

Издается с мая 1992 г.

Издатель
 ЗАО «ИКС-холдинг»
 Ю.В. Овчинникова



Генеральный директор
 Д.Р. Бедердинов – dmitry@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

А.Ю. Рокотян – председатель
 С.А. Брусиловский, Ю.В. Волкова,
 А.П. Вронец, Ю.Б. Зубарев (почетный
 председатель), Н.Б. Кий, А.С. Комаров,
 К.И. Куук, Б.А. Ластович, Ю.Н. Лепихов,
 Т.А. Моисеева, Г.Е. Моница, Н.Н. Мухитдинов,
 Н.Ф. Пожитков, В.В. Терехов, И.В. Шибяева,
 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
 Е.А. Волынкина, А.Е. Крылова,
 Л.В. Павлова

Редактор
 Е.А. Краснушкина – ek@iks-media.ru

Дизайн и верстка
 Д.А. Подъяков, А.Н. Воронова

КОММЕРЧЕСКАЯ СЛУЖБА

Г. Н. Новикова, зам. коммерческого
 директора – galina@iks-media.ru
 Ю. В. Сухова, зам. коммерческого
 директора – sukhova@iks-media.ru
 Е.О. Самохина, ст. менеджер – es@iks-media.ru
 Д.Ю. Жаров, координатор – dim@iks-media.ru

СЛУЖБА РАСПРОСТРАНЕНИЯ

А.А. Милушов – подписка
 rodpiska@iks-media.ru
 А.С. Баранова – выставки, конференции
 expro@iks-media.ru

Журнал «ИнформКурьер-Связь» зарегистрирован
 в Министерстве РФ по делам печати, телерадио-
 вещания 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», 2012

Адрес редакции и издателя:

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
 МЕГАФОН
 сети «МегаФон-Москва»

Тел.: (495) 502-5080
 № 5/2012 подписан в печать 27.04.12.
 Тираж 15 000 экз. Свободная цена.
 Формат 64x84/8

ISSN 0869-7973



Клиент правит бизнесом – этот тезис стал лейтмотивом майского номера «ИКС». И получился этот номер по большей части про то, как сделать клиенту так хорошо, чтобы и себе не в обиду.

За свои слова отвечу.

Итак, из **Актуального комментария** вы узнаете, как поступить, если мир заполнили близнецы – близнецы-кабели, близнецы-коммутаторы, близнецы-модемы, близнецы-услуги. Мир спасет герой с таинственным именем СХ. А по-русски – клиентский опыт, еще точнее – любовь (пусть и по расчету) к тому, кто платит тебе деньги за продукты и сервисы, и еще ближе к центру сути – персонализация взаимодействия с самым дорогим в бизнесе объектом – клиентом.

Горизонты любви к клиенту (ну и спектр приемов неценовой конкуренции) заметно расширит **Тема номера**. Наш обозреватель настойчиво искал и нашел-таки ответы на вопросы: как заманить пользователя в программу лояльности – в столицах, в регионах, в сетях мобильных и фиксированных? как сделать бонус для клиента бонусом для компании, только еще более выгодным? а кого в программу лояльности включать неэффективно и даже вредно и как тогда повысить его платежеспособную активность? Хотите идти еще дальше – для вас идеи евангелизма, используемые в маркетинге культовыми брендами нашего рынка.

Как меняется характер и форма контактов с пользователями в эру постРС, социальных медиа и мобильных приложений – читайте в материале **Call-центры в ожидании третьей волны**.

Вообще, персонализация, свое, самость – вещи великие, двигатель прогресса. Вот в Томской области таким двигателем ШПД стал Тонет – местный сегмент Рунета, подпитанный энергией многочисленного студенчества и такого же числа новаторов. Результат – 50%-ное проникновение Интернета и один из самых высоких в России уровней телефонной плотности (**Субъект Федерации**).

Желаю, чтобы ваш клиент всегда думал, что именно он управляет вашим бизнесом.

До встречи,
Наталья Кий,
 главный редактор

1 КОЛОНКА РЕДАКТОРА

6 НОВОСТИ

6 АКТУАЛЬНЫЙ КОММЕНТАРИЙ

Н. КИЙ. У вас продаются услуги связи? Услуги проданы. Остался СХ

8 ЛИЦА

9 ПЕРСОНА НОМЕРА

М. ТИМОФЕЕВ. Личное дело связиста-международника

КОМПАНИИ

12 Новости от компаний

19 А. СЕМЕНОВ. Управлять сетевой инфраструктурой по-новому: опыт региональной телерадиокомпании

СОБЫТИЯ

20 Что на календаре безопасности?

23 Контакт-центры в ожидании третьей волны

24 От IQ – к AQ

СУБЪЕКТ ФЕДЕРАЦИИ

25 Ю. ФЕДОРОВА. Интернет для изобретателей

26 КАЛЕНДАРЬ СОБЫТИЙ



9

М. ТИМОФЕЕВ.

Личное дело связиста-международника



24

От IQ – к AQ



28 ТЕМА

**ВСЕМ – БОНУС
В СЕТЯХ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ**

Фокус

30 Орудие неценовой конкуренции

Ракурс

33 О. СЕЙКО. Вишня на торт маркетолога, или 5 аспектов программы лояльности

35 Ж. ЧАВАРРИЯ. Заправил машину – получи мегабайты

35 А. МЕРЗЛЯКОВ. СНГ: типаж один, дизайн – разный

37 С. ОЛЕХОВ. Благодарность оператора = приверженность абонентов

38 С. ШАМЗОН. Лояльность регионального рынка

Проекты

40 А. СОКОЛОВЕРОВ. Любимый клиент почты России



50 ДЕЛО

Экономика и финансы

50 А. ЗАЙЦЕВА. Вопреки широкому рынку



Доля рынка

52 А. КРЫЛОВА. ЦОДы умошнжаются, вызовы множатся



Рубежи обороны

56 Д. МИЛЛЕР. Защитить мобильные сети и их пользователей



Право

58 Е. КОВАЛЬ. Волоконно-оптические линии связи – возможна ли общая собственность?



Человеческий фактор

61 Т. БОНДАРЕВА, В. ОВЕРЧЕНКО. Как учить айтишника дистанционно?



Опыт

64 Edge-Core Networks Corporation: уроки завоевания рынка



66 ЦОД для ЖКХ

На портале IKS MEDIA

95 Блог, еще раз блог!

67 «ИКС» pro ТЕХнологии

68 Е. ВОЛЫНКИНА. Облака и мобильность на полпути друг к другу

72 Л. ПАВЛОВА. Технологии энергетического авангарда

74 Д. УИЛСОН. Гибридная энергетика в наружных установках

78 П. РОНЖИН. Системы фрикулинга на базовых станциях сотовой связи

84 Телекоммуникационное оборудование «Энергомера» – качественно, надежно, перспективно

86 П. КОСТЮРИН. Что включить в SLA при обслуживании инженерной инфраструктуры ЦОДа

88 А. СЕМЕНОВ, Е. СОКОЛОВ. Медь и оптика в перспективных ЦОДах

92 Новые продукты

Сценарий

41 В. ЛУКАНИН. «Наша коалиция – весь мир»

42 М. ЖИГУНОВ. Лояльность в розницу

Аналитик

43 С. ХИТРОВ. Кобрендинг: выгоды и ограничения

Дискуссионный клуб «ИКС»

44 В инструментальной обработке

Позиция

48 Ю. ГОДЫНА. Проповедь лояльности



1 EDITOR'S COLUMN

6 NEWS

6 COMMENT OF TODAY

N. KIY. Are you selling communication services?
Services are sold. The CX stays

8 PROFILES

9 PERSON OF THE ISSUE

M. TIMOFEEV. Personal data file of the international communication man

COMPANIES

12 Company news

19 A. SEMENOV. To control the network infrastructure in the new way: the experience of regional TV and radio company

EVENTS

20 What date is on the infosecurity calendar?

23 Contact centers in the waiting of third wave

24 From IQ to AQ

REGION OF FEDERATION

25 Y. FEDOROVA. Internet for inventors

26 CALENDAR OF EVENTS



9

PERSON OF THE ISSUE
M. TIMOFEEV.

Personal data file of the international communication man



24

From IQ to AQ

How can IKS help YOU succeed in the Russian market?



28 COVER STORY

BONUS TO ALL In networks of loyalty programs

Focus

30 Tool of non-price competition

Angle

- 33 O. SEIKO. Cherry on marketing specialist's cake, or 5 aspects of loyalty program
- 35 J. CHAVARRUA. Refuel a car -- gain megabytes
- 35 A. MERZLYAKOV. CIS: single type, but different design
- 37 S. OLEKHOV. Carrier's thanks = subscriber's loyalty
- 38 S. SHAMZON. Loyalty of regional market

Projects

40 A. SOKOLOVEROV. Post of Russia beloved client

Scenario

- 41 V. LUKANIN. "Our coalition is the whole world"
- 42 M. ZHIGUNOV. Loyalty at retail

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 2012 editorial calendar!

Analyst

- 43 S. HITROV. Co-branding: benefits and restrictions

“IKS” discussion club

- 44 In instrumental interpretation

Position

- 48 Y. GODYNA. Preaching of loyalty

50 BUSINESS

Economy and finances

- 50 A. ZAYTSEVA. In spite of wide market

Market share

- 52 A. KRYLOVA. Data centers are powered, challenges are multiplied

Defense lines

- 56 D. MILLER. To protect mobile networks and their subscribers

Law

- 58 E. KOVAL'. Fiber-optic communication link – is the common ownership possible?

Human factor

- 61 T. BONDAREVA, V. OVERCHENKO. How to educate the IT specialist remotely?

Experience

- 64 Edge-Core Network Corporation: lessons of the market conquest
66 Data center for housing and public utilities

On IKS MEDIA portal

- 95 Blog, and once again blog!

67 «IKS» proTECHnologies

- 68 E. VOLYNKINA. Clouds and mobility on half-way to each other
72 L. PAVLOVA. Energy forefront technologies
74 D. WILSON. Understanding hybrid energy solutions in the OSP
78 P. RONZHIN. Freecooling systems on cellular base stations
84 “Energomera” telecommunication equipment – qualitatively, reliably, perspective
86 P. KOSTYURIN. What you need put in SLA for data center engineer infrastructure maintenance
88 A. SEMENOV, E. SOKOLOV. Copper and optics in perspective data centers

92 New products

У вас продаются услуги связи? Услуги проданы. Остался



актуальный
комментарий

Подготовила
Наталья КИЙ

Положительный опыт клиентов от взаимодействия с компанией – сегодня единственный реальный способ дифференциации на рынке.

Эд Томпсон, вице-президент и лидер CRM-практики Gartner

Как только производитель или поставщик достигает высокого уровня бизнеса, он попадает в зону унификации – сервисов и продуктов. Здесь конкуренция проходит по линии брендов и взаимоотношений с клиентом.

Мобильных операторов приходится различать в деле по DEF-кодам и лаконичной образности в наименовании тарифов. Провайдеров доступа в Интернет – по «почерку» звонков из call-центров, степени навязчивости агентов и формулировкам тарифных планов («до» или «от» 2 Мбит/с). Поставщиков коммутаторов – всего лишь по маркировке на устройстве и «вхожести» его представителей в кабинеты топ-менеджмента операторских компаний. Каждый из читателей по-своему продолжит этот ряд.

В зоне унификации

Вам жалко клиента, которому надо делать выбор без объективных на то оснований? Жалеть надо компании, которым надо пробиться в шорт-лист приоритетного выбора и остаться в нем навсегда! Так сегодня устроена любая мало-мальски развитая индустрия, телеком и ИТ в том числе. Противостоять этому порядку вещей непродуктивно, менять свое отношение к нему, как психологи советуют поступать в личной жизни, бесполезно – надо перестраиваться. Иными словами, вступать в соревнование за то, чье сердце любвеобильней и бьется чаще при виде клиентов – будь их миллионы, как у сотовиков, или десятки, как у вендоров.

«Компаниям все тяжелее идентифицировать себя в конкуренции. Можно создать уникальные продукты – но их можно скопировать, как и цену, и условия доставки! Самое ценное в этой ситуации – клиентский опыт. Хорошая новость в том, что такой положительный опыт можно сформировать!» – подтверждает Эд Томпсон, вице-президент Gartner Research, автор магических CRM-квадрантов, возглавляющий исследования в области стратегии и внедрения CRM и управления опытом клиентов (Customer eXperience, CX). Э. Томпсон в апреле приезжал в Россию, чтобы убедить местных предпринимателей разной руки в том, что отныне клиент правит их бизнесом. Он вспоминал, что в 2000 г. вице-президентов по CX в компаниях практически не было, первого такого человека он встретил в 2002 г., а дальше – пошло-поехало.

Плохая новость от западного аналитика для нашего с вами рынка состоит в том, что сервисным компаниям, особенно высокотехнологичным, гораздо сложнее завоевать удовлетворенность клиента, чем производителям потребительских продуктов, – наверное, потому, что игроки этой категории ближе к центрам удовольствия своих покупателей. Так, согласно индексу удовлетворенности клиентов в США от 2011 г., к «плохим» компаниям потребители относят операторов связи Comcast и AT&T Mobility, Facebook, авиакомпания, всевозможные медиа, а любят Pepsi, Coca-Cola, Mars, автомобильные компании и т.п. Американцы, одним словом.

Признаться, что-то мне подсказывает, что если бы Gartner провел свои исследования на российской почве, наши соотечественники не продемонстрировали бы столь незамысловатых предпочтений. Во всяком случае «Вконтакте» уж точно обошел бы «Петелинку» – наши люди все еще больше живут пищей духовной. Ну очень хочется верить.

Сколько сторон у медали

Что советует мировой авторитет? Поставщикам услуг для предоставления уникального CX – организовать сообщества, где клиенты могли бы взаимодействовать друг с другом. Это совет локальный.

А если глобально, то для обретения конкурентоспособности компании необходимо превысить клиентские ожидания. В этих целях для начала необходимо «вычислить» и объединить всех сотрудников, которые так или иначе в компании озабочены CX (с пониманием, что большинство сотрудников, мягко говоря, не переживают по поводу удовлетворенности клиентов). Кто эти заботливые люди? Это служба сервиса, группа качества, те, кто работают с жалобами, в маркетинге, рекламе, противодействуют оттоку клиентов. Они и могут стать центром кристаллизации CX. По совету мэтра, надо так интегрировать знания о клиенте, чтобы любой, кто его обслуживает, знал о нем все, и чтобы любой сотрудник в любой момент мог «подхватить»

любого клиента. В это трудно поверить, но так поступают даже в коммерческих службах небольших специализированных изданий, которые работают с компаниями – рекламодателями рынка ИКТ.

Но это одна сторона медали. Другая состоит в том, что залогом удовлетворенности клиента является удовлетворенный... сотрудник. «Если на 1% повысится удовлетворенность оператора контакт-центра, то на 6% вырастет удовлетворенность клиента», – считает Э. Томпсон. Так что компании еще предстоит расставить приоритеты: кем стать? поставщиком лучшего опыта или лучшим работодателем? Конечно, лучше быть здоровым и богатым, но не всегда получается.

У медали CX есть третья сторона, или, если угодно, ребро. Острота его в том, что, скажем, в B2B-сфере лояльный клиент не самый выгодный: он гораздо больше и чаще претендует на скидки – в отличие от нелояльного. Специфика B2B такова, что здесь большую часть положительного клиентского опыта составляют качество продукта и личные переговоры, иными словами, уровень коммуникации.

Улыбайтесь! Да воздастся вам!

Э. Томпсон признается, что его вряд ли взяли бы на работу в группу лояльности – он не любит улыбаться (и вправду, этот CRM-человек за время своей лекции о клиентском опыте перед внушительной российской аудиторией не улыбнулся практически ни разу). Сам же настоятельно советует: «Надо нанимать людей, которые улыбаются. Иногда во время собеседования на претендента как бы невзначай проливают чашку кофе – шансов быть принятым на работу больше у того, кто улыбнулся навстречу неприятности».

И, конечно, персонализация – царь и Бог управления опытом клиента. «Персонализация – это сугубо интимное, что происходит между компанией и клиентом», – формулирует Томпсон и в качестве примера автоматизации персонализации (!) приводит японский автомат по продаже напитков. Это чудо-устройство, напичканное сотнями баночек и бутылок, определяет, кто находится перед ним – мужчина или женщина, и в зависимости от гендерной принадлежности покупателя предлагает разный набор напитков. Среди классических примеров компаний, которые добиваются единения во взаимоотношениях с клиентами, – McDonald's, Best Buy, Apple, Alaska Airlines, Target, American Airlines.

Позволю себе в этот список добавить свой

скромный опыт. Как-то в Вене пришлось купить несколько изделий фирмы Swarovski. К вечеру я поняла, что достойна большего, и на следующий день, собрав в кулак волю и остатки английского, отправилась менять сережки на сережки, колечки на колечки. Обнаружилось, что девушка за кассой просто счастлива меня видеть, однако отправила меня в сервисную службу. «Началось», – подумала я. Серьезная дама за высокой стойкой тоже оказалась довольна моим появлением, непрерывно повторяя «excellent», осмотрела мои прежние покупки, сопровождала за новыми и с тем же убаюкивающим словом препроводила к кассе. Мне напомнили про tax free, вручили презент и помахали ручкой вслед. С тех пор при виде логотипа этой фирмы у меня теплеет на душе. Но такой эксперимент в России я повторить не решаюсь, чтобы не получить клиентского опыта, который достался мне при обмене плохо работающего мобильного в одной известной сетевой компании: мне не верили, что аппарат разряжается за два часа, апеллировали к моему сильному энергетическому полю, забрали телефон на экспертизу, не предоставив замены... и только визитка и жонглирование именами руководства этой компании-ритейлера помогли счастливому завершению дела.



У вас есть клиенты, отметившие свою приверженность вашему бренду татуировкой на своем теле? То-то. А западный аналитик демонстрировал фотографии предплечий и спин с логотипами Coca-Cola, McDonald's и даже Microsoft.

Мне все вспоминается, как лет пять назад, во время выставки «Связь-Экспокомм», один из операторов большой тройки ставил печати на лица своих абонентов и за пару часов хождения с такой отметиной перечислял на их счет не очень большую сумму. А вы говорите – уникальный клиентский опыт... ИКС



**Устойчивость
в любой ситуации**



ПО ЦЕНАМ НИЖЕ КИЛМЕРСКИХ

Источники Бесперебойного Питания
Системы электропитания 24, 60 и 48В
Инверторные системы с 48/60В на 220В
Конверторы 12, 24, 48 и 60В
Преобразователи AC/DC
Щитовое оборудование
Аккумуляторные батареи

ЗАО "ПОЗИТИВ"
Группа компаний "ЛПТМ"
+7 495 979 99 01
www.lpm.su

реклама

Для того, чтобы заручиться лояльностью клиентов (см. ТЕМУ НОМЕРА → с. 28–49 ←), «держат и влечь» их сердца, маркетологам нужны не только свежий взгляд и креатив, но и аналитические способности и прагматизм. Переходя из компании в компанию, меняя отрасли и рынки, каждый из героев нашей рубрики, похоже, нашел оптимальное соотношение этих качеств.



Жанна ЧАВАРРИЯ,
руководитель службы по развитию абонентской базы компании «ВымпелКом»

Родилась в Астрахани в 1982 г. В 2004 г. окончила Астраханский государственный технический университет по специальности «маркетолог», там же получила степень бакалавра экономики.

В 2004–2006 гг. работала в компании «Астрахань GSM» (СМАРТС), начав оператором информационно-справочной службы и закончив руководителем группы рекламы и связей с общественностью.

С января по сентябрь 2007 г. – маркетолог в компании «Автоград» (Астрахань).

С ноября 2007 г. по сентябрь 2008 г. – ведущий

трейд-маркетолог в ГК ДИКСИС (Москва).

С октября 2008 г. работает в компании «ВымпелКом». Последовательно занимала позиции менеджера по лояльности, старшего менеджера продуктов лояльности и ведущего менеджера по лояльности.

В марте 2012 г. назначена руководителем службы по развитию абонентской базы.



Виктор ЛУКАНИН,
вице-президент по коммерции компании «Евросеть»

Родился 3 января 1972 г. В 1992 г. окончил Свердловское высшее военно-политическое танково-артиллерийское училище.

В 1989–1995 гг. служил в Вооруженных силах СССР и РФ (Западная группа войск, Московский военный округ), старший лейтенант запаса.

В 1995–1998 гг. – в коммерческих предприятиях в сфере торговли бытовой техникой, от продавца до коммерческого директора. В 1998–2005 гг. работал в сети магазинов бытовой техники «Эльдорадо», занимая должности от директора магазина до директора уральского филиала.

В 2006–2008 гг. – управляющий уральским филиалом компании «Евросеть».

С 1 сентября 2008 г. – в нынешней своей должности, на которой отвечает за оперативное управление компанией, в том числе логистику, закупки, HR, маркетинг, рекламу, а также технологическое развитие.

В 2004 г. стал лучшим директором по продажам сети «Эльдорадо» (получил в качестве приза а/м «Лексус»). В I и III кв. 2007 г. признан лучшим управляющим компании «Евросеть» (дважды был награжден переходящим призом – а/м «Мерседес Гелендваген», изготовленным специально по заказу «Евросети», единственным в мире желтого цвета).

Женат, двое детей. Хобби – автомобили, фотография.

Родился в 1967 г. в Москве. В 1992 г. окончил Институт стран Азии и Африки Московского государственного университета по специальности «история», в 2002 г. – Академию госслужбы при президенте РФ по специальности «маркетинг».

В области телекоммуникаций работает более 17 лет. В 1995–1996 гг. отвечал за продажи на корпоративном рынке в пейджинговой компании «Вессо-Линк», в 1996–2002 гг. – в компании «Московская Сотовая Связь» за реализацию ряда крупных коммерческих проектов.

В 2002–2004 гг. принимал участие в формировании региональной дилерской сети оператора магистральной связи «ТрансТелеКом».

С 2005 г. развивает направление маркетинга лояльности в «МегаФоне».



Сергей ОЛЕХОВ,
руководитель направления программ лояльности отдела маркетинга компании «МегаФон»

Родился в 1966 г. В 1989 г. окончил Московский авиационный институт по специальности «математическое моделирование ядерных космических установок», год работал на кафедре, затем ушел в рекламный бизнес.

В 1993–1994 гг. – главный редактор газеты «Бизнес в Москве». С 2000 г. – руководитель службы рекламы и продаж газеты «Экстра М». С 2001 г. – директор по рекламе компании «Эконика», директор креативного агентства «Эмка» в структуре холдинга. С 2003 г. – руководитель департамента маркетинга и рекламы торгового дома «Роллтон».

В 2007–2009 гг. работал в компании «Весна» (Самара), в 2010–2011 гг. – в компании «Русский продукт».

С 2011 г. – руководитель дирекции маркетинга ФГУП «Почта России».

С 1997 г. преподает, ведет бизнес-тренинги по специальности «реклама и маркетинг». Получил степень МВА в ГУ-ВШЭ.

Женат, четверо детей.



Александр СОКОЛОВЕРОВ,
руководитель дирекции маркетинга ФГУП «Почта России»



Максим ТИМОФЕЕВ

Личное дело связиста-международника

Профессиональных переговорщиков международного уровня готовят в дипломатических вузах. А порой подготовка начинается «с молодых ногтей» – как это произошло с Максимом ТИМОФЕЕВЫМ.

– В 82-м году мы всей семьей туда уехали и прожили шесть лет, – рассказывает М. Тимофеев. – Сейчас я понимаю, что многие необходимые для работы качества отец прививал мне буквально с рождения. Главное – установка на достижение поставленной цели. Но и такие, казалось бы, мелочи, как выбор костюма или галстука, заложены почти на генном уровне. Папа не может пойти на работу, например, в джинсах, для него это табу. Я такой же, один в один.

– Не могу удержаться от вопроса: директор Бюро радиосвязи МСЭ Валерий Викторович Тимофеев кем вам приходится?

– Это интересный момент: в 80-е мой отец Тимофеев Валерий Павлович работал в МСЭ в Женеве, а затем возглавлял офис МСЭ, который открыли в Москве. Валерий Викторович Тимофеев возглавляет сейчас Бюро радиосвязи МСЭ, и в выборной кампании по его выдвижению на этот пост я в свое время принимал активное участие как заместитель директора департамента международного сотрудничества Мининформсвязи. В министерстве абсолютно все считали (а многие и по сей день уверены), что он мой отец, порой случались курьезы и пуганица. На самом деле в отрасли три Тимофеева-международника, и их работа связана с МСЭ.

– В вашем кабинете фотография сына (очень похож). Готовите продолжение династии?

– У меня два сына, 14-ти и трех лет. У старшего явно сформировалась тяга к техническим дисциплинам, к физике. Я бы хотел, чтобы он пошел по моим стопам в МТУСИ. Конечно, хочу, чтобы у него тоже было два высших образования. По крайней мере, английский язык он уже знает блестяще, а теперь по собственному решению учит и немецкий.

Родина, вторая и первая

Самым любимым местом на планете Максим Тимофеев, не задумываясь, называет Женеву:

– Может, это ностальгия по детству, но бывая в Женеве подолгу в служебных командировках, я всегда чувствую себя там удивительно комфортно. Дом, где мы жили, – вроде как родной. Зимой в субботу-воскресенье обязательно всей семьей выбирались в горы, катались на горных лыжах. Мама, не имея там возможности работать по специальности (она врач-гинеколог), начала посещать организованные при миссии кулинарные курсы, где давали мастер-классы повара из разных стран. И стала выдающимся кулинаром. Экспериментировала на нас с папой, к нашей великой радости. У меня были друзья «из местных», и естественным образом, общаясь с ними, я выучил французский как родной. Английский освоил уже позже, в академии внешней торговли.

В женевском детстве со мной случилась история, которая запомнилась на всю жизнь. Среди мальчишек было поветрие – все собирали карточки машин, они очень ценились, особен-



На отцовской лыжне

→ Досье «ИКС»

Максим Валерьевич Тимофеев родился 15 июня 1973 г. в Москве. В 1995 г. окончил МТУСИ по специальности «радиосвязь, радиовещание и телевидение».

С 1995 г. – инженер в Главном управлении Госсвязьнадзора РФ.

В 1998 г. окончил Всероссийскую академию внешней торговли по специальности «экономист-международник со знанием иностранного языка». В 1999 г. – главный специалист в Управлении частотного ресурса Государственного комитета по телекоммуникациям РФ, в 2000–2008 гг. работал в Департаменте международного сотрудничества Минсвязи России (затем – Мининформсвязи России), где прошел путь от заместителя начальника Управления международного сотрудничества до заместителя директора департамента. С августа 2008 г. – директор по международному сотрудничеству и работе с государственными органами ЗАО «Синтерра» («МегаФон»).

Фамильная работа

В профессию Максим Тимофеев входил шаг в шаг за отцом: сначала институт связи, потом академия внешней торговли. Причем в академии отец и сын защищались у одного и того же преподавателя, только с интервалом в четверть века. А школьные годы Максима прошли в Женеве, где отец состоял на дипломатической службе в МСЭ.

но редкие. Покупались как лотерея – изображение можно было увидеть, только распечатав упаковку. Одной такой карточки не было ни у кого, а я взял и заявил, что у меня она есть. Обманул. Ребята потребовали показать – или они будут считать меня страшным обманщиком. Что делать? В расстроенных чувствах я поплелся в магазин попытать счастья. Иду – и вижу: на тротуаре лежит эта самая карточка, именно с этой машиной, прямо под ногами, одна-одинешенька. Что это – мистика, фантастика? В любом случае, обманывать после этого на всю жизнь расхотелось, второй раз такого не происходит...

– А переехать в Женеву не планируете?

– Раньше у меня был такой жизненный план, до безобразия простой: институт, академия, работа в МСЭ. Купить там дом, вжиться. Но в какой-то момент, когда работал в министерстве, планы поменялись. Потому что здесь постоянно происходит что-то интересное, здесь драйв. Даже передряги лучше скучной жизни, в которой никаких движений не происходит. На самом деле, только преодолев препятствия, чувствуешь удовлетворение. И я решил остаться здесь – достичь каких-то других целей в жизни. Более высоких, может быть. Плох тот солдат, который не мечтает стать генералом. А я с пеленок солдатом не был – как говорят родители, уже тогда всех в доме «строил». Потом вырос и в 27 лет стал заместителем директора департамента международного сотрудничества министерства. Останавливаться не хочется.

– Вы 10 лет проработали в министерстве, теперь почти пять лет – в «Синтерре» («МегаФоне»).

Как считаете, ваша карьера сейчас на подъеме?

– Могу со всей ответственностью заявить: на подъеме. Есть силы и, что немаловажно, опыт, приобретенный как на госслужбе, так и в бизнесе. И если применить этот «бэкграунд», можно достичь высоких результатов. Пока мой профессиональный ресурс использован процентов на 40. Не хочу загадывать, что сейчас произойдет в нашей отрасли с реформами, но на месте стоять точно не буду.

Секреты тонкого искусства

Максиму Тимофееву повезло начать вхождение в профессию еще до получения базового образования, впитав-переняв опыт отца. Но искусство переговоров требует постоянной шлифовки. Учителями в «министерский период» стали Л.Д. Рейман, Ю.Г. Гринь, В.А. Слизень, теперь К.Ю. Солодухин. А также... китайцы, с которыми работал в межправительственных комиссиях по подготовке встреч высокого уровня. «Китайцы – идеальные переговорщики, тонкие психологи и аналитики. Каждый «выстрел» у них – в «десятку», – признает М. Тимофеев. – Вообще, мне нравится Китай – культурой, менталитетом. У них есть чему поучиться».

Стрессы, неизбежные при постоянном умственном напряжении, Максим Тимофеев научился снимать ежедневными физическими нагрузками (бег, тренажеры), а с недавних пор также занятиями в гончарной мастерской. «Когда месишь глину, лепишь, руки помогают сбросить усталость, – говорит он. – Действительно, лучший



Глина уносит стресс

отдых – смена деятельности. Еще хорошо, если получается в выходные просто отоспаться. Ну и, конечно, важно, что рядом – любимый человек, который всегда во всем помогает и поддерживает. Хотя бывает, что родные делают замечание: оставь свою дипломатию на работе, а дома будь самим собой». Наверное, профессия становится «второй натурой». А еще Максим Валерьевич ведет переговоры... с растениями. Его кабинет напоминает зимний сад – и с его населением хозяин общается запросто.

– Цветы – живые, – поясняет М. Тимофеев. – Я вижу, когда они чувствуют себя хорошо, когда расстраиваются. Порой я с ними разговариваю. Когда бываю в разных странах, стараюсь привезти цветок или деревце. На даче воспитываю колонновидную грушу, которая четвертый год не дает плодов, хотя цветет великолепно. У этого сорта плоды растут чуть ли не на стволе, на коротких веточках. Вот я и прикрепил на одну из веточек искусственную грушу – показал, какие должны быть плоды. И рядом положил топор, чтоб припугнуть. Посмотрим, как подействует.

– Это может показаться чудачеством или хуже того... Не опасаетесь?

– Цветы приносят радость, что ж в этом опасного. Мне нравится высказывание Рабиндраната Тагора: «Конечно, я бы мог обойтись без цветов, но они помогают мне сохранить уважение к самому себе, ибо доказывают, что я не скован по рукам и ногам будничными заботами. Они есть свидетельство моей свободы».

Беседовала **Лилия ПАВЛОВА**

→ Несгибаемый дипломат

– У вас есть недостатки?

– Да нет их у меня, практически идеален.

– А серьезно?

– Пожалуй, плохо, что мало уделяю времени родным и близким. Это неправильно, но ничего поделать не могу. Я люблю все время проводить на работе.

– Это качество – тоже от папы?

– Точно. Он такой же. Работает до сих пор, хотя и не так много, как раньше.

– Как себя видите лет в 70–80?

– Думаю, что все равно буду работать, потому что на самом деле работа – это жизнь. Энергетикой работы и заряжаешься, и отдаешь ее работе же. Мне нравится актер Владимир Зельдин – ему 97 лет, а он все время на сцене и как превосходно играет Дон Кихота!

ATC

Panasonic
ideas for life

Новые сотрудники? Добро пожаловать!

Владимир Демёхин
Начальник IT-отдела

Я работаю в растущей компании, где в отделы приходит много новых сотрудников, и нужно оборудовать новые рабочие места. Для меня очень важно, чтобы решение было гибким, надежным и многофункциональным. К первому числу мне нужно подготовить еще 8 рабочих мест. С IP-ATC Panasonic сделать это – легко!

IP-ATC Panasonic

IP-ATC Panasonic серии NCP – надежное и гибкое решение на базе IP-технологий. Благодаря IP-ATC Panasonic Вы получаете возможность подключения различных телефонных терминалов: системных IP и цифровых телефонов, SIP-телефонов, DECT-терминалов, а также обычных аналоговых аппаратов. Вы можете объединить в сеть с единым номерным планом свыше 100 IP-ATC серии KX-NCP. Создание новых рабочих мест станет проще и удобнее.

IP-ATC растет вместе с Вашим бизнесом.



IP-ATC серии KX-NCP

**Системный IP-телефон
KX-NT400**

**Решения
для офиса**

www.panasonic.ru

Информационный Центр Panasonic: для Москвы (495) 725-05-65, для регионов РФ 8-800-200-21-00 (звонок бесплатный)
На правах рекламы ООО "Панасоник Рус" - уполномоченного представителя компании Panasonic Corporation Ltd. на территории России

Деньги уходят в облака

Главной тенденцией развития отрасли электронных денег становится их универсальность, полагают в ассоциации «Электронные деньги» (АЭД).

По мнению гендиректора компании «Яндекс.Деньги» Евгении Завалишиной, сейчас электронные деньги из виртуального инструмента становятся платежным средством для обычной жизни. Не последнюю роль здесь играет распространение мобильных технологий. Взаимная привязка электронного кошелька, банковской карты и счета мобильного телефона превращает все средства оплаты в единое целое. Уже сейчас в Санкт-Петербурге электронными деньгами можно оплатить проезд в метро, а в Москве расплатиться в некоторых кафе.

«Надо уже иначе относиться к самому понятию электронных денег», – отме-



Е. Завалишина: «Если у вас нет наличных, но есть телефон, значит, деньги у вас есть»

тил Борис Ким, председатель совета директоров Qiwi. Он предположил, что в будущем одной из основных тенденций станет выход электронных денег в обычные магазины. Этому будет способствовать как спрос на мгновенные платежи со стороны клиентов, так и инициативы государства по снижению доли наличных средств в экономике.

По данным АЭД, в 2011 г. объем пополнений электронных кошельков по отношению к 2010 г. практически удвоился и составил 125 млрд руб. Рост аудитории показал более сдержанную динамику – число активных аккаунтов выросло до 34 млн, что, по мнению АЭД, свидетельствует о близком насыщении рынка.

<http://npaed.ru>

«Уран» переходит на более высокую орбиту

Институт математики и механики Уральского отделения РАН модернизировал свой суперкомпьютер «Уран», увеличив его пиковую производительность до 160 TFlops, а производительность на Linpack – до 75,20 TFlops. Суперкомпьютер был создан в 2009 г. на основе серверной блейд-платформы HP BladeSystem c7000 и 32 двухпроцессорных узлов HP ProLiant BL 460c. Тогда его пиковая производительность составляла 3 TFlops, реальная – 2,36 TFlops.

В 2011 г. стало очевидным, что имеющихся вычислительных мощностей недостаточно, и было решено модернизировать «Уран». Новое вычислительное поле суперкомпьютера построено на основе гибридной архитектуры с применением графических процессоров общего назначения NVIDIA, превосходящих центральные процессоры по пиковой производительности в несколько раз, но при этом более дешевых и энергоэкономичных. Для расширения «Урана» выбрана платформа HP ProLiant s6500 с серверами HP ProLiant SL390s G7, в каждом из которых установлено по восемь GPU NVIDIA Tesla.

Проект выполнен совместно с системным интегратором «Открытые Технологии».

www.ot.ru

Кадровые назначения

Роскомнадзор

Олег ИВАНОВ назначен врио руководителя.

Сколковский институт науки и технологий

Алексей ПОНОМАРЕВ назначен вице-президентом по работе с промышленностью и органами госвласти.

«ВымпелКом»

Андрей Мельников назначен директором по развитию бизнеса бизнес-единицы «Россия».

Юлия КОНЕВА назначена директором по маркетинговым коммуникациям и управлению брендом.

Тимур АЛЯУТДИНОВ

назначен директором по широкополосному доступу и цифровому телевидению.

«МегаФон»

Иван ТАВРИН назначен гендиректором.

MegaLabs

Олег БУТЕНКО назначен гендиректором.

НСС

Вячеслав КАСЫМОВ назначен гендиректором.

Orange Business Services

Ольга БАРАНОВА назначена руководителем департамента поддержки клиентов и оперативного управления в России и СНГ.

«ФИНАМ»

Дмитрий СМИРНОВ назначен руководителем направления Finam Global.

«Энвижн Групп»

Максим РЯЩЕНКО назначен директором филиала в Красноярске.

Lenovo

Глеб МИШИН назначен вице-президентом и генеральным менеджером в России, странах СНГ и Восточной Европы.

Джанфранко ЛЯНЧИ

назначен старшим вице-президентом и президентом компании в регионе EMEA.

ЕЩЕ БОЛЬШЕ НА
www.iksmedia.ru



Московский технический университет связи и информатики

Лицензия серия ААА №002584 Регистрационный №2468 от 15 февраля 2012г.
Гос. акредитация серия ВВВ №001073 регистрационный №1061 от 28 июля 2011г.

Второе высшее образование в сокращенные сроки 3 года 2 месяца (по субботам). Гос. диплом
080100 «Экономика» профиль «Экономика предприятий и организаций (инфокоммуникаций)»
080200 «Менеджмент» профиль «Маркетинг»

Мастер делового администрирования (МВА) «Управление компаниями в инфокоммуникациях»

Москва, ул. Народного Ополчения, дом 32
<http://ipk.mtuci2.ru> e-mail: ipk@mtuci2.ru

(499) 192-84-50, (499) 192-84-94

Рынок фиксированных терминалов проседает



А. Вертунов (Panasonic):
«Результаты Panasonic выглядят так хорошо, что это уже даже неприлично»

К такому выводу пришла компания Panasonic, подводя итоги своей работы в России в 2011 г., хотя ее доля в этом сегменте росла. По ее оценкам, после 2010 г., когда количество проданного оборудования заметно возросло, объемы продаж стали уменьшаться и, как прогнозируют в компании, продолжают это делать и в 2012 г.

Особенно сильным оказалось падение продаж в сегменте факсимильной аппаратуры.

По отношению к 2010 г., когда в России было продано 306 тыс. единиц факс-аппаратов, в 2011-м продажи снизились до 221 тыс. единиц, а в 2012 г. в Panasonic ожидают сокращение сегмента до 199 тыс. единиц. Сама компания в 2011 г. заняла 73% этого рынка и в 2012 г. планирует сохранить свои позиции.

В сегменте проводных телефонов в России также наблюдается спад, хотя и не столь резкий: в 2010 г. было продано 2730 тыс. единиц техники, в 2011 г. – 2700 тыс., а в 2012 г. объем продаж должен составить лишь 2565 тыс. единиц. Доля Panasonic в натуральном выражении выросла с 33% в 2010 г. до 35% в 2011 г., в денежном же выражении на Panasonic пришлось более 46% объема продаж фиксированных телефонов в России.

Российский рынок DECT-телефонов вырос с 3712 тыс. единиц проданной техники в 2010 г. до 3741 тыс. в 2011 г., но уже в 2012 г. ожидается снижение до 3554 тыс. В России у Panasonic более 50% рынка DECT-телефонов – 52% в 2010 г., 54% в 2011 г. (в денежном выражении – около 60%), и эту долю компания намерена сохранить и в 2012 г.

С DECT-телефонами связан еще один важный для Panasonic рубеж: в начале 2012 г. количество проданных в России и СНГ DECT-телефонов производителя превысило 20 млн штук.

www.panasonic.ru

Что нужно банковскому SMB

Опрос, проведенный SAP в декабре 2011 г. – апреле 2012 г. среди CIO 67 российских банков среднего и малого размера (в общепринятых рейтингах позиции от 50 до 250), выявил приоритетные ИТ-задачи в этом сегменте. Оказалось, что сейчас для них наиболее актуальны задачи внедрения CRM (32,6%), построения хранилищ данных (19,6%), совершенствования АБС-решений (19,6%), а также документооборота (13,0%) и бизнес-аналитики (6,7%). Основные инициаторы проектов развития ИТ в банках – отделы по работе с клиентами, розничные блоки, департаменты управления рисками и финансовые департаменты.

www.sap.ru

ШКАФЫ ДЛЯ ОПТИЧЕСКИХ СЕТЕЙ ДОСТУПА FTTH (PON)



- предназначены для установки на этажных площадках и в распределительных шкафах ШРП

- являются узлом, обеспечивающим подключение к одному волокну магистрального кабеля до 128 квартир в подъезде



ALUDECO



ООО «Алюдеко-К»
Россия, Кострома
<http://www.aludeco.ru>
Тел./факс: (4942) 31-17-33, 37-17-00

АНТИВАНДАЛЬНЫЕ ШКАФЫ

- служат для защиты телекоммуникационного оборудования
- широкий модельный ряд шкафов, как пенального, так и распашного типа



- покрытие – порошковое полимерное
- изготовление нестандартных шкафов

реклама

Бороться и искать

На портале Mail.Ru запущена бета-версия поисковой системы с функцией машинного обучения. Уже в ближайшие месяцы компания планирует сделать ее основной.

Помимо этого, как рассказал вице-президент и технический директор Mail.Ru Group Владимир Габриелян, компания ведет активную борьбу за пользователя на мобильном рынке. В нынешнем году был запущен голосовой поиск Mail.Ru на iPhone и Android-устройствах, вышла версия и для Windows Phone. В. Габриелян отметил, что на мобильных устройствах Mail.Ru использует только собственные поисковые технологии. Приложения для голосового поиска компания разработала на основе технологий Nuance. Также Mail.Ru активно работает над созданием мобильного программного обеспечения, а в будущем не исключает разработки собственной ОС.

Ориентируясь на развитие терминальных устройств, Mail.Ru готовит адаптированную версию поисковика и для телевизоров, имеющих выход в Интернет, – в компании полагают, что это перспективное направление для дистрибуции поисковых технологий.

В. Габриелян выделил еще несколько направлений наибольшей активности разработчиков поисковых машин, в том числе и Mail.Ru. Это, в первую очередь, выделение фактов (прямые ответы в поисковиках, без переходов на сторонние сайты); социализация (подстройка поисковика под конкретного пользователя); регионализация (геозависимый поиск) и, наконец, рост числа факторов ранжирования (сейчас поиск Mail.Ru учитывает порядка 100 факторов ранжирования, но уже скоро их будет около 1000).

<http://corp.mail.ru>

Ревизия платного ТВ в Москве

С начала апреля МТС предложила пользователям «домашнего ТВ» столичного региона возможность индивидуального пакетирования телеканалов. Выбор осуществляется из более чем 40 рейтинговых телеканалов. Абонентская плата составит от 1 до 299 руб. в месяц, цена базового пакета – 99 руб. Заказать каналы а la carte можно в меню телеприставки.

Попытка создания персонального ТВ, фактически – продажа каналов в розницу, преследует сразу несколько целей. Во-первых, индивидуальное интерактивное ТВ – это способ конкуренции с Интернетом, которому платное ТВ начинает проигрывать. Во-вторых, как говорит директор по развитию фиксированного бизнеса МТС Дмитрий Багдасарян, это попытка

кардинально исправить «испорченный» московский рынок, где платное ТВ – чуть ли не единственная услуга, которая в столице продвинута менее, чем в других регионах, и мало востребована (из 5 млн домохозяйств 3,5–4 млн подключено к так называемому социальному ТВ). В-третьих, по мнению Д. Багдасаряна, сегодня необходимо сформировать культуру платного ТВ, подобно тому, как когда-то была сформирована культура пользования мобильной связью.

В настоящее время абонентская база платного ТВ от МТС складывается из пользователей компании «Комстар-Регионы» (1,8 млн), сети IPTV в Москве (100 тыс.), московского мобильного ТВ (100 тыс.) и клиентов свежеприобретенных компаний (1,2 млн).



Д. Багдасарян: «У нас самое высокое телесмотрение в мире и самое низкое ARPU»

В пессимистичных планах МТС на 2012 г. рост бизнеса платного ТВ по московскому рынку – на 50%, по России – 10%.

«Внедрение такого проекта должно способствовать очищению рынка от плевел, от продуктов, созданных "на коленке", – комментирует директор по распространению программ и каналов «НТВ Плюс» Андрей Малинин.

www.mts.ru

«Ростелеком» приобрел 100% акций международной магистральной телекоммуникационной сети **RETN CAPITAL**.

Vimpelcom Ltd. объявил о продаже вьетнамской компании **GTEL Transit and Infrastructure Service One Member Company** своего пакета акций (49%) в совместном предприятии **GTEL Mobile**.

Телеканал O2TV намерен купить 10 млн ранее размещенных обыкновенных акции своего головного общества **ОАО «O2TV»**.

РТИ купила 50% минус две голосующие акции «НПК «НИИДАР» (основные виды деятельности – создание и эксплуатация особо сложных радиотехнических систем) и тем довела свою долю в приобретаемой компании до 100%.

«1С» приобрела 51% компании «Мегаплан», предлагающей решения для управления бизнесом в виде SaaS.

MERLION сообщил о слиянии с компанией «Аксима», московским дистрибьютором бытовой техники и электроники.

Intel подписала окончательное соглашение о покупке активов компании **Cray**, связанных с высокопроизводительными вычислениями.

Cisco намерена приобрести **ClearAccess**, поставщика ПО для поддержки домашних и мобильных устройств и управления ими.

Dell заключила соглашения о приобретении ряда компаний: **SonicWALL** (производителя межсетевых экранов и систем унифицированного управления угрозами), **Wyse Technology** (разработчика ПО, оборудования и услуг для виртуализации рабочих мест), а также поставщиков решений и сервисов модернизации приложений и их миграции с одной аппаратной платформы на другую **Clarity Solutions** и **Make Technologies**.

Кбайт цитаток

«Центр получения прибыли сдвигается в сторону сервисов.»

«Надо перейти от регулирования тарифов на услуги к регулированию межоператорских отношений.»

«За рубежом внедряют LTE начинают с села, а мы – с крупных городов.»

«Не зря я хочу посвятить этому разделу несколько абзацев вашего внимания.»

«На рынке широкополосных услуг главная ценность – контент.»

«На планшетном компьютере вы потребляете содержание, на обычном компе можете его производить.»

«Человечество производит больше данных, чем может хранить.»

«Пожелание профсоюзного деятеля: – Счастья вам в зарплате, пенсии и личной жизни!»

ЕЩЕ БОЛЬШЕ НА
www.iksmmedia.ru



Как в Швейцарии

Компания Eaton открыла в Москве свой первый российский учебно-демонстрационный центр. В его демонстрационной части существующие и потенциальные клиенты и партнеры компании могут ознакомиться с технологиями и решениями, предлагаемыми электротехническим, автотранспортным, гидравлическим и аэрокосмическим бизнес-подразделениями Eaton. Образовательная деятельность центра будет нацелена не только на партнеров и клиентов компании, но и на ее собственных сотрудников.

Как пояснил гендиректор Eaton в России Игорь Ануфриев, обучение в центре будет построено в соответствии с практикой, сложившейся в России в каждом из четырех вышеуказанных секторов рынка. Что касается технических средств, то, например, слушатели курсов по ИБП смогут теоретически и практически изучить работу ИБП разной мощности, смоделировать на

стендах их работу в разных конфигурациях и режимах, в том числе при аварийном отключении питания.

«Источником вдохновения» для создания московского центра стал учебно-демонстрационный центр в штаб-квартире Eaton в регионе EMEA в г. Морж (Швейцария), открытый в 2010 г. По дизайну они очень похожи, а являющийся центром московской экспозиции стол с большим сенсорным монитором разрабатывался, программировался и монтировался швейцарскими специалистами. Президент Eaton в регионе EMEA Яннис Тсавалас отметил, что открытие московского учебно-демонстрационного центра – это стратегическое решение компании, которая считает российский рынок весьма перспективным для себя (во всяком случае план 2011 г. российский офис перевыполнил на 11%).



И. Ануфриев: «В нашем центре много действующих образцов, потому что российские клиенты обычно хотят все потрогать руками»

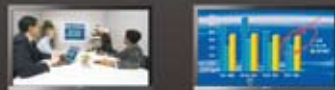
www.eaton.ru

СТАНЬТЕ БЛИЖЕ ДРУГ К ДРУГУ

СИСТЕМЫ ВИДЕОКОНФЕРЕНЦСВЯЗИ



- Увеличение четкости деталей в четыре раза
- Доступность по цене
- Функция двойного экрана
- Кристально чистый стереозвук
- Технология BrightFace - четкое изображение при недостаточном освещении



Функция двойного экрана позволяет видеть одновременно удаленного собеседника и демонстрируемые им материалы с персонального компьютера, вносить правки и сохранять изменения



PCS-XA80
Универсальная персональная система видеоразрешения Full HD



PCS-XA55
Универсальная персональная система видеоразрешения HD



PCS-XG80
Групповая система видеоразрешения Full HD

Сервер Многоточечной видеоконференцсвязи PCS-VCS (поддержка форматов SD/HD/FullHD) Соединение до 500 оконечных устройств ВКС различных производителей в единую сеть видеоконференцсвязи



PCS-XL55
Персональная система «всё в одном» видеоразрешения HD



PCS-G50P
Групповая системы стандартного видеоразрешения



PCS-G70P
Групповая системы стандартного видеоразрешения



PCS-XG55
Групповая система видеоразрешения HD

SONY

IP-V (Москва) +7 (495) 787 48 00 www.ip-v.ru / Бизнес Медиа (Москва) +7 (495) 781 02 93 www.bs-media.ru
 IPVS (Москва) +7 (495) 225 57 11 www.ipvs.ru / Имаг (Москва) +7 (495) 927 02 57 www.emag.ru
 Красный сектор (Москва) +7 (495) 504 26 58 / Микротест (Москва) +7 (495) 787 20 58
 ОнлайнТрейд (Москва) +7 (495) 737 47 48 www.onlinetrade.ru / Центр (Казань) +7 (843) 543 48 00 www.cg.ru
 Литер (Киев) +38 (044) 502 10 19 / Tandem TVS (Алматы) +7 (727) 250 80 86 / GSC (Тбилиси) +995 32 432 432

IPELA
INTEGRATED VISUAL COMMUNICATION
www.pro.sony.eu

Хранение данных как услуга

будет предоставляться компанией КРОК на базе технологии EMC Avamar. Облачная система развернута в ЦОДах КРОК.



Б. Бобровников и С. Карпов. Хранение данных как услуга – совершенно новая бизнес-модель на корпоративном рынке

Облачные сервисы сегодня уже ни для кого не новость (например, сервисы Google или Amazon). Однако эти сервисы ориентированы на массовый рынок, в то время как бизнес-модель, предложенная компанией КРОК, рассчитана на корпоративных заказчиков. В этом ее принципиальное отличие, подчеркнул Сергей Карпов, гендиректор EMC в России и СНГ. По мнению С. Карпова, новое

партнерство EMC и КРОК кардинально повлияет на развитие ИТ-рынка в России в целом. «Если 10 лет назад рынок систем хранения данных на 100% представлял собой купленные и установленные у заказчика системы, то через несколько лет немалую долю этого рынка – 30–50% – займет хранение данных как услуга», – уверен он.

По словам Бориса Бобровникова, гендиректора КРОК, технология Avamar позволит заказчикам компании оперативно нарастить возможности своих информационных систем и оптимизировать затраты на них.

В настоящее время облачными сервисами компании пользуются более ста корпоративных заказчиков. На основе Avamar будут развиваться как услуги хранения данных, информационная безопасность, резервное копирование, восстановление данных.

Оплата использования этой системы производится по мере потребления услуг, как со стороны КРОК в сторону EMC, так и со стороны заказчика в сторону КРОК.

www.russia.emc.com
www.croc.ru

Мир после 4G

В скором времени в мире останутся три мобильные технологии: GSM, HSPA и LTE. С таким прогнозом выступил Харри Холма, технический директор подразделения Radio Office компании Nokia Siemens Networks. Сети CDMA и WiMAX постепенно мигрируют в LTE. Частоты для LTE за счет рефарминга начнут выделяться и в «традиционных» диапазонах GSM и HSPA. Но то, что GSM и HSPA продолжат функционировать и в дальнейшем, Холма объясняет, во-первых, наличием большого количества доступных по цене устройств, а во-вторых, тем, что технологии не стоят на месте и сейчас сеть GSM принципиально отличается от той, какой она была 20 лет назад.

В NSN полагают, что к 2020 г., для того чтобы обеспечивать хорошую передачу данных всем абонентам, емкость сетей должна вырасти в 1000 раз. Этого можно добиться тремя путями: за

счет рефарминга имеющихся и «подключения» новых частот, за счет повышения эффективности сети и за счет использования большего количества базовых станций.

Однако, подчеркивает Холма, в этих условиях управление сетью будет непростой задачей. А значит, сети должны стать когнитивными (самообучающимися). Такая сеть должна будет уметь раздавать приоритеты работы базовым станциям, управлять кэшированием трафика и иным образом оптимизировать нагрузку сети. Существующие самоорганизующиеся сети в этой связи могут получить большое развитие.

И естественно, перед операторами будет стоять вопрос минимизации потребления энергии и выбросов CO₂, т.е. должны появиться эффективные «зеленые» технологии, которые помогут решить эти задачи.

www.nokiasiemensnetworks.com

Кбайт фактов

«Ростелеком» и «Скартел» подписали договор об использовании инфраструктуры сетей LTE, принадлежащих Yota, для оказания «Ростелекомом» услуг мобильной связи на основе бизнес-модели MVNO. Дата начала тестового оказания услуг – 1 июля 2012 г.

МТС начала тестовую эксплуатацию сети LTE в Центральном административном округе Москвы. Базовые станции оператора поддерживают бесшовный переход в другие стандарты передачи данных (GSM и 3G) и обеспечивают скорость передачи данных до 100 Мбит/с.

«ВымпелКом» запустил первый фрагмент сети с поддержкой HSPA+ в Московском регионе. Технология является надстройкой к мобильным сетям третьего поколения и позволяет повысить скорость мобильной передачи данных до 21 Мбит/с.

МГТС ввела дополнительный сервис оценки качества клиентского обслуживания, открыв «линию качества», автоматизированная система которой предлагает абоненту оценить по шкале от 1 до 5 качество обслуживания специалистами компании, готовность сотрудника помочь, его вежливость и компетентность.

«МегаФон» объявил о технической готовности услуги оплаты проезда с мобильного телефона в общественном транспорте Екатеринбурга. Оплачивать проезд с телефона можно будет в 1600 единицах наземного общественного транспорта и на всех турникетах Екатеринбургского метрополитена.

ЦНИИ «Буревестник» с помощью компании «Т-Платформы» запустил первую очередь ЦОДа проектного моделирования перспективных образцов артиллерийского вооружения на основе технологичных высокопроизводительных вычислений.



Кбайт фактов

«Яндекс.Деньги» начали выпуск банковских карт MasterCard, баланс которых будет привязан к счету в платежной системе. Картой можно пользоваться и в Интернете, и в обычных магазинах. Средства будут списываться со счета в «Яндекс.Деньгах». Эмитирует карты банк «Тинькофф Кредитные Системы».

Tele2 Россия в сотрудничестве с компанией «Техносерв» создает резервный дата-центр в СЗФО и модернизирует свой основной центр обработки данных в ЮФО.

«ВымпелКом» запустил для своих корпоративных клиентов услугу «Поиск» на основе системы GSM-позиционирования, разработанной компанией «Открытые Технологии».

ЕЩЕ БОЛЬШЕ НА
www.iksmedia.ru



Стандартизацией встраиваемых технологий займется новая ассоциация

Ведущие мировые производители открытых встраиваемых компьютерных технологий (ВКТ) – Advantech, Congatec, Data Modul, Kontron, MSC и SECO создали новую ассоциацию по стандартизации – Standardization Group for Embedded Technologies (SGET). Этот шаг должен уменьшить количество бюрократических преград, стоящих перед разработчиками международных спецификаций для встраиваемых решений, и тем самым сократить сроки подготовки новых стандартов в этой области и вывода на рынок новых продуктов.

Одним из важных направлений, которым в рамках новой ассоциации уже занимается первая рабочая подгруппа, стала подготовка спецификаций «компью-

теров-на-модуле» на основе ARM- и SoC-процессоров. Первая версия нового стандарта ULP-COM для «компьютеров-на-модуле» со сверхнизким энергопотреблением и малым фактором, почти готова к рассмотрению рабочей подгруппы ассоциации SGET. Разработкой стандарта занимается холдинг Kontron (доход в 2011 г. – 580 млн евро, рост по сравнению с 2010 г. – более 10%). По словам Юрия Якшина, директора по маркетингу компании «РТ-Софт», стратегического партнера Kontron в России, опираясь на стандарт ULP-COM, производители смогут создавать на-



Ю. Якшин: «Существовавшие на рынке ВКТ ассоциации насчитывали сотни участников, что препятствовало быстрому принятию новых стандартов»

дежные, недорогие и очень тонкие модули.

www.rtssoft.ru

Приглашаем посетить стенд нашей компании на выставке «Связь-Экспокомм», которая будет проходить с 14 по 17 мая в Экспоцентре по адресу: Москва, Краснопресненская наб., 14

СТЕНД Группы Компаний «ПАУЭР ИНЖИНИРИНГ»:

ПАВИЛЬОН 2

ЗАЛ 2

СТЕНД 22В22

С нами все сложится!

 **Power engineering**

www.powerengineering.ru

HD становится больше

«Триколор ТВ» запустил еще четыре телеканала высокой четкости. Теперь в составе пакетов оператора насчитывается 16 HD-каналов, а к концу года он намерен увеличить их число до 25. Все HD-каналы будут доступны без абонентской платы до конца 2012 г. Анна Сопова, PR-директор компании, рассказала, что в будущем стоимость полного пакета «Триколор ТВ» (свыше 120 SD-каналов и 25 HD-каналов) составит не более 2400 руб. в год.

Для просмотра телеканалов «Триколор Full HD» корпорация «Дженерал Сателайт» разработала две модели спутниковых приемников: HD 9303 и GS 8306. По словам Дениса Высоцкого, руководителя отдела стратегического маркетинга «Триколор ТВ», HD 9303 –

первый полностью цифровой спутниковый приемник HDTV. Это экспериментальная модель (планируется выпустить около 56 тыс. устройств), которая будет запущена в серийное производство в конце I квартала 2012 г. Базовой же моделью станет GS 8306 – гибридный приемник, предназначенный для просмотра и SD-, и HD-каналов. Появление первой серийной партии приемников GS 8306 ожидается во II квартале 2012 г. Кроме того, на базе GGS 8306 предполагается выпустить приемник, который будет поставляться по схеме trade-in, т.е. на нее можно будет с небольшой доплатой обменять имеющийся приемник «Триколор ТВ» без приема HD-сигнала.

www1.tricolor.tv

Виртуальные АТС ценны бизнес-надстройкой

Подведя итоги первого года работы облачной версии своей АТС «Манго-Офис», компания «Манго Телеком» констатировала, что клиенты выбирают это решение в первую очередь из-за дополнительных услуг: доля платежей за трафик выросла умеренно (с 25,6 до 35%), а доля платежей за основные услуги компании значительно повысилась. Это касается как услуг, включенных в абонентскую плату (рост с 5 до 30%), так и предоставляемых в виде дополнительных сервисов (с 2,4 до 4,8–5,5%).

Компания планирует развивать это направление: в июне выйдет CRM-система для ВАС, интегрированная с «1С», а к началу осени планируется запуск облачного call-центра.

www.mango.ru

Кбайт фактов

«ТТК-Нижний Новгород» построил в Кирове 30 км волоконно-оптических линий связи и 26 узлов доступа.

В ходе совместной сессии советом и эксплуатационным комитетом **МОКС «Интерспутник»** было принято решение об увеличении уставного капитала организации.

С целью повышения детализации и точности прогноза погоды в преддверии зимней Олимпиады-2014 в Сочи в технологические ресурсы **Росгидромета** включен энергоэффективный высокопроизводительный кластер на основе архитектуры «РСК Торнадо» (пиковая производительность 35 Tflops).

Общий объем бизнеса компании **КРОК** в 2011 г. составил \$1292 млн, что на 55% больше аналогичного показателя предыдущего года.

Научный клинический центр РЖД с помощью «Энвижн Груп» запустил систему дистанционного обучения и телемедицины. Это позволит связать воедино телемедицинские центры РЖД, а также начать подготовку специалистов по уникальному для отечественных учебных заведений направлению.

Система спутникового мониторинга «Навигатор-С» внедряется в автопарке госпредприятия «**Мосводосток**». Навигационные приборы установлены на 200 единиц самоходной техники, десять речных судов технического флота; системой учета топлива оборудовано три снегоплавильных пункта.

BlueCoat Systems выпустила новый релиз операционной системы для устройств BlueCoat PacketShaper, поддерживающий инструментарий для мониторинга и контроля сети, приложений и контента в «фантомных» сетях IPv6, которые ранее могли работать незаметно в корпоративных сетях IPv4.

Pentair Technical Products

Schroff

СVAZ EXPO COMM MOSCOW 2012
Павильон 1, стенд 21D32

Фундаментальные компоненты для широкополосных сетей

реклама

pentairtechnicalproducts.com

www.schroff.ru



Управлять сетевой инфраструктурой по-новому: опыт региональной телерадиокомпании

В пилотной зоне региональной телерадиокомпании «ТВТ» (Казань) впервые в России внедрена система управления сетевой инфраструктурой на базе решения Cable-Scout. Компания «АйТи» развернула систему, обеспечивающую контроль фактической конфигурации телекоммуникационной сети и позволяющую сотрудникам оперативно получать актуальную информацию о линиях и соединениях, формировать задания на внесение изменений в кабельную систему и документировать их в электронном виде.



Андрей СЕМЕНОВ,
директор по развитию
«АйТи-СКС»,
компания «АйТи»

– Андрей Борисович, что послужило предпосылками к реализации этого проекта?

– В процессе роста абонентской базы ТРК «ТВТ» ее кабельная и сетевая инфраструктуры достигли порога, когда управлять ими в ручном режиме стало практически невозможно (по нашей оценке, это происходит почти всегда, когда суммарная длина кабелей превышает 500 км). Поэтому телерадиокомпания потребовались специализированные информационные системы, которые помогли бы повысить управляемость сети, увеличить отдачу от капитальных вложений, сократить время ликвидации последствий аварий и ускорить подключение новых пользователей. Руководство ОАО «ТРК «ТВТ» решило внедрить профессиональную систему документирования и администрирования кабельного хозяйства.

– Каким образом и по каким параметрам заказчик выбрал техническое решение?

– После изучения различных технических решений заказчик выбрал систему электронного документирования телекоммуникационной сети Cable-Scout, предложенную нашей компанией. К слову, «АйТи» еще осенью 2009 г. стала эксклюзивным российским партнером компании JO Software Engineering (Германия), разработчика ПО Cable-Scout. На тот момент решение оказалось для российского рынка настолько передовым, что только спустя некоторое время дело дошло до его внедрения. Cable-Scout – это специализированная система документирования, управления и планирования коммуникационных сетей, сетей передачи данных и управляющих кабелей. С ее помощью осуществляется управление электропроводными, волоконно-оптическими и эфирными сетями от WAN до LAN: от межрегионального узла до отдельной пары или волокна. Кроме того, Cable-Scout просто интегрируется с системой интерактивного управления кабельной инфраструктурой FUTURE-PATCH, позволяющей автоматизировать часто выполняемую в процессе эксплуатации сети операцию по изменению базы данных при переключении коммутационных шнуров.

– В чем суть проектных работ, выполненных «АйТи»?

– За шесть месяцев наши специалисты развернули систему в пилотной зоне ТРК «ТВТ» в Казани. Работы охватили свыше 70 узлов сетевой инфраструктуры компании. Они включали в себя внедрение ПО Cable-Scout, обучение пер-

сонала заказчика, внесение в единую электронную базу нескольких сотен тысяч разрозненных данных о сетях телефонии, передачи данных, кабельного телевидения и о линейно-кабельных сооружениях. Также мы адаптировали программу под требования заказчика и внесли в нее электронную картографическую основу. Это дало возможность отображать в системе актуальную информацию о расположении кабелей, подключаемых объектов, узлов с оборудованием, о кабельной разводке внутри зданий.

– О каких результатах внедрения новой системы можно говорить уже сейчас?

– Внедрение системы Cable-Scout в ТРК «ТВТ» позволило избавиться от несвязанных между собой источников учета телекоммуникационных сетей (бумажных схем, таблиц, данных нескольких обособленных программ и БД), которые находились в ведении разных служб, и перевести все учетные данные на единую платформу. Теперь одним кликом можно получить данные, которые раньше были просто недоступны для персонала и менеджмента ТВТ: например, реальное количество работающих или требующих замены коммутаторов и узлов, километров проложенных кабелей и их местонахождение.

Заказчик получил возможность перейти на централизованную модель управления объектами на уровне компании в целом и гибко планировать развитие сети. В пилотной зоне удалось так отработать методику внедрения нового решения, чтобы его можно было максимально быстро растрировать во всех филиалах на территории республики с перспективой выхода на макрорегион.

Для «АйТи» проект интересен тем, что мы открыли новую для себя область деятельности – управление не привычными СКС, а именно телекоммуникационными сетями. Проект оказался многозадачным и трудоемким одновременно: пришлось вникать в специфику оператора связи и управления телекоммуникационной сетью. Мы получили уникальный опыт, который готовы предложить тем заказчикам, для кого вопрос управления кабельной и сетевой инфраструктурой уже стал жизненно важным.

www.it.ru

Тел.: (495) 974-7980

АйТи

Что на календаре безопасности?

Незаконченная кампания по формированию нормативной базы для персональных данных; COPM, запутавшийся в сонме новых сервисов; еще одна ступень «электронизации» госуслуг – такова для инфобезопасности весна-2012.

Новый год персональных данных

ФСБ и ФСТЭК России подготовили проекты постановлений правительства в области защиты персональных данных применительно к информационным системам операторов. Одно постановление должно определить уровни защищенности персональных данных, второе – требования ФСТЭК и ФСБ к защите в зависимости от уровней защищенности.

Чего ждать операторам связи от новых документов? Этот вопрос разработчикам нормативно-правовых актов задавали и участники конференции АДЭ «Обеспечение доверия и безопасности при использовании ИКТ», и последующего Форума директоров по информационной безопасности. Как отметил Александр Бодров (ФСБ России), авторы стремились максимально сохранить преемственность новых нормативно-правовых актов ФСБ с ПП-781 и «приказом трех». «Если у оператора уже построена система защиты, менять ее нет смысла, – заверил А. Бодров. – Надеемся, что операторам нужно будет сделать минимальное количество шагов, во многом формальных». В то же время в документах будут фигурировать новые понятия – собственно «уровень защищенности» и «категория нарушителя». Предусмотрено три категории нарушителей, в соответствии с которыми выставляется уровень защищенности. Выпустить постановления планируется в мае, а к середине лета ФСБ планирует дополнить их соответствующими приказами о составе и содержании технических мер.

Примечательно, что процесс разработки этих документов происходил без общественного обсуждения, чем операторы несколько встревожены. «Есть доля беспокойства, поскольку документов пока не видели, – заметил Дмитрий Устюжанин («ВымпелКом»). – А вдруг там неожиданности?». Неожиданностей операторы опасаются в части детализации требований, в то время как им достаточно общего посыла от регулятора. Оператор в состоянии реализовать его в соответствии со своей спецификой, а насильно, по словам Д. Устюжанина, осчастливить сложно. Со своей стороны, Александр Золотников (ТТК) подчеркнул, что в многоструктурной операторской компании, имею-

щей как магистральный, так и розничный бизнес, невозможно отделить защиту персональных данных от защиты информации. «Решить системно этот вопрос нам позволяет процессный подход, это корпоративный стандарт, – сообщил А. Золотников. – Мы пошли по пути аудита информационной безопасности и, в частности, персональных данных». Более того, крупные игроки операторского рынка, владеющие магистральными сетями, вполне могут предложить своим клиентам-операторам аутсорсинговую услугу защиты персональных данных, сняв с них эту головную боль. Однако, по признанию А. Золотникова, такая услуга не востребована бизнес-сообществом: «При нашей готовности, к сожалению, обращений нет».



А. Бодров (ФСБ) обещает, что системы защиты персональных данных операторов связи замены не потребуют

COPM потерялся во времени

«Белые пятна» информационной безопасности разрастаются в сегменте систем оперативно-розыскных мероприятий (COPM). Резкий рост числа сервисных приложений и проприетарных протоколов (как обеспечить корректный съем данных?), появление и быстрое развитие рын-

ка М2М (что будет объектом контроля?), облачные вычисления (как обеспечить наблюдаемость объектов в облаке?), взрывной рост объемов передаваемых данных (можно ли угнаться за этими объемами при существующей законодательной и технической базе?), независимость провайдеров приложений от операторов сети (что считать территорией юрисдикции при оказании сервисных услуг на основе приложений?) – все это проблемы COPM, так или иначе связанные с повсеместным использованием IP-коммуникаций и IP-сервисов.

Операторы в числе проблем называют также существующий «зоопарк» COPM – многообразие типов используемых систем, тенденцию к росту числа систем с дублирующим функционалом, переход от принципа активного съема информации к пассивному. Как отмечает Алексей Ермаков (МТС), в наиболее широко распространенной системе активного голосового COPM для постановки абонента на контроль отправляются команды на коммутаторы MSC; одна из очевидных проблем информационной безопасности состоит в том, что команды для постановки або-

нента попадают на оборудование сетей связи зарубежного производства и могут быть ими перехвачены. В связи с этим был выбран пассивный принцип работы СОРМ: в дополнение к работающей системе активного голосового СОРМ устанавливается система пассивного съема копии сетевого трафика с каналов связи транспортной сети. Однако это создает лишь иллюзию независимости от производителя оборудования связи, иллюзию того, что в полном объеме обеспечена скрытность фактов проведения оперативно-розыскных мероприятий. Кроме того, это заставляет операторов создавать мониторинговую «надстройку» над своей сетью, которая сопоставима по сложности и стоимости реализации с самой сетью, – что дает им повод назвать СОРМ «новым нерегулируемым регулярным налогом» для телекоммуникационной отрасли.

Нормативно-правовая документация в этой области устанавливает только широкое определение того, что должно быть. Де-факто СОРМ развивается вдогонку рынку телекоммуникационных сервисов для абонентов. Отсутствие стратегии развития не позволяет операторам своевременно формировать бюджет на реализацию требований СОРМ и планировать технологическое развитие ИТ-инфраструктуры компаний с учетом этих требований. С другой стороны, требования законов о персональных данных, о разного рода тайнах приводят к повышению рисков для операторов. По словам Александра Першова (Минкомсвязи

России), в министерство действительно поступает много жалоб от операторов с просьбами дать разъяснение по применению нормативно-правовых актов в части СОРМ на сетях связи общего пользования. «Ситуация крайне обострилась, – признает А. Першов. – И в ближайшее время нам предстоит разработать и принять ряд документов, направленных на проведение оперативно-розыскных мероприятий на сетях».

Первый такой документ – проект Правил применения оборудования систем коммутации, включая ПО, обеспечивающее выполнение установленных действий при проведении ОРМ в сетях фиксированной телефонной связи, – планируется направить на регистрацию в Минюст России 7 мая 2012 г. Для Правил применения оборудования средств связи узлов телематических служб и передачи данных, в том числе ПО, этот срок – 20 июня 2012 г. Правила применения оборудования информационных систем, содержащих базы данных абонентов оператора связи и предоставленных им услуг связи при взаимодействии с уполномоченными органами, осуществляющими оперативно-розыскные мероприятия, будут отправлены в Минюст 30 июля 2012 г. «Подробный план разработки этих документов предусматривает все ступени прохождения, в том числе взаимодействие с Минэкономразвития для оценки регулирующего воздействия, – сообщил А. Першов. – Мы жестко придерживаемся этого плана, однако сложность работы над документами состоит в том, что эти объ-

Новые коммуникационные платформы Aastra 400 для малого и среднего бизнеса

Лучшее решение для Ваших деловых коммуникаций

- От 2 до 256 абонентов
- Полнофункциональное SIP решение все в одном
- Широкий выбор оконечных устройств
- Предустановленные приложения Unified Communications
- Простая и удобная настройка
- Возможность организации сети до 600 абонентов
- Высокое качество и надежность



Официальный дистрибьютор Aastra в России
Тел.: +7 (495) 967 66 84 www.treolan.ru



Aastra

Aastra Russia

Тел.: +7 (495) 287 30 35

Факс: +7 (495) 287 30 36

Email: info.ru@aastra.com

www.aastra-cis.ru

DLP завтрашнего дня

Рынок DLP сегодня характеризуют высокие темпы роста, увеличение количества вендоров, усиление конкуренции, «стандартизация» задач и систем. Все это свидетельствует о молодости рынка. По данным Zecurion, сейчас DLP-системы есть у 39% компаний, где работает более 500 сотрудников, у 24% с численностью персонала от 50 до 250 сотрудников и у 17% компаний с численностью до 50 сотрудников. При этом в ближайший год еще 17% компаний малого бизнеса планируют приобрести систему защиты от утечек.

Что защищают компании? В первую очередь персональные данные (68%), списки клиентов и поставщиков (57%), схемы внутренних бизнес-процессов (41%), прогнозы и планы развития бизнеса (38%), производственные и технические документы (36%).

По мнению Алексея Раевского (Zecurion), вероятность утечек в малых компаниях такая же, как и в больших, так что в ближайшие годы следует ожидать роста DLP-рынка именно в секторе SMB. При этом стоимость систем DLP будет снижаться, а их технологичность повышаться. В дальнейшем функции защиты от утечек будут вводиться в состав других систем ИБ, и наличие функционала DLP на рынке информационной безопасности станет стандартом.

емные материалы, подготовленные техническими специалистами, требуется перевести на язык нормативно-правовых актов».

Идентификация часа «е»

С 1 июля этого года по всей России, как говорится в распоряжении Правительства РФ №1993-р, должна быть обеспечена «возможность для заявителей в целях получения услуги предоставить документы в электронном виде с использованием Единого портала государственных и муниципальных услуг». Иначе говоря, житель любого российского населенного пункта сможет получить нужные документы, не обивая порогов госучреждений. Как отметила Елена Петина (Пенсионный фонд РФ), сейчас готовятся изменения в 210-ФЗ, где законодательно будет подтверждено использование страхового номера индивидуального лицевого счета (СНИЛС) как единого идентификатора при межведомственном и межбазовом обмене сведениями для предоставления гражданам государственных услуг в электронном виде (к слову, СНИЛС – это идентификатор и социальных карт, и будущих электронных универсальных карт), а также введено единство межбазового информационного обмена.

Собственно, система СНИЛС существует с 1996 г. и содержит сведения о пенсионных правах 120 млн граждан. За один период отчетности в систему поступает 91 млн индивидуальных сведений от работодателей (с 2011 г. отчетность ежеквартальная), причем 99,1% сведений – в электронном виде; из них 50,8% – с ЭЦП по защищенным каналам связи. Однако, по мнению Е. Петин, задача полного перехода на электронные госуслуги в назначенный срок может быть реализована не в полной мере по двум основным причинам – из-за недостаточной полноты электронного взаимодействия органов федеральной и региональной власти и низкого уровня информатизации от-

дельных муниципальных образований. Хотя поправки в закон и нацелены на решение, по крайней мере, первой проблемы.

С точки зрения взаимодействия особую роль играет вопрос идентификации: система должна четко «понимать», кто обращается за услугой – и кто услугу оказывает. В этой связи МТС выдвигает собственную идею облачной криптографии (SaaS, криптография как услуга), суть которой – обеспечить универсальные механизмы идентификации и аутентификации, электронной подписи на стороне сервера (Server Side Signature, SSS) и использовать масштабируемые криптографические платформы HSM Portal (Hardware Security Module). По словам Алексея Кораблина (МТС), криптография как услуга обеспечивает доступность услуг ИБ класса hi-end для малого и среднего бизнеса; она выгодна государству, поскольку позволяет соблюдать универсальные федеральные и отраслевые политики безопасности, централизовать и упростить аудит и контроль СОРМ, внедрять электронные госуслуги на новом уровне (юридически значимый электронный документооб-



Е. Петина: «Для окончательного установления соответствия идентификаторов персональным данным граждан по всем информационным системам государства потребуется около пяти лет»

рот); наконец, она удобна отдельному пользователю, поскольку не требует установки дополнительного ПО. «Сегодня большинство предоставляемых услуг – информационные, – заметил А. Кораблин. – С внедрением этой технологии взаимодействие станет двусторонним, т. е. пользователи смогут общаться с органами госвласти. А широкая доступность таких криптографических услуг, как электронная подпись, позволит перейти к массовому оказанию юридически значимых услуг с использованием электронных подписей с минимальными затратами со стороны бюджета». Оператор технологически готов к реализации этой идеи, однако воплощена она может быть не раньше, чем через год-полтора.

Лилия ПАВЛОВА

Контакт-центры в ожидании третьей волны

Облачные технологии, социальные медиа, мобильные приложения – все эти факторы влияют на бизнес-процессы взаимодействия контактного центра с конечными пользователями и изменяют их. Процесс трансформации сегодня затрагивает всю индустрию контактных центров, начиная с отраслевых стандартов и заканчивая рабочими местами операторов.

Формы, в которые эта трансформация может вылиться уже в ближайшее время, подробно рассматривались в этом году на Call Center World Forum, мероприятии, призванном сблизить позиции производителей оборудования и играющих в этом сегменте системных интеграторов с мнениями заказчиков из самых разных отраслей.

Нынешняя волна перемен – уже третья по счету, считает Павел Теплов (Cisco). По его мнению, вызвана она вступлением человечества в так называемую эру постРС, характеризующуюся постепенным вытеснением домашних компьютеров разнообразными мобильными устройствами, с одной стороны, и развитием облачных технологий – с другой. «Клиенты хотят быть обслуженными контактным центром в любой точке, в любое время, в любом месте и по любому удобному для них каналу коммуникаций», – констатировал эксперт. Центр обработки вызовов способен обеспечить такую возможность, например, с помощью специального мобильного приложения, позволяющего клиенту «нажатием одной кнопки» выходить на связь с его оператором.

И нынешняя волна перемен, и две предыдущие затронули сферу управления контактными центрами, в том числе оценку показателей качества их работы, а также используемые ими технические решения. Например, во времена первой волны важным мериллом качества было число обслуженных звонков пользователей. Во времена второй, когда перед ЦОВ встали маркетинговые задачи, к нему добавился показатель First Call Resolution (количество обращений, удовлетворенных

с первого звонка). А на третьей П. Теплов ожидает появления совершенно новых метрик, отражающих вовлеченность сотрудников всей компании, как ее фронт-, так и бэк-офиса, в процесс обслуживания клиентов в контактном центре.

Что касается эволюции технических решений, то на этапе первой волны платформа центра обработки вызовов была полностью автономной, т.е. использовалась только его сотрудниками; на следующем она представляла собой распределенную систему. На грядущем третьем этапе эта система превратится в динамический сетевой сервис, развернутый в облаках и использующий такой мощный аналитический ИТ-инструмент, как Social Mining для глубокого понимания поведения клиента, в том числе виртуально – в социальных медиа.

Для молодого поколения, привыкшего общаться посредством соцсетей, возможность поговорить с «живым человеком» отходит на второй или третий план, считает Константин Калласс (Avaya). И потому для коммуникаций с ними в контакт-центре можно и нужно смелее использовать приложения, обеспечивающие про- и интерактивные коммуникации. На форуме был представлен целый ряд таких программных продуктов. В качестве примера назовем приложение, с помощью которого клиент может вместо долгого ожидания соединения с оператором заказать в контакт-центре обратный звонок по любому своему номеру либо в момент, когда кто-то из операторов освободится, либо в удобное для себя время.

Конечно, для каждого сегмента клиентов каналы коммуникаций

должны подбираться индивидуально. Однако компании, заинтересованной в лояльности молодой аудитории, следует подумать об инвестировании в технологии проактивного взаимодействия с составляющими ее потребителями.

Фабьен Френай (Altitude Software) включил проактивность коммуникаций в пять ингредиентов успешного взаимодействия контактного центра с клиентами. Кроме нее в этот перечень входят работа по оптимизации приобретаемого в результате общения с контактным центром пользовательского опыта, интеграция контакт-центра с фронт- и бэк-офисом компании, определение критериев эффективности его бизнеса и KPI, накопление базы знаний о клиентах и управление ею.

Движение от данных к знаниям – магистральное для технологической эволюции контактных центров, в которых уже сегодня собирается и хранится один из самых ценных активов любой компании – информация о ее клиентах. «По сути, все производители систем для контактных центров сегодня предлагают решения, позволяющие работать с такой информацией, – отметил Олег Кравченко (КРОК), – но далеко не все решения позволяют превратить информацию в знания». Эту задачу решает новый для ЦОВ класс информационных систем – Data Mining, который еще только начнет внедряться.

Использование более тонких аналитических ИТ-инструментов и ставка на интерактивное взаимодействие с пользователями должны помочь контактными центрами подняться на гребне третьей волны.

Александра КРЫЛОВА

От IQ – к AQ

Системы бизнес-аналитики вместе со всеми информационными технологиями наконец-то дождались своего часа: их необходимость осознали не только ИТ-отделы, но и бизнес в целом.

Интеллектуализация бизнеса находит отражение и в попытках создать для нее соответствующую метрику.

Переплетение современных тенденций развития ИТ и бизнеса и пути интеллектуализации последнего стали основными темами конференции IBM «Современные перспективы преобразования и развития». Как отметила Наталья Горина из компании Market-Visio (дистрибьютор Gartner в России, СНГ и Прибалтике), сейчас в мире и в России ценность ИТ для бизнеса, во всяком случае для большей его части, заметно выросла. Согласно опросам Gartner, в 2010 г. 31% компаний определяли вклад ИТ в достижение своих стратегических целей как «высокий» и «очень высокий», а в 2012 г. таковых стало уже 65%.

Чего же ждет бизнес от ИТ? Если перечислять в порядке важности, то это удержание и «развитие» существующих клиентов; привлечение и удержание талантов внутри компании; привлечение новых клиентов; построение и оптимизация бизнес-процессов. Иными словами, по мнению бизнеса, главные задачи ИТ-отделов – это получение информации о клиентах и управление знаниями о них. Отрадно, что ИТ-директора думают об этом точно так же, только приоритеты расставляют в другом порядке: сначала поддержка и обеспечение роста бизнеса, потом – привлечение и удержание клиентов, а затем – сокращение расходов, повышение эффективности работы компании. И здесь российские айтишники почти солидарны со своими западными коллегами, только на второе место они ставят повышение эффективности работы, а в остальном стратегические приоритеты у них совпадают с мировыми. Аналитики также отмечают рост понимания проблем бизнеса со стороны ИТ в России: в качестве главной цели своей работы российские ИТ-директора называют внедрение бизнес-процессов, направленных на развитие компании, на втором месте идет создание и управление гибкой ИТ-инфраструктурой, на третьем – улучшение управления ИТ и повышение эффективности управления процессами принятия ИТ-решений.

В течение последних трех лет главным технологическим приоритетом российских ИТ-директоров остается совершенствование систем бизнес-аналитики. В индустрии уже не первый год говорят о чуть ли не катастрофическом росте объемов данных различных форматов, которые поступают из самых разных источников. Компания Gartner, например, заявляет о том, что информация будет «нефтью» XXI века. Однако, как считает

директор IBM по бизнес-аналитике Юха Телио, такое определение создает обманчивое впечатление, что эти залежи информации легко превратить в деньги. Для того чтобы получить от разнородной информации выражаемую в деньгах пользу, ее необходимо должным образом обрабатывать и анализировать, а у большинства компаний работа с собственными данными пока находится на самом начальном, примитивном этапе: информация есть, но она либо вовсе не используется, либо используется лишь в малой части. Кроме того, опросы показывают, что треть руководителей компаний принимают решения на основе данных, которым они не доверяют, а половина руководителей говорят о том, что у них попросту нет всей необходимой для работы информации.

В качестве оценки возможностей анализа той информации, которая имеется у компаний, IBM и Google не так давно предложили коэффициент AQ (Analytics Quotient) – его можно сравнить с известным коэффициентом IQ (Intelligence Quotient), определяющим уровень интеллекта человека. AQ, со-

гласно определению, показывает реально используемую долю того информационного потенциала, который имеет компания (его еще можно назвать КПД использования бизнес-аналитики). Правда, в отличие от IQ, для которого можно определить количественное значение (с помощью нескольких давно разработанных методик), AQ пока носит качественный характер и выражается в весьма приблизительных уровнях зрелости.

В принципе и с точки зрения здравого смысла понятно, что компании, которые умеют получать полезную информацию из накапливаемых «сырых» данных, т.е. имеют высокий AQ, обладают конкурентными преимуществами по сравнению с теми, кто этого не делает. IBM вместе с одной американской бизнес-школой даже провела исследование, которое показало, что компании, интегрировавшие средства бизнес-аналитики в свои повседневные бизнес-операции, в 84% случаев занимают верхние строчки рейтингов в своих областях рынка.

Да, коэффициент AQ пока не имеет численного выражения (а возможно, никогда и не будет иметь), но, по мнению Ю. Телио, главная задача AQ – показать компании, что она может и должна работать гораздо лучше, чем работает сейчас, и задать ей направление развития средств бизнес-аналитики.



Ю. Телио: «Информация может стать врагом, если не научиться управлять ею»

Евгения ВОЛЫНКИНА

Интернет для изобретателей

Томская область – на одном из первых мест в России по количеству студентов на душу населения. Еще это край изобретателей – в различных рейтингах инновационных регионов он занимает первое место. Передовые позиции у области и по уровню интернетизации населения – на конец 2011 г. к Интернету было подключено практически 50% домохозяйств.

Да и уровень телефонной плотности в регионе – один из самых высоких по России. В целом объем доходов от услуг связи в Томской области в 2011 г. составил 7,2 млрд руб. – это 42-е место среди субъектов РФ.

Сейчас в регионе активно развивается мобильный Интернет – это отмечают сотовые операторы, коих в области насчитывается пять. Кроме большой тройки в **сотовом бизнесе** здесь работают Tele2 и «Сибирьтелеком», предоставляющий услуги связи в стандарте CDMA под торговой маркой Wellcom.

В свое время бурное развитие **широкополосного доступа в Интернет** в Томской области началось благодаря такому интересному явлению, как Тонет. Тонет – это сегмент Рунета в масштабе региона, своеобразная локальная сеть, в которой плата за внутренний интернет-трафик минимальна. Тонет зародился в конце 90-х благодаря гранту фонда Сороса, на средства которого была построена сетевая инфраструктура, объединяющая многочисленные томские вузы и НИИ. Позже к этой инфраструктуре стали подключаться домашние сети и локальные провайдеры.

В настоящее время более половины из 189 тыс. домохозяйств области, подключенных к Всемирной сети, обслуживаются местными альтернативными провайдерами. Порядка 38% совокупной абонентской базы принадлежит «Ростелекому». Игроки федерального масштаба пока занимают скромные позиции, заметные доли есть только у ТТК и «ВымпелКома», развивающих свои сети в регионе с 2009 г. В 2011 г. в Томск пришел еще один крупный провайдер – «ЭР-Телеком».

Крупнейший региональный провайдер Томской области – «Томтел». Компания работает на рынке с 2001 г., предоставляет услуги кабельного телевидения и доступа в Интернет по технологиям DOCSIS и Ethernet в Томске и Северске. Провайдер объединяет несколько приобретенных в разное время домашних сетей, обслуживая в общей сложности четверть абонентской базы ШПД в регионе. В городах своего присутствия «Томтел» – лидер рынка по количеству ШПД-абонентов. С 2011 г. он входит в альянс с кемеровским «Е-Лайт Телекомом» и новосибирским «Новотелекомом», заявленная цель которого – создание объединенной компании для работы в масштабах СФО.

Еще один местный провайдер с солидной абонентской базой – компания «Новые Телесистемы», также работающая в Томске и Северске. В ее продуктовом портфеле – услуги КТВ, интернет-доступа и телефонной связи.

Стоит упомянуть и Информационно-компьютерный центр «Оберон Плюс» – крупного провайдера Се-

верска, обслуживающего порядка 25% абонентов ШПД в этом городе.

К слову, в Северске примечательна также «Северская телефонная компания» – единственный крупный альтернативный оператор **проводной телефонии** в регионе, в сети которого насчитывается свыше 20 тыс. квартирных абонентов. 90% из 278 тыс. телефонных линий, установленных у частных лиц в Томской области, принадлежит «Ростелекому».

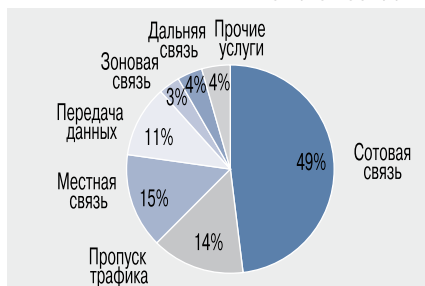
Структура рынка ШПД Томской области по количеству абонентов



Что касается регионального рынка широкополосного доступа, монополия ему пока не грозит. Согласно исследованию 2ГИС (сервис электронных справочников), Томск признан лидером среди российских городов по количеству интернет-провайдеров на 100 тыс. жителей. Услуги интернет-доступа в городе предлагают в общей сложности 42 компании (восемь провайдеров на 100 тыс. томичей). Процессы консолидации, конечно, неизбежны, но в Томске они пока идут несколько медленнее, чем в других российских городах.

Дежурный по рубрике аналитик iKS-Consulting
Юлия ФЕДОРОВА

Структура рынка услуг связи Томской области





23–24 мая в Ницце (Франция) пройдет 8-я ежегодная конференция **Datacentres Europe 2012**.

В фокусе мероприятия этого года будут энергоэффективность, модернизация, управление инфраструктурой ЦОДов, применение облачных технологий и конвергенция. Будут также рассмотрены ситуация на рынке услуг дата-центров, вопросы финансовой привлекательности проектов ЦОДов и возврата вложенных инвестиций.

В программу двухдневного мероприятия включены пять мастер-классов и отдельный тематический поток тренингов, на конференции выступят более 100 докладчиков. Важной частью мероприятия станет выставочная экспозиция, представленная более чем 70 экспонентами.

Организатор – BroadGroup.

www.datacentreseurope.com

выставки, семинары, конференции

Дата и место проведения, организатор, сайт	Наименование мероприятия
14–17.05. Москва. ЦВК «Экспоцентр»: www.sviaz-expocomm.ru	24-я Международная выставка телекоммуникационного оборудования, систем управления, информационных технологий и услуг связи «Связь-Экспокомм-2012»
17–19.05. Москва. Союз директоров ИТ России (Со-ДИТ), Фонд поддержки ИКТ: www.ciocongress.rucio.ru	Международный CIO Конгресс
22.05. Москва. Агентство PR Partner: www.prpartner.ru/pr-it	Конференция «PR в сфере IT»
23–24.05. Ницца, Франция. BroadGroup: www.datacentres2012.com	8-я конференция Datacentres Europe 2012
29–31.05. Алматы, Казахстан. ITE Moscow LLC: www.kitel.kz/ru	19-я Центрально-Азиатская международная конференция и showcase «Телекоммуникации и информационные технологии»
30–31.05. Москва. Positive Technologies: http://phdays.ru	Конференция Positive Hack Days
31.05. Москва. AHConferences: www.ahconferences.com	8-я конференция «ИТ-аутсорсинг. К SaaS-модели управления»
01–03.06. Санкт-Петербург. Санкт-петербургский клуб ИТ-директоров: www.spbcioclub.ru	Международный конгресс ИТ-директоров «Белые ночи»
05.06. Москва. SVM Media & Events Group: open-houseandoffice.com	Международный форум Smart House & Office, Open Innovations

Присылайте анонсы ваших мероприятий на www.iksprofi.ru

Еще больше на



7–8 июня в Москве (гостиница «Рэдиссон Славянская») состоится 8-й ежегодный бизнес-форум **«MoCO 2012 Мир мобильного контента»**, одно из ключевых событий в индустрии VAS.

Двухдневная программа конференции включает восемь сессий, где будут обсуждаться следующие темы:

- ▶ тенденции рынков мобильного контента;
- ▶ стратегии ключевых игроков на рынке мобильного цифрового контента;
- ▶ мобильные приложения и App Stores;
- ▶ игры и развлекательные приложения;
- ▶ стратегии операторов, контент-провайдеров и агрегаторов;
- ▶ мобильная коммерция;
- ▶ мобильная реклама;
- ▶ мультимедийный контент (музыка, видео).

В рамках бизнес-форума пройдет специальная программа «Mdday#moco 2012 Новый смысл мобильного контента», ориентированная на разработчиков контента и приложений для всех мобильных платформ, существующих и готовящихся к появлению на рынке. Программа Mdday#moco, рассчитанная на два дня, будет состоять из выступлений представителей индустрии, которые расскажут, что делают, как на этом зарабатывают и куда намерены сделать следующий шаг.

Организатор – компания Exposystems.

<http://www.moco-forum.ru>



26–28 сентября в Москве («Крокус Экспо», павильон №2) пройдет выставка **Infosecurity Russia**.

Главные темы ее деловой программы – сети, хранение данных, менеджмент информационной безопасности, непрерывность бизнеса, облачные сервисы и мобильные сервисы.

По итогам анкетирования посетителей выставки Infosecurity Russia. StorageExpo. Documation 2011 сформирована новая структура программы. Мероприятия Infosecurity Russia 2012 пройдут в трех залах: «Инфраструктура», «Менеджмент», «Облака и мобильность»; каждый из дней в каждом зале будет посвящен обсуждению одной темы.

В зале «Инфраструктура» 26 сентября проводится «День сетей» (Networks Day), 27 сентября – «День хранения данных» (Data Storage Day).

В зале «Менеджмент» 26 сентября пройдет «День информационных ресурсов и информационной безопасности» (Informational Sources and Information Security Management Day), 27 сентября – «День непрерывности бизнеса» (Business Continuity Management Day).

В зале «Облака и мобильность» 26 сентября состоится «День приложений, услуг и безопасности облачных технологий» (Cloud Applications, Services & Security Day), 27 сентября – «День приложений, сервисов и безопасности мобильных технологий» (Mobile Applications, Services & Security Day).

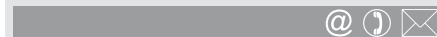
www.infosecurityrussia.ru



ВЫСТАВКИ, СЕМИНАРЫ, КОНФЕРЕНЦИИ

Дата и место проведения, организатор, сайт	Наименование мероприятия
06–09.06. Теплоход. «Национальная радиоассоциация»: www.nra.ru/conference/index_2012.html	12-я ежегодная конференция «Актуальные вопросы повышения эффективности использования национального радиочастотного ресурса»
07.06. Москва. AHConferences: www.ahconferences.com	5-я конференция «IT в нефтегазовом комплексе и энергетике»
07.06. Москва. «Ведомости»: www.vedomosti.ru/events/	Конференция «IT-стратегии бизнеса»
07–08.06. Москва. Некоммерческое партнерство «Инфофорум»: eurasia.infoforum.ru	8-й евразийский форум «Инфофорум-Евразия – 2012»
07–08.06. Москва. Exposystems: www.moco-forum.ru	8-й международный бизнес-форум «Мир мобильного контента. MoCO2012»
07–08.06. Казань. «ICL-КПО ВС», «НПО ВС»: www.itsecurityforum.ru	6-й ежегодный IT & Security Forum
14.06. Москва. Infor-media: www.infor-media.ru	Всероссийская конференция «Мобильный банкинг»
20.06. Москва. «Экспо-Телеком»: www.expo-telecom.ru	Конференция «Информационная безопасность в телекоммуникациях»
28.06. Москва. «Ведомости»: www.vedomosti.ru/events/	3-я ежегодная конференция «Государственные услуги. Электронное правительство»

www.iksprofi.ru

Ищите все мероприятия на ИКС-Профи.
Планируйте свое время

7 июня деловая газета «Ведомости» проводит в Москве (отель «Swissotel Красные Холмы») ежегодную конференцию **«IT-стратегии бизнеса»**, третью из цикла мероприятий «Информатизация бизнеса в России».

Основные темы конференции:

- Как изменились приоритеты российских компаний в сфере информатизации?
- Риски и вызовы консьюмеризации.
- Как обеспечить гибкость движения данных в сложноструктурных IT-системах? Консолидация платформ и ресурсов.
- Подготовка IT-системы к IPO.
- Виртуализация данных и безопасность: опыт компаний и экспертные мнения. Облачные кейсы.
- Как IT-проекты и связанные с ними изменения воспринимаются бизнес-пользователями? Как поддерживать их лояльность на всех этапах проектов?

К участию в конференции приглашаются СIO и директора по IT, руководители бизнеса, топ-менеджеры компаний – интеграторов и вендоров.

Тел. (495) 956-2536

Julia.Nikolaeva@vedomosti.ru

www.vedomosti.ru/events



7–8 июня в Москве (здание правительства Москвы,

Новый Арбат, 36) пройдет 8-й евразийский форум информационной безопасности **«Инфофорум-Евразия»**, где будут обсуждаться международные аспекты

информационной безопасности и трансграничного информационного взаимодействия. В форуме участвуют представители стран СНГ, ОДКБ, ШОС, обсуждающие общие технологические и гуманитарные проблемы обеспечения ИБ.

Главные темы форума в 2012 г.:

- ▶ Е-торговля и i-банкинг: практика противодействия киберпреступности.
- ▶ Критические важные объекты инфраструктуры в ТЭК и других отраслях промышленности.
- ▶ Аппаратно-программные комплексы для обеспечения правопорядка и безопасности в общественных местах.
- ▶ Электронное здравоохранение: базовая информатизация, модернизация, защита персональных данных.
- ▶ Электронный регион: СМЭВ, УЭК, ЦОДы.
- ▶ Облачные технологии для государства и бизнеса.
- ▶ Глобальные социальные сети и угрозы безопасности.
- ▶ Подведение итогов общероссийской акции «Информационная безопасность для всех».

Организаторы – Комитет Госдумы по безопасности и противодействию коррупции, некоммерческое партнерство «Инфофорум».

<http://eurasia.infoforum.ru>

14–17 мая в Москве в рамках выставки «Связь-Экспокомм-2012» («Экспоцентр на Красной Пресне») будет организована ежегодная экспозиция инфокоммуникационных технологий **WIC (World. Information. Communications)**.

Тематика экспозиции WIC в этом году – «Цифровой мир». Лидеры индустрии массовых коммуникаций и IT продемонстрируют продукты и услуги, рассчитанные на широкую аудиторию и оказывающие влияние на повседневную жизнь человека, представят прототипы инновационных решений и технологий.

С каждым годом расширяется деловая программа выставки. В прошлом году она включала более 240 мероприятий, среди них такие значимые, как Совет по массовым коммуникациям и итоговое заседание коллегии Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, Второй российский форум по управлению Интернетом (RIGF) и вручение наград «Лучшие 10 IT-проектов для госсектора».

В 2011 г. свои разработки на WIC представили около 150 лидеров индустрии, с экспозицией ознакомились 35 500 специалистов.

Организатор – компания «Евроэкспо-Комм» при участии Минкомсвязи РФ.

Тел. +7(495) 925-6561/62

<http://worldinfocomm.ru/>