

Телеком

www.kommersant.ru

Четверг 13 марта 2008 №40 (№3857 с момента возобновления издания)

Социальные неприятности

онлайн-общение

Аудитория социальных сетей России перевалила за 10 млн человек. На этих сайтах пользователи охотно раскрывают максимум информации о себе: инициалы, возраст, хобби, пристрастия, образование и любимые заведения. В ряде случаев за такую социальную активность приходится дорого платить. Какие неприятности поджидают неосмотрительных пользователей социальных сетей, разбирается корреспондент «Ъ-Телеком» **ОКСАНА ЗОТИКОВА**.

Популярность социальных сетей среди российских интернет-пользователей привела к тому, что во многих компаниях доступ к ним закрыт наряду с сервисом мгновенного обмена сообщениями — ICQ. Например, сотрудники крупнейшего российского производителя компьютеров Kraftway не могут в рабочее время общаться в социальных сетях. Заблокирован доступ на эти порталы и во многих банках, таких как Альфа-банк, UniCreditbank и Citibank. Но в некоторых компаниях времяпрепровождение в социальных сетях уже стало частью рутинной работы, которая может обернуться неприятностями для многих пользователей порталов.

Их разыскивает коллектор

Пожалуй, первой группой людей, которые пострадали от регистрации в социальных сетях, стали недобросовестные заемщики. С развитием социальных сервисов коллекторские агентства, занимающиеся розыском скрывающихся должников, получили удобный, а главное, бесплатный инструмент для своей работы. «В месяц к нам поступает запрос на 5–6 тыс. должников. Из них в социальных сетях мы находим 10–20 человек. Злостных неплательщиков, которые скрываются от банков, примерно 10% от всех должников, из них не так уж много имеют аккаунты в социальных сетях», — говорит Николай Иванов, начальник отделения финансового коллекторства центра ЮСБ.

Коллекторы отмечают, что недобросовестные заемщики не идут с ними на контакт, часто меняют места работы и номера телефонов. В социальных сетях они, напротив, расслаблены и готовы к общению. (Окончание на стр. 26)

В конце прошлого года в продаже появился первый в мире российский навигатор, работающий одновременно с двумя системами — американской GPS и отечественной ГЛОНАСС. Устройство, получившее мощную PR-поддержку, до сих пор невозможно найти в магазинах. Разработчики уверяют, что до конца года в продажу поступят около полумиллиона навигаторов. Впрочем, потребительские перспективы проекта неочевидны: навигаторы громоздки, исчерпывающих карт нет, а спутники ГЛОНАСС не покрывают даже территорию России.

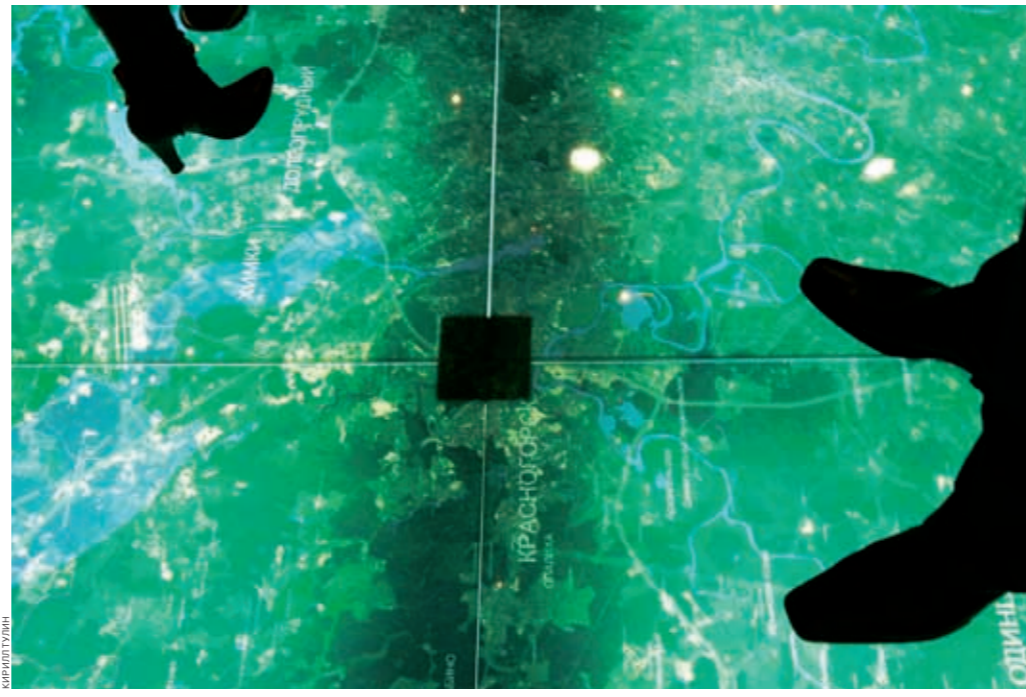
ГЛОНАСС материализовался

ТЕХНОЛОГИИ

Официально сообщалось, что в декабре 2007 года в продажу поступило 1000 новых приемников ценой около 12 тыс. руб., которые, по словам первого вице-преьера Сергея Иванова, раскупили за 20 минут. На практике же, как говорят в НИИ космического приборостроения (НИИ КИП, разработчик Glospace), большая часть устройств разошлась в виде подарков чиновникам. Косвенным тому подтверждением служат жалобы несостоявшихся покупателей, которым после заказа навигатора в магазине «ИОН» (с которым у НИИ КИП заключен договор) сообщали, что «поступившая партия останется в магазине как опытный образец».

В этом году планируется выпустить 400–500 тыс. навигаторов Glospace, сообщил в феврале главный конструктор НИИ КИП Юрий Королев (хотя еще год назад Российский институт радионавигации и времени оценивал потребность в приемниках ГЛОНАСС на ближайшее время в 1 млн шт.). По словам господина Королева, реализация плана потребует примерно 200 млн руб. инвестиций. Более того, цена устройства поднимется, поскольку, как отметил Юрий Королев, первая партия Glospace продавалась в убыток. Сейчас Glospace стоит около 12 тыс. руб., сопоставимые по характеристикам азиатские приемники стоят примерно столько же.

Платить больше, казалось бы, есть за что. Во-первых, устройство поддерживает два стандарта, а значит, обеспечивает большую точность навигации — по крайней мере, в перспективе, когда сама система ГЛОНАСС станет полноценной навигационной системой. Во-вторых, Glospace примечателен тем, что его можно использовать для просмотра фильмов, фотографий и для прослушивания цифровых записей. Кроме того, можно играть во встроенные игры. Автонавигатор оснащен 7-дюймовым цветным сенсорным дисплеем, процессором мощностью 400 МГц и встроенным MP3/MPEG4 плеером (поддерживает форматы AVI, DIVX, MPEG-4, MP3, OGG, MKV,



МКА). Также к нему можно подключать внешние устройства (например, внешний жесткий диск). Разъем мини-USB позволяет подключить навигатор к компьютеру. Он поддерживает карты памяти SD (в комплектации идет карта на 512 Мб) и работает под управлением ОС Microsoft Windows CE 5.0.

Устройство теоретически позволяет получать данные о пробках на дорогах. Правда, для реализации этой опции придется купить пейджер Smilink, отображающий ситуацию на дорогах в реальном времени, и платить за пользование услугой примерно 200 руб. в месяц. В самом «Смилинке» осторожно говорят, что предусмотренная Glospace «техническая возможность» в реальности пока не работает. Впрочем, «доводок» новому навигатору, очевидно, предстоит еще много: не исключено, что именно поэтому его не торопят производить в больших количествах.

Из собственно навигационных недостатков можно отметить то, что в устройстве пока закачаны лишь карты Москвы и Московской области («ПалМПС ГЛОНАСС/GPS»). Разработчик «Киберсо» в начале года обещал, что карта России появится в первом квартале. Не слишком радует и отсутствие у устройства собственной батареи — это значит, что оно должно быть постоянно подключено к сети, например, через переходник автомобильного прикуривателя. Главная же претензия избалованного компактными и экономичными GPS потребителя заключается в громоздкости российского (или условно российского — ведь экран и процессор здесь используются корейские) устройства.

Повысить продажи за счет цены тоже не удастся, ведь ее имеет смысл снижать при больших объемах производства. А об этом речи пока не идет. «Киберсо», по словам генерального директора Валерия Золоторева, вы-

пустила к настоящему моменту партию в 2000 автонавигаторов и планирует производить 1000 устройств в месяц. Кстати, предполагается их усовершенствовать — за счет встроенной антенны, автономного питания и нового форм-фактора.

В зеленоградском заводе «Микрон» считают наиболее перспективным промышленное применение GPS+Glonass-навигаторов — на транспорте и в геологоразведке, поскольку они более надежны и помехоустойчивы. «На потребительский рынок можно выйти только при условии близости цены двухсистемных и односистемных (GPS) навигаторов, ведь для автомобилиста нет большой разницы между просто GPS и GPS+Glonass, а производители GPS-чипов могут снизить цену за счет массовости», — объясняет Карина Абагян, менеджер «Микрона» по маркетингу. — Под нашу технологию 0,18 мкм навигатор будет включать чипы навигационного процессора и приемного устройства; когда будет освоена технология 90 нм (0,09 мкм), эти компоненты будут объединены в систему на чипе, что делает навигатор мощнее и дешевле».

Отечественные производители не спешат налаживать производство навигаторов ГЛОНАСС, поскольку не ожидают большого спроса на них. «Торопиться пока не стоит», — говорит Карина Абагян, — так как рынок появится только после запуска дополнительных спутников, когда на большей части России сигналы ГЛОНАСС будут доступны без перерывов. Для точного определения координаты в идеале нужны сигналы восьми спутников». Но система все еще находится в стадии развертывания — и в космосе, и на Земле. Перевод в электронный формат карт России, которые будут загружаться в навигаторы, только начинается. Да и вообще неясно, нужно ли устройствам российского производства бороться за уже освоенный иностранцами потребительский рынок — может быть, следует сразу ориентировать их на потребности госструктур.

(Окончание на стр. 26)

26
страница

Как создать свой Google

27
страница

Тест антивирусов: Россия лидирует

30
страница

Мобильные приставки: что выбрать

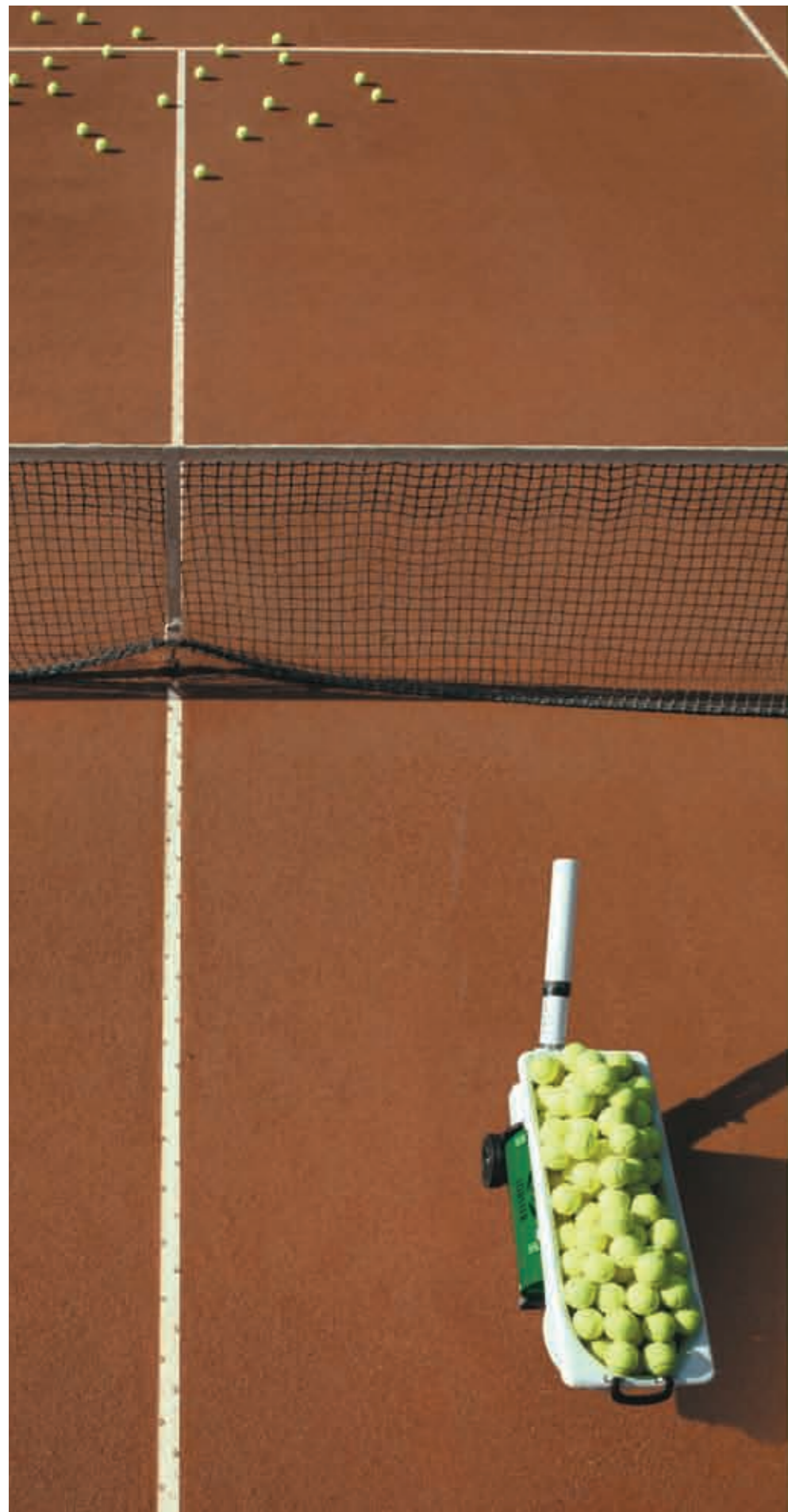


31
страница

Каким будет DVD будущего

32
страница

Школьный Linux: тест пройден



Подача во все стороны...

Услуга «СМС-Информ»

Вам нужно срочно связаться с клиентами? Сообщить об акции или специальном предложении? Или Вам важно знать, что они думают о Вашей компании? А может Вы просто хотите поздравить кого-то из них с днем рождения? Список вопросов можно продолжать бесконечно. Ответ один — новая услуга для корпоративных клиентов МегаФон — «СМС-Информ»!

С услугой «СМС-Информ» Ваша компания сможет организовывать массовые или индивидуальные СМС-рассылки. Для отправки важной или просто приятной информации достаточно одной подачи. Мы знаем, что Ваши клиенты — это самое дорогое, что у Вас есть. Мы заботимся о том, чтобы Ваши отношения с ними только укреплялись.

Лицензии №№10010, 13282, 14404, 15002, 15409, 15410, 15411, 15412, 16338, 20377 Министерства РФ по связи и информации. Подробности - в офисах продажи обслуживания и на сайте www.megafon.ru. На правах рекламы

звонки по России на этот номер - бесплатно
8 800 333 0500

