство криптографических средств, их техническое обслуживание и распространение, а также на предоставление услуг в области шифрования информации.

HP и Институт системного программирования РАН открыли ресурсный центр всероссийской программы «Университетский кластер» на базе Вятского государственного университета.

Syrus Systems заключила партнерское соглашение с Theta Networks, поставщиком приложений MMSMAX и WAPMAX для анализа качества услуг WAP, MMS, Streaming, SMS и PIM (SyncML), и теперь будет дистрибьютором этих продуктов в России и СНГ.

«**Интурист Отель Групп**» оборудует свои гостиницы хот-спотами Wi-Fi, построенными на базе сервисного шлюза **D-Link DSA-3110 hotspot edition** и беспроводных точек доступа **DWL-3200AP**. Первая сеть развернута в гостинице «Москва» в Угличе.

ЕЩЕ БОЛЬШЕ НА
www.iksmedia.ru



СВЯЗЬ-ЭКСПОКОММ-2009

<http://www.svyazexpo-online.ru/>

Пригласительные билеты для специалистов на выставку «Связь-Экспокомм-2009»

Профессионалы рынка и специалисты отрасли могут заполнить анкету на сайте «Экспоцентра» www.sviaz-expocomm.ru и получить билет на выставку «Связь-Экспокомм-2009»

Официальный каталог выставки можно приобрести в кассах ЦВК «Экспоцентр» (Москва, Краснопресненская наб.).



CompTek — Value Add Distributor
оборудования и решений Cisco, из года в год
обеспечивающий своим партнерам лучшие
условия поставки и поддержки:



- быстрые прямые поставки
- собственный склад
- развитая служба техподдержки, работающая в режиме 24x7
- лаборатория компетенции, тестирования и проектирования
- он-лайн конференции и доступ к складу
- информационная поддержка

**Системное
партнерство**



142784, Москва, Киевское шоссе,
бизнес-парк «Румянцево»,
стр. 1, подъезд 5, этаж 8.
тел.: (495) 745-2525,
факс: (495) 745-2527
www.comptek.ru
e-mail: sales@comptek.ru

С креативом наперевес

Для креативных людей кризис – не повод для уныния, а хорошая порция адреналина. Как показала конференция High-Tech Marketing, на фоне падения объемов продаж и сокращения маркетинговых бюджетов сами маркетологи отрасли настроены по-боевому. И не теряют чувства юмора.

«Мы одной крови»

За свою более чем вековую историю маркетинг прошел несколько этапов, причем фокус неуклонно сдвигается от товара к потребителю, и в теории маркетинга высшая степень – ориентированность на индивидуального потребителя. Логическим продолжением индивидуального маркетинга, по мнению Т. Толмачевой (iKS-Consulting), должен стать отраслевой маркетинг. Например, уже существуют маркетинговые концепции в индустрии развлечений, в сфере банковских, страховых услуг, туризма... Формируются основы и в high-tech-маркетинге, со своими особенностями для рынков B2C и B2B.

Хайтек-продукт имеет ряд специфических характеристик, кардинально отличающих его от любого другого продукта и, соответственно, объединяющих маркетологов рынков телекома и ИТ в категорию людей «одной крови». Их выделяет знание хайтек-рынка, своего продукта и особенностей поведения его покупателей. «Логично, если мы будем развивать маркетинг совместными усилиями», – считает Т. Толмачева. К слову, организаторы конференции (агентство iKS-Consulting) инициировали создание отраслевой ассоциации маркетологов, которая способствовала бы воплощению этой идеи.

В чем отличие от «других видов»

Чем же маркетинг в высоких технологиях отличается от других видов маркетинга? Прежде всего высокой динамичностью самого рынка новых технологий, полагает Д. Багдасарян («Стрим ТВ»). Технологический прогресс, скорость рас-

пространения инноваций и короткий жизненный цикл технологий, отсутствие знаний у клиентов, внезапное появление конкурентов, проблемы ценообразования и сложности планирования – все эти аспекты хорошо известны маркетологам хайтека. «Маркетинг высоких технологий находится на стыке неопределенностей, что в корне отличает нас с вами от маркетологов других видов», – убежден Д. Багдасарян. По его мнению, хайтек-маркетолог в первую очередь должен понимать собственно «предмет» (высокие технологии) и мыслить на опережение. И вообще должен знать больше, чем любой «обычный» маркетолог.



Д. Багдасарян: «Хайтек-маркетолог – звучит гордо!»

Почему они смеются

То, что хайтек-маркетологи – люди неординарные, подтвердил разговор двух служащих отеля, в котором проходила конференция:

– Слушай, что в зале происходит, почему они все время ржут?

– Да там какая-то революционная конференция.

Действительно, при всей глубине и серьезности докладов зал регулярно взрывался хохотом.



Настрой зала: без комментариев

Например, когда М. Чернышев («Tele2 Россия») рассказал об успешном применении компанией инстру-

ментарии «партизанского маркетинга», столпы которого – провокация, юмор и эротика.

Или когда на вопрос «ИКС» о невоплощенных идеях (вроде бы грустить надо) П. Ройтберг (МТС) заметил, что собственноручно «зарубает» многие предложения, например идею внедрить услугу Voice SMS. «Приносили всякие кейсы – на Филиппинах запустили, в Уганде и т.д. А единственный разумный кейс Voice SMS – там, где не умеют писать, – резюмировал «Mister No». – Когда мне скажут, что в Англии запустили, тогда поговорим».

«Добавил пороху» и Д. Багдасарян, рассказав о нереализованной акции «Время сажать», которая могла бы совпасть с весенними днями, когда действительно нужно сажать цветы, и периодом борьбы с «оборотнями в погонах»... «Ну вот не рискнули – может быть, и зря», – слегка посокрушался Дмитрий под гомерический хохот аудитория.

Чего они хотят

У ИТ-маркетологов сегодня больше проблем, чем у их коллег из телекома. Но, по сути, цель у всех одна – выработать антикризисную стратегию продаж своих высокотехнологичных продуктов и услуг. Решения порой диаметрально противоположные. ИР, например, ушла от продуктового подхода к модели ценообразования в зависимости от потребностей заказчика и сосредоточила принятие решений в «генштабе», а на локальных рынках оставила «рядовых». ИВМ, напротив, дала большую свободу региональным представительствам. ИBS делает ставку на общечеловеческие ценности, а «Ситроникс» стремится показать известные решения в новом ракурсе, наиболее интересном заказчику в кризисной ситуации. Но это, действительно, люди одной крови, вооруженные против кризиса собственным креативом...

Лилия ПАВЛОВА

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ High-Tech Marketing

МАРКЕТИНГ НОВЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ В ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЯХ

Первый в истории ИКТ форум маркетологов,
работающих в высокотехнологичной сфере

Почему High-Tech Marketing?

Маркетинг сегодня — самое «горячее» направление
в Телекоме, ИТ и Медиа

Почему Казахстан?

■ Особое геополитическое положение страны ■ знаменитое восточное гостеприимство
■ усилия правительства страны ■ 3-ий по масштабам в СНГ телеком-рынок ■ огромный интерес специалистов к инструментам маркетинга ■ активность телеком-операторов Казахстана
■ скорость их интеграции в мировой бизнес делают эту площадку **максимально удобной и эффективной** для организации встреч профессионалов отрасли Телеком, ИТ и Медиа всей Центральной Азии.

WWW.HITECHMARKETING.RU

27 мая 2009 г.
АЛМАТЫ



Стоимость
участия
в конференции:
560 евро (без НДС)

Международная конференция High-Tech Marketing — это:

- Единственный специализированный форум для профессионалов маркетинга в отрасли Телеком, ИТ и Медиа;
- Открытая площадка для обмена успешным опытом, новыми идеями и стратегиями с профессионалами экстра-класса и коллегами;
- Отличный шанс услышать лучших профессионалов отрасли из ведущих компаний;
- Уникальная возможность открыть лучшие международные кейсы и лучшие решения — в один день и в одном месте.

Приглашаем принять участие в конференции:

- Руководителей компаний
- Директоров по маркетингу
- Директоров по продажам
- Директоров по развитию бизнеса
- Директоров по стратегическому планированию
- Всех заинтересованных профессионалов в области маркетинговых коммуникаций, поведенческого маркетинга, конкурентных стратегий, тарифной политики и стратегий ценообразования, развития и продаж high-tech-продуктов.

ВОСПОЛЬЗУЙТЕСЬ СПЕЦИАЛЬНЫМ ПРЕДЛОЖЕНИЕМ!

Скидка 10 %:

- при регистрации до 17 апреля 2009 г.
- при регистрации 2-го делегата от компании

СПЕЦИАЛЬНАЯ СКИДКА
10 %

ОРГАНИЗАТОР КОНФЕРЕНЦИИ:



Россия, Москва
+7 (495) 505-1050
ls@iks-consulting.ru
www.iks-consulting.ru

Казахстан, Алматы
+7 (777) 227-5497
+7 (727) 333-3457
sch@iks-consulting.ru

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПОНСОРЫ:



РЕГИСТРИРУЙТЕСЬ: Тел.: +7 (495) 505-1050 ■ conference@iks-consulting.ru ■ www.hitechmarketing.ru

Оптимизируем расходы с call-центром

Как, оптимизируя затраты, не потерять клиентов, особенно в кризисное время? Этот вопрос чаще других звучал на VIII Международном форуме «Мир call-центров. Call Center World-2009».

Нужно ли экономить на аутсорсинге call-центра?

Предоставление услуг call-центра превратилось в отдельное направление бизнеса. Его пионеры – компании «Голден Телеком» (ныне «Билайн Бизнес»), TeleContact и Teleperformance отметят в этом году свое 10-летие. По предварительным оценкам С. Мирина («РосБизнесКонсалтинг»), за 2008 г. объем рынка аутсорсинга услуг call-центров вырос до \$120 млн (прогнозировалось – \$160 млн). Но российский показатель количества рабочих мест в аутсорсинговых call-центрах на 100 тыс. жителей в 30 раз ниже, чем во Франции, и вчетверо меньше, чем в Индии. И здесь аналитик видит огромный потенциал для развития этого сегмента.



И. Колесникова: «Решив, что лучше синица в руке, чем журавль в небе, мы сфокусировались на работе с существующими клиентами»

Нынешний кризис привел к сокращению количества заказчиков аутсорсинговых call-центров, прежде всего за счет банков и страховых организаций, ранее их доля в структуре клиентов, по данным РБК, достигала 40%. В числе факторов, помогающих аутсорсинговым call-центрам держаться на плаву, – растущий уровень понимания сути таких услуг компаниями различных отраслей и сфер экономики и повышение требований бизнеса к обслуживанию клиентов.

Наиболее тяжелым для аутсорсинговых call-центров, по прогнозу РБК, станет 2009 г. На рынке будет наблюдаться стагнация, а возможно, и небольшая рецессия. Но есть основания надеяться, что затем рост рынка возобновится, причем быстрыми темпами.

Кризис вынудил многих зарубежных клиентов принять решение о расширении сотрудничества с российскими call-центрами. Так, по словам И. Колесниковой («ВымпелКом»), обслуживание в аутсорсинговом call-центре «Билайн Бизнеса», расположенном в Калуге, обойдется заказчику дешевле, нежели во внутрикорпоративном операторском центре где-нибудь в Испании или Португалии, и без потери в качестве. Другая тенденция – сильно возросший спрос клиентов (как российских, так и зарубежных) на всевозможные «технологические изыски», способные обеспечить экономию расходов. Например, многие заказчики «Билайн Бизнеса» заказывают исходящие обзвоны своей клиентской базы с помощью IVR, активно пользуются SMS-рассылками.

На услугах аутсорсингового call-центра экономить не стоит, уверены и аналитики и практики. Более того, их необходимо использовать, если хочешь одновременно и сократить свои операционные расходы, и не потерять клиентов.

Секреты лояльности

Как правило, обращаясь в call-центр, клиенты меньше всего думают о выстраивании отношений с ним. А между тем установление эффективных взаимоотношений позволяет и заказчику, и call-центру добиваться повышения качества обслуживания, увеличения объемов продаж и степени удовлетворенности клиента.

Секрет успеха, как считает Е. Ражанская («Московский центр новых технологий телекоммуникаций»), заключается в максимально персонализированном подходе к каждому заказчику call-центра. Уже на первом этапе совместной работы следует согласовать интересы обеих сторон, выработать ключевые показатели качества проекта (количество операторов, занятых в проекте, уровень сервиса, среднее время ожидания, среднюю продолжительность вызова, шаблоны предоставления отчетов и др.) и зафиксировать их в договоре. Но на этом взаимодействие аутсорсера и его клиента не заканчивается. Например, заказчики контакт-центра МЦ НТТ часто привлекаются к проведению тренингов для операторов. Кроме того, менеджеры заказчиков контролируют, соответствуют ли текущие параметры показателей, указанным в договоре. Для этого контакт-центр регулярно отправляет им статистику, анализируя которую, они могут своевременно выявить проблемы.

Способами объективной оценки качества телефонного обслуживания сегодня озабочены как аутсорсинговые, так и внутрикорпоративные call- и контакт-центры компаний федерального масштаба. По мнению С. Шинкевич (МТС), в числе таких методик могут использоваться фокус-группы абонентов, позволяющие выявить их ожидания от общения со специалистами call-центров, обзвоны клиентов по следам их обращений в call-центр, а также опросы по унифицированной анкете, призванной оценить профессионализм специалистов. В контакт-центрах МТС (где работают в общей сложности 4 тыс. человек, обрабатывающих в среднем за год 98 млн минут вызовов абонентов) результаты исследований часто

«ИКС»
о call-
и контакт-
центрах

2008:
№ 5, с. 40
№ 7–8, с. 25
№ 9, с. 88

2007:
№ 10, с. 62
№ 5, с. 28

2006:
№ 4, с. 26
№ 12, с. 92

2005:
№ 4, с. 16
№ 7, с. 26

2003:
№ 4, с. 19
№ 5, с. 24

становятся поводами для проведения тренингов среди персонала, коучинг-сессий руководителя с тем или иным специалистом, а иногда даже основанием для пересмотра и изменения бизнес-процессов.

Планирование для будущего роста

Именно так рассматривают кризис ведущие разработчики и производители решений для call-центров, которые активно превращаются в контакт-центры. Ощущая в условиях нестабильности падение спроса на платформы, вендоры выдвинули различные «антикризисные предложения», которые позволяют обеспечить клиентов call-центра максимально возможным набором сервисов на базе самых современных технологий. Возможности своих продуктов они представляли не только «сквозь призму кризиса», но и как средства удержания клиентов.

Компания Nortel подтвердила свой курс на разработку и производство программно-ориентированной продукции, представив аппаратно-независимое решение Interactive Communication Portal (ICP), позволяющее развернуть принципиально новые услуги на уже имеющейся инфраструктуре. Платформа ICP предназначена для разработки коммуникационных приложений в среде Web 2.0 и построения интерактивных голосовых, видео, SMS, и интернет-сервисов, предоставляемых клиентам в автоматическом режиме. В основе Interactive Communication Portal лежит ПО, работающее на стандартных коммерческих серверах, что снижает затраты на развертывание решения. ICP встраивается в существующую IP-инфраструктуру компании и потому не требует дополнительного обучения персонала и работ по обеспечению совместимости.

Компания Siemens Enterprise Communications предлагает линейку аппаратно-программных решений HiPath Pro Center, включающую конвергентную систему для средних и крупных предприятий HiPath 4000 v.4.0; сервер HiPath Procenter v7.0, а также TDM- и IP-терминалы. Направление эволюции этих продуктов – гибкие и открытые решения из области унифицированных коммуникаций. Таково, например, ПО OpenScape Unified Communications Suite, на базе которого можно построить мультимедийный контакт-центр с широким набором приложений и осуществлять сквозной контроль всех удаленных ресурсов.

Активно вживается в мир унифицированных коммуникаций и GN Netcom, продемонстрировавшая профессиональное оборудование для контакт-центров – гарнитуру Jabra BIZ 2004 и USB-телефон Jabra DIAL 520 OC, предназначенный для пользователей, которые работают с IP-телефонией и предпочитают обращаться к ее приложениям через привычный телефонный интерфейс.

Картину недалекого будущего нарисовал Г. Санадзе (Avaya). По его словам, уже послезавтра любая организация будет представлять собой масштабный call-центр, так что в контрактах специалистов появятся строки о том, сколько раз в течение рабочего дня они могут быть привлечены к обслуживанию вызовов, например в форме консультаций клиентов. И возможно, что от каждого человека, поступающего на работу, потребуются знания базовых принципов работы в call-центре.

Александра КРЫЛОВА

**Уважаемый читатель,
мы не хотим тратить
рекламное место на
публикацию красивых,
но всего лишь
имиджевых картинок.
Вместо этого мы лучше
расскажем о новом
оборудовании**



Сергей Владимирович Овчинников – руководитель технического отдела компании Winncom

Точка доступа Proxim ORiNOCO AP800/8000

Технический отдел компании Winncom протестировал новые Wi-Fi точки доступа Orinoco AP-800 и AP-8000 производства Proxim Wireless. Отличие этих моделей заключается в количестве радиомодулей и, соответственно возможностями.

Помимо хорошо известных спецификаций b/g/a стандарта 802.11, обе модели поддерживают спецификацию «n», что позволяет применять устройства там, где требуется высокая производительность Wi-Fi-сетей. Это могут быть как корпоративные офисные, так и технологические сети с большим количеством пользователей.

В ближайшей перспективе, после принятия дополнений к существующим «Правилам применения оборудования радиодоступа», модели AP-800 и AP-8000 смогут использовать операторы связи для построения сегментов своих сетей и Hot Spots.

Обе модели недавно появились на российском рынке, поэтому эксплуатационная статистика только нарабатывается. Но наш технический отдел готов предоставить вам первые результаты испытаний и подробную информацию об особенностях применения данного оборудования.

Мой мобильный телефон 8-926-256-74-00
Офисные телефоны (495) 650-6239 и 660-9782
e-mail s.ovchinnikov@winncom.ru



**Точка доступа ORiNOCO
AP800 / AP 8000**



Поставки беспроводного оборудования компании Proxim Wireless производит дистрибьютор – компания Winncom Technologies
115093 Москва, Партийный пер., д.1 к.11, офис 319
тел. (495) 650-62-39 sales@winncom.ru www.winncom.ru

реклама

«Европейская витрина» унифицированных коммуникаций

Клиенту лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать, решили в европейском офисе Avaya в Гилфорде (Великобритания), открыв демонстрационный центр Executive Briefing Center (EBC), где представлены телекоммуникационные решения компании.

Живая демонстрация готовых к использованию решений – самый прямой путь к их пониманию. Особенно если речь идет о таких непростых материях, как, скажем, унифицированные коммуникации (UC – Unified Communications) (см., например, «ИКС» № 1'2009 с. 84). Открытый в начале 2009 г. центр EBC позволяет изучить работу серверных и настольных систем поддержки бизнес-коммуникаций, а также оборудования для контакт-центров. Первыми его посетителями стала группа европейских журналистов.

Вот уже больше года в компании Avaya происходят серьезные перемены. В ноябре 2007 г. она перешла в частное владение: ее главными акционерами стали две крупные американские инвестиционные фирмы – TPG Capital и Silver Lake Partners. Уход Avaya с фондового рынка оказался своевременным: в конце прошлого года биржевой обвал принес публичным американским компаниям много проблем.

Смена владельцев фирмы не могла не повлечь за собой кадровых перестановок. В частности, в середине 2008 г. европейский офис компании возглавил Майкл Байер, став президентом Avaya в регионе EMEA. А в конце прошлого года сменилась управленческая команда и в российском офисе компании.

Все эти изменения совпали с драматичными событиями в экономике России и мира в целом. Закономерен вопрос: как Avaya собирается вести себя в условиях экономической рецессии, которая непременно скажется на телекоммуникаци-

онном и ИТ-рынках? Будет ли она корректировать предложение своих продуктов и условия их поставки?

Как заработать на кризисе

Avaya вслед за многими телекоммуникационными компаниями намерена подтвердить часто высказываемый в последнее время тезис о том, что кризис – это не только испытания, но и возможности.

Во-первых, во время кризиса правительства многих стран запускают социальные и государственные программы, призванные ослабить растущую безработицу и другие негативные социальные явления. Эта активность обычно выражается в новых инфраструктурных проектах. Скажем, в Великобритании правительство инициировало ряд проектов

по развитию железнодорожного и авиационного транспорта. Подобные начинания непременно потребуют дополнительного коммуникационного и ИТ-обеспечения, а для Avaya работа с государственным сектором очень привлекательна.

Вторая область, где, по мнению руководства компании, для Avaya открываются новые возможности – это розничный бизнес любого рода. Когда в условиях кризиса падает платежеспособный спрос, конкуренция между розничными игроками обостряется. И тогда на первый план выходит качество сервисной поддержки потребителей, в частности качество работы центров обработки вызовов. А например, в России Avaya, по собственным оценкам, удерживает 88% рынка оборудования для контакт-центров.

Вице-президент Avaya по региону EMEA Мартин Ламберт отметил характерную тенденцию в организации служб поддержки клиентов. За предыдущие годы в Европе сложилась практика передавать это направление многочисленным офшорным аутсорсинговым call-центрам (например, индийским), качеством работы которых клиенты не всегда оставались довольны. Сегодня же наблюдается процесс «локализации» таких служб путем их переноса непосредственно в Европу, будь то Венгрия, Польша или Россия. А это означает повышение спроса на телекоммуникационную и ИТ-инфраструктуру для «локальных» центров.

Корректировка курса

Политику распространения своей продукции для небольших call-центров и сектора малого и среднего бизнеса в целом Avaya планирует до некоторой степени пересмотреть. Как заявил М. Байер, компания установит нулевую процентную ставку по кредитам на приобретение оборудования SMB-клиентами, что сегодня, по сути, равносильно их субсидированию (для России, например, на величину до 30% стоимости оборудования).

Другое направление – это условное снижение стоимости продуктов за счет блокировки многочисленных высокотехнологичных функций коммуникационного оборудования (ведь если, скажем, в Великобритании или Франции у SMB-клиентов функции унифицированных коммуникаций или видеоконференции весьма востребованы, то, к примеру, клиенты в России или Португалии должны еще дозреть до их использования). В то же время перенасыщенность функциями, которая выделяет продукты Avaya на рынке бизнес-коммуникаций, мо-



М. Байер: «Мы изменим условия платежей для наших клиентов и партнеров и тем самым позволим им продолжить свой бизнес в условиях экономического спада»



Демонстрационный центр ЕВС

жет отпугнуть потенциального клиента, не желающего переплачивать за то, что он пока не умеет применять.

Чтобы иметь возможность играть на равных с поставщиками продуктов «традиционной» офисной телефонии, не обремененной премиальной функциональностью, компания намерена предлагать свое оборудование, нацеленное на предоставление простого телефонного сервиса по конкурентным ценам. Если в дальнейшем клиенты «дорастут» до потребности в высокоуровневых функциях, им будет достаточно приобрести соответ-

ствующую лицензию и путем минимальных конфигурационных действий (скажем, ввода PIN-кода) активировать дополнительные опции (например, видеоконференцсвязь).

Avaya собирается использовать и внутренние резервы. Речь идет, во-первых, об излишне сложной структуре продуктов, с которой вынуждены иметь дело партнеры и клиенты (достаточно взглянуть на алфавитный список названий продуктов и торговых марок на сайте компании). Ее предстоит сделать более доступной за счет агрегирования отдельных компонентов в готовые к использованию решения.

Во-вторых, это передача партнерам части сервисного бизнеса. В то время как в России весь бизнес Avaya изначально строился на партнерской сети, в Европе до 80% своего сервисного бизнеса компания ведет напрямую. И новая команда в Гилфорде займется интенсивным развитием канальной модели бизнеса.

За счет этого Avaya планирует усилить свою партнерскую сеть в регионе EMEA и в мире в целом по всем направлениям дистрибуции и сервиса.

И наконец, компания намерена потеснить своих традиционных конкурентов на рынке бизнес-коммуникаций, в частности Nortel и Siemens. Добиваться этого она будет, в первую очередь предлагая более комфортные условия их партнерам – дистрибьюторам и системным интеграторам.

Что же касается инновационной деятельности в отрасли корпоративных коммуникаций, то руководство Avaya заверило, что, несмотря на кризис, расходы на НИОКР снижаться не будут. Другое дело, что наиболее востребованными коммуникационные новинки окажутся по выходе из рецессии, когда клиентам компании потребуются развернуть новые технологические решения, чтобы достичь конкурентных преимуществ в более динамичной экономической среде.

Алексей НОВИЧКОВ,
Гилфорд–Москва



15 ЛЕТ НА РЫНКЕ СИСТЕМНОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Снизить затраты на управление инфраструктурой и **повысить эффективность** использования серверов
Обеспечить высокую доступность и **защищенность** корпоративных данных
Организовать доступ к данным из любой точки мира **с минимальными затратами**

Какие бы задачи ни стояли перед заказчиками, мы готовы предложить **актуальные решения**

AMT-ГРУП предлагает полный спектр решений для виртуализации серверов, рабочих мест и приложений

AMT-ГРУП осуществила первое внедрение Citrix XenServer в России

2009

2008

1994

www.amt.ru

Далеко ли до LTE?

Для того чтобы обогнать кризис, надо бежать быстрее. Так вперед, за новыми технологиями? Или – торопиться медленно? На Telecoms World Russia & CIS 2009 однозначных ответов – при всей, казалось бы, их очевидности – не было.

Бытие определяет стратегию.

Лейтмотивом форума стали, назло кризису, «стратегии роста, открывающие новые источники прибыли»: беспроводный доступ на базе Wi-Fi и WiMAX, модель виртуального оператора фиксированной связи («Ростелеком», собственной клиентской базы не имеющий, но вышедший в прошлом году на рынок конечных пользователей, планирует запустить свой первый пилотный проект уже летом), MVNO («Скай Линк»), дисконтирование (Tele2), монобренд в розничном бизнесе (МТС), таргетированная реклама в Интернете («Комстар-ОТС») и т.д. А порой сильнее экономических расчетов – Его Величество случай. Компании «Новател Украина» (из группы венгерской Magyar Telekom, «дочки» Deutsche Telekom) повезло: платежи за услуги идут в евро, а разница курсов валют составляет 40%. Тут и новая стратегия не нужна.

Расходы физических лиц на услуги фиксированной связи (в разных регионах – от 1 до 6% доходов) влиянию кризиса подвержены меньше, чем бюджеты корпоративных клиентов. И хотя в текущей экономической ситуации российские мобильные операторы испытывают трудности, степень которых зависит от обязательств по валютным долгам, на колени их не поставят, поскольку русский человек без мобильного – уже как без соли и спичек.

Но менее всего чувствительна к кризису, по словам К. Дроздовой (ГПКС), космическая связь – опять же как предмет первой необходимости: спутники загружены на 100% и дефицит ресурса прогнозируется до 2012 г. К тому же 24% заказчиков ГПКС – зарубежные клиенты, обеспечивающие выручку в валюте.

Среди неприятных тенденций – замедление темпов региональной экспансии ведущих компаний и уход с рынка небольших операторов. Денег на M&A у российских игроков в общем-то нет, но предприятия «с хорошей кредитной историей» проявляют интерес к операторам с долговой нагрузкой и развитой абонентской базой.

От конкуренции – к мирному сосуществованию

сетей, технологий, бизнесов. Объединение усилий Tele2 и Telia при продвижении 3G-услуг в Швеции, по словам Д. Корднер («Tele2 Россия»), выгодно обоим конкурентам. Tele2, имеющая лицензию на 3G, эксплуатирует 3G-сеть

Telia, у которой лицензии нет. При 50%-ном владении ресурсами и 50%-ных же затратах 3G-услуги обходятся клиентам этих компаний значительно дешевле.

Главная задача операторов на ближайшее будущее – подготовка инфраструктуры сетей к поддержке нескольких технологий. В Барселоне, на Mobile World Congress, отметил А. Скородумов (Инфокоммуникационный союз), было объявлено, что уже в следующем году в мире ожидается точечное внедрение LTE → **см. также с. 59-61**. О намерении запустить LTE в период с 2010 по 2012 гг. заявили 26 международных операторов.

В России от принятия стандарта до коммерческого запуска технологии – дистанция огромного размера: 2G внедряли восемь лет, цифровое ТВ ждали девять, путь DVB-H к массовому потребителю может растянуться на 15. В российских реалиях сети 4G, и LTE в частности, – весьма отдаленное будущее. До фазы развития технологий, когда весь софт будет собран в одном «железе» (GSM/CDMA, WiMAX, LTE), не близко, и чтобы как-то ускорить процесс, нужно бежать быстрее.

Пока же, считает М. Рейтс (Tekelec), мир телекома – в большей мере 2,5G, чем 3G. Сети операторов связи, особенно мобильных, еще долго будут строиться на базе сигнальных сетей SS7: им нет альтернативы при организации роуминга и базовых услуг передачи голоса. GSM и EDGE прибыльны, чего не скажешь о WiMAX. Потому-то так высока среди сотовиков ставка на LTE: это прямая дорога к «широкополосным» прибылям от фантастически растущего трафика данных.

Для корпоративного сегмента, в котором важно понимать, как продукт будет развиваться, беспроводной ШПД пока не нужен, утверждает П. Гореньков («Гарс Телеком»). Сейчас в этой технологии каждая новая «железка» и решение отрицают предыдущие. Предпочтение отдается проверенному (пусть и не самому быстрому) фиксированному доступу. Так что операторы фиксированной связи конкурентного давления беспроводных технологий особо не опасаются.

...А что же с LTE в России? Прогноз экспертов неутешителен: пройдет лет десять, прежде чем услуги беспроводной связи 4G станут доступны жителям крупных российских городов. Ведь и 3G на наших бескрайних просторах пока в диковинку.

Ирина БОГОРОДИЦКАЯ



Д. Иванников (Orange Business Services/CIS): «Мы тестировали решения шести производителей WiMAX – реально работали два»

Мордовский телевизионный оазис

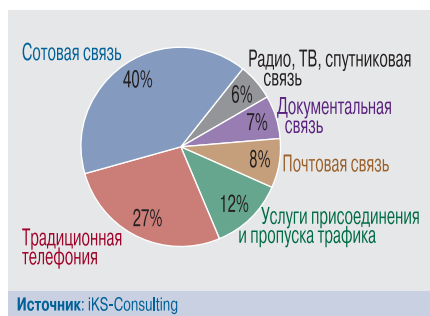
В Мордовии идет эксперимент по внедрению цифрового телевидения. Сегодня все жители республики могут смотреть более двух десятков каналов с отличным качеством изображения. Эксперимент признан успешным – Мордовия проложила путь для всей России.

В Мордовии проживает 840 тыс. человек, более трети из них (295 тыс.) – в ее столице Саранске. Мегалополисов в республике нет: численность населения второго по величине города – Рузаевки – всего 48 тыс. человек.

Процент городского населения в Мордовии невысок (59,8% по сравнению с 73% в среднем по России). Из-за этого сотовая связь и доступ в Интернет в республике развиваются медленнее, чем во всей стране, а доля традиционных услуг здесь выше.

Крупнейший оператор республики – «ВолгаТелеком». Он дает 47% доходов от услуг связи в регионе. В сегменте фиксированной телефонии ему принадлежит 98% рынка, в документальной связи – 92%. Монтированная емкость сети оператора превышает 250 тыс. телефонных номеров (уровень цифровизации – 86%). На конец 2008 г. компания обслуживала около 30 тыс. абонентов широкополосного доступа по технологии ADSL.

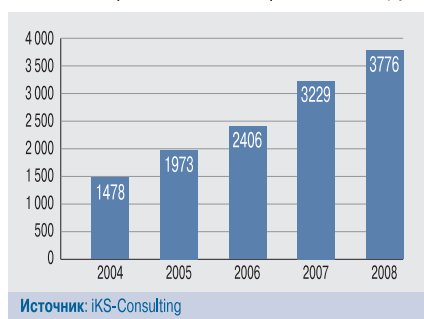
Структура рынка связи Мордовии, 2008 г.



Проникновение ШПД в Мордовии в 2008 г. составило лишь 8% (в среднем по стране – 17%). Это объясняется слабой конкуренцией на рынке: Саранск – город небольшой и федеральные операторы считают его не самым перспективным. Кроме «ВолгаТелекома», услуги ШПД

по технологии Ethernet предоставляют оператор КТВ «Контакт-ТВ» и «Дартел» (региональный представитель ТТК). Их присутствие в сегменте физических лиц незначительно: «Контакт-ТВ» оказывает услуги ШПД

Объем рынка связи Мордовии, млн руб.



суть более года, а «Дартел» работает в основном с юридическими лицами. Суммарное покрытие сетей обеих компаний – около 100 жилых домов Саранска. Тарифные планы всех трех операторов ШПД почти не различаются, но цены на интернет-доступ по сравнению со столичными достаточно высоки.

Услугами сотовой связи в республике охвачено только 85% населения. Доминирует «МегаФон»: на его долю приходится около 50% всех мордовских абонентов. Кроме него в регионе действуют МТС, «Вымпел-Ком» и СМАРТС.

А вот доля радио- и телевидения в структуре рынка связи в Мордовии в 2 раза выше, чем в целом по стране. Дело в том, что республика была выбрана в качестве пилотной зоны по переходу на цифровое ТВ и стала первым регионом России с вещанием в формате DVB-T. Реализацией проекта (декабрь 2005 г. – февраль 2007 г.) занимался «ВолгаТелеком», вложивший в него 186 млн руб. Внедрение ЦТВ началось с сельских районов и позволило устранить ин-



формационное неравенство между городами и селами: если раньше только 12% населения могли принимать более двух телепрограмм, то сегодня всем жителям республики доступны 24 телеканала (шесть из социального пакета, 18 – из базового с абонентской платой 100 руб. в месяц). К концу 2008 г. число абонентов ЦТВ «ВолгаТелекома» достигло 60 тыс. Если учесть, что проект – полностью коммерческий (стоимость подключения к услуге с учетом декодера превышает 2 тыс. руб.), показатели очень неплохие.

Успех Мордовии воодушевил другие регионы: не дожидаясь принятия федеральной программы, Ханты-Мансийский автономный округ приступил к внедрению ЦТВ, приняв за основу мордовскую схему.

Кроме «ВолгаТелекома» услуги платного ТВ в Мордовии предоставляют и кабельные операторы. Около 60 тыс. жителей Саранска и Рузаевки пользуются услугами компаний «Контакт-ТВ» (Саранск) и «Парус» (Рузаевка). Тарифы невысоки: так, «Контакт-ТВ» за 150 руб. в месяц предлагает своим абонентам более 70 телеканалов, из них 39 – цифровые. В сумме проникновение платного ТВ в республике по итогам 2008 г. – не менее 40%.

Мордовия сегодня с точки зрения развития услуг связи – регион вполне благополучный: нет очередей на стационарный телефон, предоставляются услуги цифрового ТВ. Однако уровень интернет-проникновения пока невысок – а значит, есть простор для новых экспериментов.

Дежурная по рубрике
Елена КРЫЛОВА,
аналитик «iKS-Консалтинг»



12–13 мая 2009 г. в Москве (Экспоцентр) в рамках международного конгрессно-выставочного проекта «Навигационные системы, технологии и услуги» состоится:

• **3-й Международный форум по спутниковой навигации-2009** (12–13 мая);

• **международная выставка «НАВИТЕХ-ЭКСПО-2009»** (12–15 мая).

Цель проекта – информирование российской и зарубежной аудитории об инновационных технологиях в области спутниковой навигации; о технологиях и услугах позиционирования в сотовых сетях связи; об отраслевых приложениях и абонентском оборудовании, созданных ведущими российскими и зарубежными компаниями-разработчиками.

Особое внимание будет уделено российской спутниковой навигационной системе ГЛОНАСС и разнообразным аспектам, связанным с ее использованием в России.

Организаторы – ООО «Профессиональные конференции», ЦВК «Экспоцентр».

Тел.: + 7 (495) 797-6222, ф. 797-6223
info@ptcentre.ru

www.glonass-forum.ru
www.navitech-expo.ru

выставки, семинары, конференции – весь календарь отрасли см. на www.iksprof.ru – выставки, семинары, конференции – весь календарь отрасли см. на www.iksprof.ru

выставки, семинары, конференции

Дата и место проведения, организатор, сайт	Наименование мероприятия
14.04. Москва. Oracle: www.oracle.com/ru	Ежегодный деловой многоотраслевой форум Oracle AppsForum
21–24.04. Москва. Экспо-Экос: www.vt21.ru	10-й юбилейный международный форум «Высокие технологии XXI века (ВТ XXI–2009)»
22–24.04. Москва. РОЦИТ, ассоциация «Интернет и бизнес» www.2009.rif.ru , www.ok2009.ru	Объединенная конференция «РИФ + КИБ»
23.04. Москва. IDC-Russia: www.idc-cema.com	Конференция IDC Storage, Virtualization, Datacenter-2009
12–13.05. Москва. «Профессиональные конференции»: www.glonass-forum.ru/rus	3-й Международный форум по спутниковой навигации
12–15.05. Москва. Экспоцентр: www.hdtv-expo.ru	Международная выставка новых технологий в теле- и радиовещании «ТВЧ Россия-2009»
12–15.05. Москва. Экспоцентр, «Профессиональные конференции»: www.navitech-expo.ru	Международная выставка «НАВИТЕХ-ЭКСПО-2009»
12–15.05. Москва. Экспоцентр: www.sviaz-expocomm.ru/	21-я международная выставка «Связь-Экспокомм-2009»
14.05. Москва. ГРОТЕК: www.multiplay-expo.ru	Форум MultiPlay-2009

Присылайте анонсы ваших мероприятий на www.iksprof.ru **Еще больше на**

Ежегодная конференция

«ЦОД 2009: проектирование, построение, эксплуатация»

24 сентября 2009 г., гостиница «ХОЛИДЕЙ ИНН СУЩЕВСКИЙ», г. Москва



Цели конференции: участники конференции получат исчерпывающую информацию о современных технических решениях в области инженерной инфраструктуры и основного оборудования ЦОДа, практике применения этих решений, методах повышения надежности и отказоустойчивости работы ЦОДа, а также практические рекомендации.

Участники конференции: представители финансовых, транспортных и научных организаций, промышленных компаний, руководители ИТ-отделов, сотрудники подразделений, отвечающих за внедрение, развитие и эксплуатацию вычислительных центров разного масштаба.

По вопросам спонсорства и участия обращайтесь по тел.: (495) 785-14-90, 502-5080, 229-4978.

Регистрация на сайте http://www.iksmedia.ru/dpc_2009/dpc_conference_2009.html

Организатор: журнал «ИКС»



Телеком • ИТ • Медиа



Выставки, семинары, конференции

Дата и место проведения, организатор, сайт	Наименование мероприятия
24-27.05. Москва. Национальная радиосообщество: www.nra.ru/conference	9-я ежегодная конференция «Актуальные вопросы повышения эффективности использования национального радиочастотного ресурса»
26-30.05. Алматы. ITE LLC Moscow: www.kitel.kz/ru/2009	16-я международная центрально-азиатская выставка «Телекоммуникации, компьютерные и информационные технологии (KITEL-2009)»
27.05. Алматы. Агентство «iKS-Консалтинг»: www.iks-consulting.ru	Международная конференция High-Tech Marketing – Казахстан
28.05. Москва. AHConferences: www.ahconferences.com	2-я конференция «Телекоммуникационные решения для бизнеса»
28-29.05. Москва. «Ведомости»: www.events.vedomosti.ru	Международный форум фиксированных и сотовых операторов связи «Телеком-2009»
02-03.06. Москва. Informa Telecoms & Media: www.russiacis.comworldseries.com	7-я ежегодная выставка и конференция Russia & CIS Com-2009
10.06. Москва. AHConferences: www.ahconferences.com	3-я Всероссийская конференция Contact Centre-2009
16-17.06. Москва Exposystems www.exposystems.ru/moco/2009	5-й юбилейный международный форум «Мир мобильного контента (MoCO-2009)»

www.iksprofi.ru

Ищите все мероприятия на ИКС-Профи. Планируйте свое время

Выставки, семинары, конференции – весь календарь отрасли см. на www.iksprofi.ru – выставки, семинары, конференции – весь календарь отрасли

26-29 мая 2009 г. в Международном центре делового сотрудничества «Атакент», г. Алматы, Казахстан, пройдет **16-я Международная Центрально-Азиатская выставка телекоммуникаций, компьютерных и информационных технологий – KITEL-2009.**

Выставка объединила несколько тематик: «Телекоммуникации и компьютерные технологии – KITEL», «Телерадиовещание и широкополосные сети связи – TRVK», «Программное обеспечение и автоматизация – Software Showcase» и «Банковские технологии, оборудование и услуги – BankTech».

В рамках выставки запланировано проведение семинаров, круглых столов и конференций, где участники получат возможность обмениваться информацией.

В KITEL-2009, по оценке организаторов, примут участие около 150 компаний.

Организаторы – ITE, ITE Moscow и Itesa.

Тел. +7 (495) 93-7350#4123
Kochergina@ite-expo.ru
www.kitel.kz/ru/2009

Международная конференция и выставка по технологии LTE – глобальному стандарту беспроводной связи 4G

LTE 2009 В РОССИИ

16-17 июня 2009 г.
отель
«Холидей Инн Лесная»,
Москва, Россия

Завоевание новых рынков и извлечение выгоды от технологии LTE в России

Бронзовый спонсор:



Организатор:



Информационные партнеры:



Зарегистрируйтесь по телефону: +7 (495) 666 2244, на сайте www.lte-conf.com или по e-mail: mail@infor-media.ru

При оплате до 5 мая 2009 г. – скидки !

Не пропустите выступление ведущих экспертов на телекоммуникационном рынке:



Юрий Громаков,
генеральный директор,
председатель
правления,
Интеллект Телеком



Василий Левчик,
руководитель нормативно-правовой секции,
Ассоциация региональных операторов связи,



Карл Йоханнссон,
генеральный директор,
J'son & Partners



Наталья Руденко,
независимый эксперт



Валерий Тихвинский,
исполнительный директор,
Группа компаний ПРЕСТИЖ



Александр Балюк,
Руководитель департамента технологического развития сети доступа,
ВымпелКом,



Uwe Loewenstein,
директор по технологиям спектра,
Telefonica O2 (Германия)



Karri Mikkonen, директор по корпоративной стратегии,
TeliaSonera (Швеция),



Андрей Сыбаков,
коммерческий директор,
СкайЛинк



Александр Голышко,
начальник аналитического отдела,
Интеллект Телеком,



Roberto Minerva,
директор по инновациям и инжинирингу,
руководитель лаборатории сетей фиксированного доступа,
Telecom Italia (Италия)



Константин Анкилов,
старший консультант,
IKS-Consulting,



Евгений Соломатин,
директор по развитию,
Коминфо Консалтинг;
руководитель программы МВА-Телеком,
Бизнес-школа МИРБИС,