

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 ждут неосмотрительных пользователей социальных сетей, разбиралась 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.

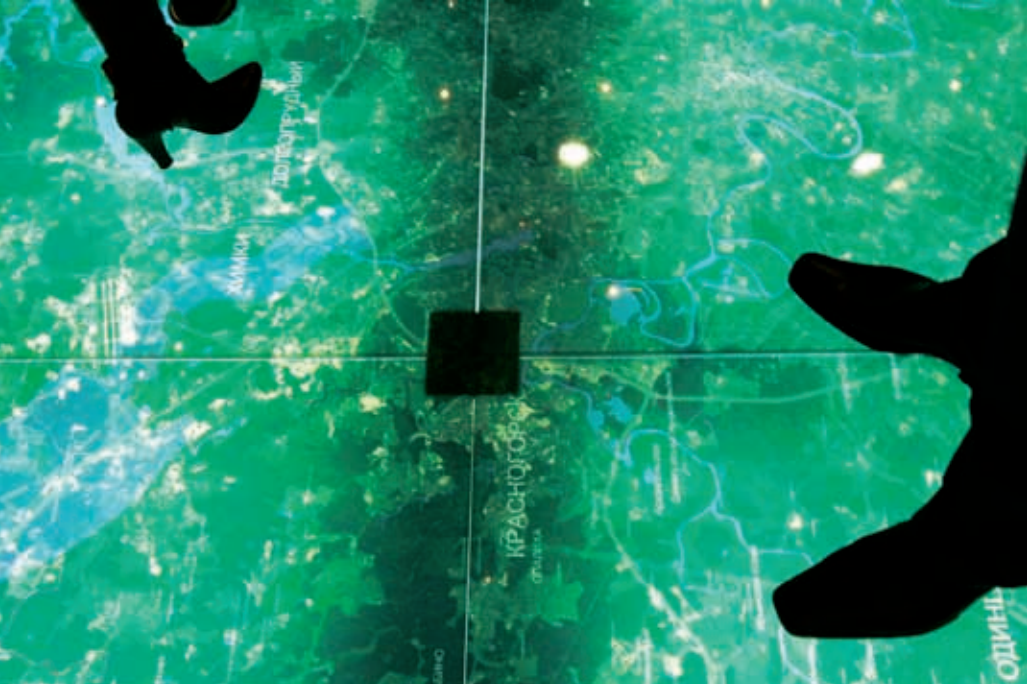
ГЛОНАСС материализовался

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 подключить внешние устройства (например, внешний жесткий диск). Разъем мини-USB позволяет подключать 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 устройство пока закачаны лишь карты Москвы и Московской области («ПалмГис 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 Золотерева, вы-

пустила к настоящему моменту партию в 2000 автонавигаторов и планирует производить 1000 устройств в месяц. Кстати, предполагается их усовершенствовать — за счет внутренней 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

Как создать свой Google

27

Тест антивирусов: Россия лидирует

30

Мобильные приставки: что выбрать



31

Каким будет DVD будущего

32

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



МЕГАФОН
Будущее зависит от тебя

телеком

Инвестор спешит на помощь

интернет-бизнес

По итогам 2007 года объем российского рынка вложений в интернет-проекты оценивается в \$60–75 млн. С приходом институциональных инвесторов российский рынок получит мощный толчок, и к 2010 году объем вложений может увеличиться до \$200 млн. Пока большая часть российских интернет-проектов является клонами западных интернет-сервисов. Впрочем, в скором будущем ожидается появление инновационных продуктов, разработанных отечественными компаниями.

Кольбель для гигантов

Как правило, большая часть стартапов (новых проектов) спустя пару лет после появления уходит с рынка. 50% не оправдавшихся инвестиций для венчурного фонда, инвестирующего в проект, считается нормальным показателем. Интернет-разработчики утверждают, что около 80% новичков покидают бизнес на начальном этапе. Впрочем, примеров успешных стартапов тоже достаточно. Стоит вспомнить, как начиналась история поисковика Google. Основав компанию в 1998 году, Сергей Брин и Ларри Пейдж сумели привлечь только \$1 млн, но ко второму кварталу 1999 года финансисты поверили в перспективность проекта. За счет ряда частных инвесторов и крупных инвестиционных фондов, среди которых значились и Sequoia Capital, основателям Google удалось привлечь около \$25 млн.

Еще один пример удачных вложений: люксембургский инвестфонд Mangrove Capital Partners (MCP) поверил в перспективность сервиса IP-телефонии Skype и инвестировал в 2003 году в проект \$1,9 млн. Затраты MCP окупились сполна: в 2005 году Skype был приобретен интернет-аукционным eBay за \$2,6 млрд. Таким образом, MCP заработал на Skype \$180 млн, вошел в пятерку самых доходных фондов и получил мировую известность.

Успешные интернет-проекты все активнее скаупают лидеры рынка. Так, Yahoo потратил на покупку агентства интернет-рекламы BlueLithium более \$300 млн, а за \$350 млн приобрел никоем не известную компанию Zimbra, разработчика почтовой системы, осуществляющей контекстный поиск. Компания Google в 2006 году приобрела израильский iRows, который сделал интернет-аналог Microsoft Excel.

Впрочем, западные эксперты опасаются, что на американском интернет-рынке вновь надуетесь «мыльный пузырь», аналогичный тому, который, лопнув в 2000 году, лишил миллиардов долларов веривших в интернет инвесторов. Быстрый рост интернет-компаний, рекордные инвестиции в стартапы, многомиллиардные поглощения — все это указывает на очередной бум, который может закончиться весьма плачевно. Только за первое полугодие 2007 года

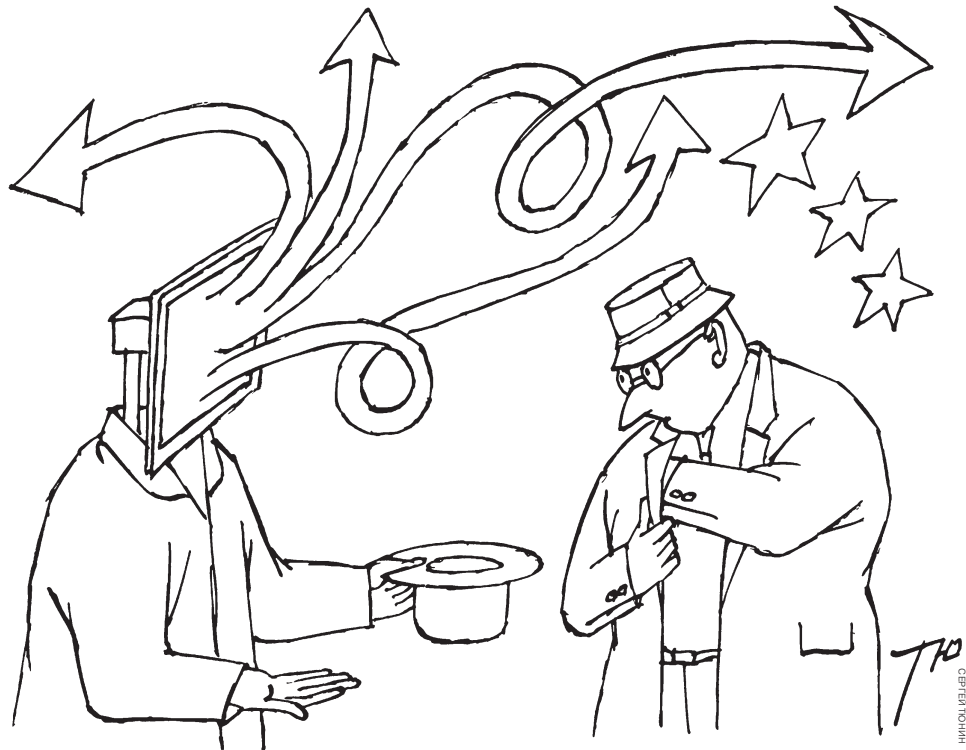
объем средств, выданных венчурами, вырос на 9% по сравнению с предыдущим годом. В США за первые два квартала 2007 года американские венчурные фонды инвестировали в интернет-проекты \$14,5 млрд.

Фонд в помощь

В России масштабы вложений в инновационные интернет-проекты существенно меньше, чем на Западе. По оценкам ИК «Финам», инвестиции в стартапы в сферах интернета и разработки софта в 2006 году составили порядка \$20–25 млн. По итогам 2007 года эксперты оценивают объем этого рынка в \$60–75 млн. С приходом институциональных инвесторов российский рынок получит мощный толчок, и к 2010 году объем вложений может увеличиться до \$200 млн.

Инвестиционные фонды, которые один за другим стали появляться на российском рынке, готовы взращивать интернет-гигантов на российской почве. Люксембургский MCP уже инвестировал в развитие поисковой системы Quintura порядка \$1,5 млн. В мае прошлого года MCP и российский фонд ABRT Ратмира Тимашева и Андрея Баронова объявили, что в рамках партнерской программы намерены инвестировать в стартапы в сферах интернета и разработки программного обеспечения в странах Восточной и Центральной Европы, в том числе в России. Господин Тимашев заявлял тогда, что в течение года MCP и ABRT планируют инвестировать в совместные проекты до \$20 млн. В апреле 2007 года американская компания Cisco объявила о начале венчурного финансирования IT-стартапов в России. В декабре прошлого года фонд Russian Media Ventures, созданный акционерами Video International, зарегистрировал «интернет-инкубатор» Inventure. Фонд намерен инвестировать в стартапы «десятки миллионов долларов» и планируют выйти на окупаемость в 2011 году. Инвестициями в проекты на ранней стадии занимаются также Embria, Ruvento, ИК «Финам», которая в настоящее время финансирует восемь стартапов, названия которых пока не оглашаются.

Впрочем, сами инвесторы отмечают, что на рынке венчурного финансирования России сейчас нездоровая ситуация:



денег много, а проектов мало. А без помощи фондов, инвестирующих в стартапы, выживает в лучшем случае один из десяти проектов. Каким же должен быть интернет-стартап, чтобы венчурный фонд по достоинству оценил его перспективы и дал средств на дальнейшее развитие?

Венчур на вечер

«Набор качеств зависит от требований фонда. Как правило, они требуют, чтобы участники команды имели опыт реализации интернет-проектов на уровне создания и руководства, а сами проекты имели оригинальную концепцию или предусматривали клонирование какой-то разработки, доказавшей свою успешность на других рынках», — говорит директор центра инвестиций в высокие технологии ИК «Финам» Элина Юрина. «Фонды оценивают предложенные проекты с одной точки зрения: какую доходность они смогут получить. Как правило, фонды прибегают к услугам людей, которых считают компетентными в онлайн-бизнесе. Эти люди отслеживают текущие и будущие тренды, после чего дают рекомендации, куда стоит инвестировать, а куда нет. То, что проект пойдет, можно только предвидеть, но просчитать наверняка невозможно», — добавляет генеральный директор Russian Media Ventures Кирилл Лыско.

Механизм работы фондов со стартапами выглядит примерно так: к инвесторам приходит команда с определенным продуктом или идеей, которую готова развивать. Если это интернет-проект, то хорошо, если разработчики приносят альфа-версию продукта, которая уже тестируется в сети. Инвесторы смотрят, какова потенциальная посещаемость проекта, ведь именно от этого показателя зависит будущая стоимость актива. Помимо демонстрации самого продукта разработчику следует представить бизнес-

план проекта, в котором необходимо отразить перспективы развития рынка предлагаемого продукта или услуги, потенциальную аудиторию, конкурентные преимущества продукта, описать технологию продукта, управляющую команду, бизнес-модель, стратегию продвижения и т. п.

За рубежом отбор стартапов поставлен на поток. Например, MCP приглашает начинающую компанию в штаб-квартиру в Люксембурге, после чего семь партнеров фонда должны единогласно одобрить проект. Затем составляется протокол, в котором MCP излагает свои условия сотрудничества. Как правило, протокол получают 15 из 1500 компаний, обратившихся в фонд. Далее между фондом и командой проекта подписывается соглашение об эксклюзивном сотрудничестве и отказе от переговоров с другими фондами на два месяца. За это время инвесторы смогут изучить проект, и если они подтверждают ожидания MCP, то фонд выделяет средства. За год инвестиции получают не больше пяти компаний.

По словам госпожи Юриной, из 30 стартапов, обращающихся в «Финам», инвестиции получают всего один. Сроки рассмотрения проекта в России примерно те же, что и на Западе. По свидетельству Кирилла Лыско, с того момента, как разработчики приносят идею, до выделения инвестиций проходит два-три месяца. При этом, отмечает госпожа Юрина, в России в стартап вкладывается не больше \$1 млн, а чаще \$300–500 тыс. «Однако может быть предусмотрено дополнительное финансирование после того, как проект выйдет на определенный уровень», — говорит она. «На ранней стадии проекты могут получить порядка \$100–500 тыс. — этого достаточно, чтобы продвигнуться и привлечь первых партнеров», — полагает партнер фонда Ruvento Елена Масолова. Однако, по ее словам, ча-

сто у людей есть продукт, но нет понимания бизнеса, они не могут грамотно построить модель работы. «И здесь на помощь приходит инвестфонд. Мы можем помочь в знакомстве с партнерами, с маркетинговой стратегией, с подбором менеджмента для управления». По словам директора по инвестициям венчурного фонда ABRT Николая Митюшина, Mangrove помогает стартапам правильно позиционировать инновационный продукт, вывести на рынок свое предложение. «На начальном этапе Inventure предоставляет проектам разнообразные сервисы — маркетинговые, юридические и финансовые. Однако дальше этот проект должен существовать как самостоятельное предприятие», — говорит Кирилл Лыско.

Обязательным пунктом договора с инвестфондом является его вхождение в акционерную структуру компании. По словам Елены Масоловой, доля Ruvento в стартапе составляет 10–40%. «Понятно, что впоследствии, когда приходят другие инвесторы, доля фонда, финансирующего проект на начальном этапе, размывается». «Inventure, как правило, оставляет за собой контрольный пакет, а доля инициатора проекта в итоге может достигать 40%. Все зависит от того, какую доходность обеспечивает инициатор проекта», — уточняет Кирилл Лыско.

Copy-Paste Projects

Определить, будет ли успешным тот или иной интернет-проект, не возьмется никто, однако назвать примерные направления для инвестиций можно. На первом месте пока инвестиции в социальные сети. «После того как появились проекты „Одноклассники.ru“ и „ВКонтакте.ru“, все хотят повторить их успех, создав свою собственную соцсеть», — рассказывает господин Митюшин. «Рунету» необходим конструктор тематических соцсетей, поэтому мы инвестируем в проект „Все в теме“. Это своеобразный инкубатор для социальных сервисов, где каждый пользователь может построить собственную социальную сеть по интересам, например музыкальным, или профессиональным сообществом». По словам господина Митюшина, проект «Все в теме» сделан по аналогии с конструктором соцсетей Ning.com, придуманным сооснователем компании Netscape Марком Андрессоном. Ning набирает все большую популярность: сейчас на портале существует примерно 200 тыс. тематических соцсетей.

Еще одно перспективное, по мнению инвесторов, направление для вложений — агрегаторы онлайн-магазинов. В рунете есть «Яндекс.Маркет» и Price.ru, но они не так удобны, как, например, британский Shopping.com, считает Николай Митюшин. На Shopping.com пользователь может сравнивать в онлайн-режиме цены на товары в разных интернет-магазинах. Shopping.com берет плату с интернет-магазина, если пользователь использует ссылку на магазин, размещенный в каталоге Shopping.com. А Елена Масолова добавляет: «Существующие онлайн-магазины с их ка-

талогами и поиском не слишком удобны для пользователей. Но если сделать хороший поисковый механизм, а каталог товаров в трехмерном, объемном формате (3D), то у покупателя будут совсем другие ощущения. Думаю, что это может заинтересовать». Господин Митюшин напоминает, что в ближайшее время все компании, осуществляющие перевозку пассажиров, должны перейти на использование электронных билетов. «В России до сих пор нет единой системы, в которой человек мог бы приобрести билеты в любом городе, забронировать гостиницу в любой точке земного шара, арендовать машину», — отмечает он. Поэтому в рунете было бы интересно развивать проект, похожий на Travelocity.com. Компания Travelocity является мировым лидером онлайн-выходных посреднических туристических услуг, у нее есть партнерские соглашения с сотнями авиакомпаний, гостиничных комплексов, агентств по прокату автомобилей и туристических компаний.

По мнению инвесторов, интересный для вложений сегмент интернет-рынка — онлайн-игры. Елена Масолова рассказывает, что сейчас российские программисты создают аналог Second Life (SL). SL — это частный трехмерный виртуальный мир, который создан компанией Linden Lab, расположенной в Сан-Франциско и основанной Philip Rosedale. «В ходе игры пользователи могут развлекаться различными мини-играми, общаться друг с другом, взаимодействовать с окружением и свободно перемещаться по игровому миру», — говорится в «Википедии». В Second Life есть также валюта под названием Linden Dollar, которую можно получить, обменяв на настоящие деньги. По сообщению Linden Lab, в конце февраля количество активных пользователей (тех, кто провел в Second Life хотя бы 60 минут за одно посещение в течение 60 дней) составило 1,353 млн человек. «В российском аналоге более качественная 3D-графика, чем в SL, и движок, который позволяет пользователю создавать свой мир», — отмечает госпожа Масолова.

Интересных идей в России достаточно, но все они похожи на популярные западные интернет-сервисы, признают инвесторы. Интересные проекты в России есть, но они на 80% состоят из клонов уже существующих на Западе компаний. Именно поэтому инвестору нередко проще вложить \$300–500 тыс. в создание собственного клона, чем покупать чужой за \$3–5 млн. «Новых форматов и жанров российских разработчиков пока не придумывают — есть только новые решения. Ничего удивительного в этом нет», — считает Кирилл Лыско. «До сих пор на исследовательские работы не выделялось достаточного количества средств. Но сейчас на российском интернет-рынке выросли компании, которые готовы вкладывать в исследования. Поэтому в скором будущем стоит ожидать появления инновационных продуктов, разработанных отечественными компаниями».

Александра Ходонова

Социальные неприятели

онлайн-общение

(Окончание. Начало на стр. 25)

Нередко коллекторы вступают в переписку с друзьями или одноклассниками должника, чтобы получить о нем больше информации. Самый распространенный способ разговорить собеседника, признается Николай Иванов, представляющий известный другим или товарищем из параллельного класса. Иногда доходит и до того, что коллекторские агентства вступают в контакт с должником, зарегистрированным в соцсети, представляясь прекрасной блондинкой и называя романтическое свидание. «Попытки под видом красивых женщин разоблачить должников встречаются. Но это скорее единичные случаи, нежели система», — утверждает Алексей Пешков.

Еще один способ найти человека через социальные сети — узнать номер его ICQ. При передаче файла через «аску» можно вычислить IP-адрес пользователя. Это, в свою очередь, позволит узнать провайдера, который он пользуется, и, следовательно, физический адрес, с которого он выходит в интернет.

Впрочем, выйти на должника через одну из социальных сетей, популярных в России, — нелегкая задача даже для опытного коллектора, признаются участники рынка. Задача несколько облегчается, если человек зарегистрирован под своим именем и фамилией. Впрочем, анкеты людей с фамилией Иванов, Сидоров, Петров можно просматривать в течение нескольких дней. Если же пользователь зарегистрирован под вымышленным именем, поиски еще более осложняются, и приходится выходить на его одноклассников.

Сами создатели социальных сетей отрицают, что сотрудничают с коллекторскими агентствами. «Лично у меня, как и у большинства сотрудников, доступа к базе данных нет», — говорит создатель «Одноклассники.ru» Альберт Попков. — Несколько раз были попытки хакеров взломать нашу систему, но у нас работают очень сильные профессионалы, так что база надежно защищена».

Модераторы социальных сетей действуют в соответствии с правилами пользования, опубликованными на сайтах. К примеру, на сайте «Одноклассники» сбор, хранение, использование, распространение

и другие действия в отношении данных пользователей запрещены. Модераторы портала «ВКонтакте.ru» удаляют аккаунты пользователей, использующих социальную сеть в коммерческих целях.

В бюро кредитной безопасности «Русскоколлектор» нет статистических данных о количестве человек, которых удалось найти через социальные сети. Однако, по словам председателя совета директоров «Русскоколлектор» Алексея Пешкова, коллеги часто обмениваются информацией о том, как вышли на первичный контакт с должником.

Социальное пятно на репутации

Британские хедхантеры утверждают, что излишнее внимание к социальным порталам, таким как Myspace или Facebook, может стоить хорошему специалисту карьеры. По данным ведущей рекрутинговой компании Англии Badenoch & Clark, исследования влияния социальных сетей на карьеру, проверка информации о соискателях через социальные сайты стала для отделов кадров обычным делом. 62% руководителей отделов зарегистрированы в социальных сетях специально для того, чтобы собрать максимум информации о возможных кандидатах на вакансии.

Каждый пятый работодатель в Великобритании ищет информацию о соискателях через подобные сайты — эти данные содержатся в недавнем исследовании сайта по трудоустройству Viadeo. Более половины работодателей принимали решение о трудоустройстве соискателей под влиянием информации, опубликованной на их личных страницах в соцсетях, а четверть руководителей компаний отказали кандидатам именно потому, что их не устроило содержание анкет.

В коллекторских агентствах нередко при приеме на работу проверяют людей по социальным сетям. Начальник отдела финансового коллекторства центра ЮСБ Николай Иванов рассказывает, что все сотрудники их компании проходят комплексную проверку. «Для коллектора абсолютно не важно наличие высшего образования. Мы обращаем внимание на то, как человек ведет себя в различных ситуациях, умеет ли поддерживать беседу, конфликтный ли он, много ли у него друзей. Через социальные сети очень легко просмотреть круг общения соискателя работы», — объясняет Николай Иванов.

Монетизация аудиторий

Один из интересных способов заработать на многомиллионной аудитории социальных сервисов придумал интернет-холдинг «Яндекс», который первым предложил сетям заключить соглашения о доступе к базам данных пользователей. Реализация этого механизма позволит показывать пользователям рекламу с учетом их пола и возраста (услуга так называемого социально-демографического таргетинга для рекламодателей).

Впрочем, владельцы социальных сетей утверждают, что не станут зарабатывать таким образом. «Мы не используем дополнительные данные о наших зарегистрированных пользователях, чтобы „кормить“ их рекламой», — уверяет Альберт Попков.

Некоторые социальные сети на Западе зарабатывают за счет продажи базы данных пользователей рекрутинговым компаниям. Российские коллеги утверждают, что это не наш путь. «Мы ни с кем не хотим делиться нашей базой данных, потому что дорожим нашими пользователями. Так делают лишь те компании, которые не могут заработать на другом», — говорит господин Попков.

Как заработать «на другом», показывая крупнейший российский сервис интернет-знакомств «Мамба.ru». Пользователь абсолютно бесплатно регистрируется на сайте, однако чтобы получить дополнительные возможности (например, быть невидимым для некоторых пользователей или, наоборот, находиться на первых страницах сайта), он должен отправлять платные SMS. Именно предоставление платных услуг пока приносит основную часть доходов социальным сетям во всех странах. Так, например, выручка «Мамба.ru» в 2007 году превысила 300 млн руб., причём большую часть средств составили SMS-платежи. Оставшаяся часть была получена в виде электронных денег, платежей терминалов, карт оплаты и от размещения рекламы на партнерских сайтах.

Альберт Попков говорит, что с интересом следит за тем, как на сайте «ВКонтакте.ru» запустили платные услуги. «На самом деле, мы тоже планируем расширить наши возможности и сделать платные услуги. Но могу заверить, что уже существующие услуги так и останутся бесплатными», — добавляет г-н Попков.

Оксана Зотикова

технологии

(Окончание. Начало на стр. 25)

Именно поддержка государства сможет хоть как-то оживить поставки отечественных приемников на рынок. Очевидно, что они найдут применение в МЧС и на транспортных предприятиях, где навигатор ГЛОНАСС+GPS может даже стать стандартом.

Эльдар Муртазин, ведущий аналитик компании Mobile Research Group, считает, что российский навигатор на потребительском рынке не будет пользоваться спросом из-за высокой стоимости устройства, отсутствия карт и неполного покрытия. «Мы оцениваем спрос на такие устройства как потенциальный и только. Никаких предпосылок для продаж в значимых количествах подобных навигаторов нет. Технические они не слишком интересны, дизайн их тоже непривлекателен, цена выше, чем у западных образцов. Остается только одна реальная возможность для их продажи: обязательная покупка государственными учреждениями. На свободном рынке, где покупатели сами выбирают устройство, нынешнее поколение навигаторов ГЛОНАСС не выдерживает конкуренции с зарубежными аналогами».

Кризис системы

Как отмечают эксперты, начинать массовый выпуск приемников ГЛОНАСС будет иметь смысл, когда система заработает в полную мощь. Сейчас же развитие отечественной системы глобальной навигации явно отстает от плана. В конце февраля число одновременно работающих в ней спутников достигло 15 (по данным информационно-аналитического центра ГЛОНАСС). Это рекордное количество за последние годы, хотя планировалось, что в конце 2007 года в системе будет действовать 18 аппаратов. Сейчас на орбите их 16, но один находится на техобслуживании.

Началась история ГЛОНАСС в октябре 1982 года, когда первый спутник глобальной навигационной системы был выведен на орбиту с космодрома Байконур ракетой-носителем «Протон». Аппарат был разработан Красноярским НПО ПМ им. М. Решетнева и произведен ФГУП ПО «Полет». С тех пор объединение поставило 87 спутников. В 90-е годы из-за недостаточного финансирования запуски космических аппаратов

ГЛОНАСС были прекращены, старые спутники постепенно выбрасывали ресурс, и страна могла полностью утратить свою орбитальную группировку.

В 2001 году правительство РФ утвердило федеральную целевую программу «Глобальные навигационные системы», которая предусматривала создание, развитие и модернизацию отечественной навигационной группировки, используемой параллельно американской GPS. Предполагалось, что до конца 2007 года ГЛОНАСС заработает в России — по крайней мере, это обещали Сергей Иванов и Владимир Путин. В Роскосмосе сообщили, что на отечественную спутниковую систему из бюджета было выделено 9,88 млрд руб. (т. е. более \$300 млн) для сравнения, США выделили в 2007 году на финансирование GPS около \$600 млн). В соответствии с планами развертывания системы до конца 2007 года в эксплуатацию должно было быть введено 18 стабильно и одновременно работающих спутников. Было заявлено, что это минимальная конфигурация, обеспечивающая навигационный сигнал на территории России.

Однако 2008 год начался с негатива и критики. На январской коллегии Роскосмоса первый вице-премьер правительства РФ Сергей Иванов перечислил недостатки реализации программы и объявил, что за срыв сроков развертывания национальной спутниковой навигационной системы руководители космического ведомства ответят персонально. Хотя описанная им ситуация — недостаточное наращивание мощностей производства космических аппаратов, недостаточная точность определения координат, отсутствие инфраструктуры для массового коммерческого использования и собственно конкурентоспособной потребительской аппаратуры — новостью ни для кого не являлась.

«Характеристики ГЛОНАСС принципиально хуже GPS, а сама система еще не прошла приемку, т. е. находится на стадии испытаний», — констатирует Евгений Еремченко, руководитель портала «Исследования и разработки — RND.CNews». — При этом остальной мир пошел по другому пути — развития в первую очередь сети дифференциальных поправок к GPS (это всего один-два спутника на ГСО, зато субметровая точность по всей территории). Затем — развитие электроники, создание действительно

но долговечных спутников и только потом — развертывание действительно полноценной группировки».

Все сравнения ГЛОНАСС с GPS, действительно, сегодня обрабатываются явно не в пользу первой. В системе GPS действует 30 спутников, у ГЛОНАСС пока «плавающий» показатель 16 — чуть ли не раз в две недели появляется информация о том, что один (или сразу несколько спутников) «вышли из строя». Ожидается, что к 2009 году их будет 24. При этом на техобслуживание российские спутники выводятся гораздо чаще американских, несмотря на средний срок службы не более 5 лет, против 9–10 у джиловских. GPS покрывает всю планету, тогда как показатель доступности навигационных сервисов ГЛОНАСС достигает примерно 60% в мире и 65–75% на территории России. Две трети аппаратов отечественной системы работают с кратковременными перерывами — до 5% времени. Максимальный перерыв в навигации может составлять до трех часов. Точность систем тоже различна. Средняя погрешность GPS составляет 1 м, ГЛОНАСС — 4–10 м. Когда эталонная станция системы, расположенная в Королеве, «видит» пять спутников одновременно, это позволяет определить местоположение с погрешностью менее 25 м.

Как бы то ни было, монополия GPS не привнесет на рынок. Поэтому ГЛОНАСС в любом случае считают достойной попыткой преодолеть зависимость от единственной навигационной системы. И по сравнению с аналогичными проектами, реализуемыми другими странами, у российской программы есть определенные успехи. Скажем, в китайской «Бейду» сегодня работают пять спутников, в европейской Galileo — пока только один, хотя полная готовность системы, ориентированной на 30 спутников, запланирована была на 2008 год (теперь сроки сдвинуты до 2012 года). А Индия и Япония, разворачивающие свои программы спутниковой навигации, позиционируют их как региональные и не претендуют на всемирное покрытие.

Впрочем, те, кто склонен видеть не только недостатки ГЛОНАСС, но и ее достоинства, указывают на то, что она использует другой принцип передачи, обеспечивающий лучшую защищенность от помех, нежели у GPS.

Мария Попова

телеком

Опережая хакера

вирусология

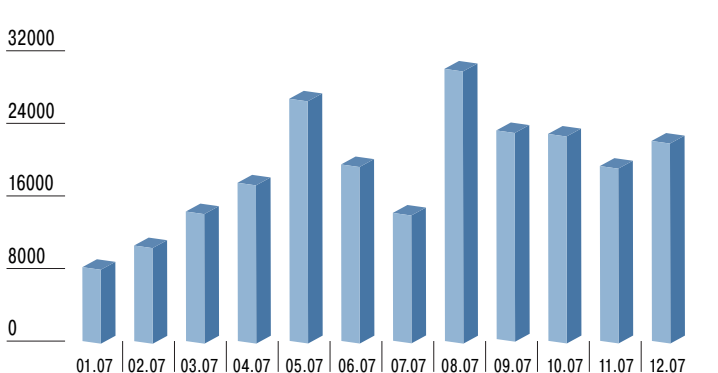
Установленный на компьютере антивирус не делает систему защищенной на 100%. Современные технологии позволяют хакерам легко модифицировать известный вирус до такой степени, что антивирусное ПО перестает его распознавать. Антивирусные компании бьются с этой проблемой, разрабатывая так называемые эмуляторы, которые позволяют определять неизвестные программе вирусы. Какой из представленных на рынке антивирусов лучше справляется с этой задачей, выяснял **Денис Зенкин**.

Форматированные жесткие диски, потерянные результаты многих лет работы, украденные пароли к «аське», опустошенный банковский счет... Каких только напастей ни придумают современные вирусологи, чтобы принять участие в перераспределении материальных благ или просто ради удовлетворения геростратовой мании величия. По данным международного исследовательского центра Computer Economics, в 2006 году ущерб мировой экономики от действий вредоносных программ достиг \$13,3 млрд. Действительно, чем больше мы зависим от компьютеров и сетей, тем большее значение приобретает защита от непрошенных гостей из компьютерного андерграунда.

За примером далеко ходить не нужно. Один из самых «выдающихся» вирусов прошедшего года, сетевой червь Storm Worm (также известный как Zhelatin), не раз заставлял удивиться даже видавших виды вирусологов. Сотни модификаций этой вредоносной программы демонстрировали редкую изобретательность в выборе поведения, методов самоорганизации, путей распространения и хитростей для обмана пользователей. «Неизвестные авторы реализовали здесь

практически все достижения вирусологической мысли последних лет, многие из которых ранее существовали лишь в концептуальном виде», — комментирует Александр Гостев, ведущий вирусный аналитик «Лаборатории Касперского». В арсенале этого червя можно встретить смелые идеи по сокрытию присутствия, ухищрения для затруднения обнаружения антивирусами, технологии самоорганизации при помощи создания распределенных сетей зараженных компьютеров и их взаимодействия. Для своего распространения Storm Worm использовал не только традиционные способы, такие как электронная почта и интернет-пейджеры, но и набирающие популяр-

ДИНАМИКА ПОВЛЕЕНИЯ НОВЫХ ВИРУСОВ В 2007 ГОДУ (КОЛ-ВО ВИРУСОВ) ИСТОЧНИК: «ЛАБОРАТОРИЯ КАСПЕРСКОГО».



СЕРГЕЙ МАХИД

ность сервисы эпохи Web 2.0. Копии червя, замаскированные в том числе и под видео-файлы, можно было встретить в блогах, форумах, новостных лентах и социальных сетях. Главная проблема заключалась в том, что практически каждая модификация Storm Worm требовала тщательного анализа и выпуска нового противоядия — обновления антивирусной базы данных. В этой базе хранятся все «отпечатки» известных вредоносных программ. Если в проверяемом файле находится такой «отпечаток», то антивирус сигнали-

зирует о заражении и пытается восстановить данные. Разумеется, анализ и выпуск обновления требовали времени, в течение которого пользователи были беззащитны.

Создается впечатление, что буйству вирусов нет предела — антивирусные компании теряют контроль над ситуацией. В действительности для подобных упаднических настроений нет ни малейшего повода. Несмотря на то что классическое противостояние оружия и брони предполагает временное преимущество первого, современная антивирусная индустрия все чаще опровергает такое представление. Экспертов не первое десятилетие беспокоит вопрос создания проактивной технологии, способной защищать от еще не созданных вирусов. Иными словами, закрывать потенциальную брешь еще до того, как злоумышленники попытаются ее использовать. Однако за это время так и не появилась идея, которая могла бы быть отделено претендовать на звание панацеи. Некоторые технологии оказались достаточно эффективными, но требовали

от пользователя недюжинных знаний и потому не получили широкого распространения. Другие помогали только от какого-то определенного типа вредоносных программ. Третьи падали под напором изобретательности вирусологов, научившихся их обманывать. И все же антивирусы существенно продвинулись: практически все «хулиганские» вирусы сегодня «ловятся» проактивными методами, то есть без выпуска обновлений. Правда, это проблему не решает: за пределами досягаемости остаются самые опасные представители компьютерной «фауны» — вирусы, созданные профессиональными компьютерными преступниками. А именно эти вирусы охотятся за нашими банковскими счетами и секретами.

В сомне перспективных проактивных технологий, способных защитить даже от самых хитрых вирусов, сегодня центральное место занимает антивирусный эмулятор. Хотя этот метод был изобретен еще в 1992 году в России Евгением Касперским, похоже, его время настало только сейчас. Главный недо-

статок технологии состоит в ее ресурсоемкости: для анализа работы файла в защищенном адресном пространстве компьютера требуется высокая производительность и большой объем памяти. Выполнение этих условий стало возможным только сейчас: современные процессоры достаточно мощны.

Эмулятор представляет собой оптимальный баланс эффективности и дружелюбности. С одной стороны, он способен ловить неизвестные вирусы, «отпечатки» которых отсутствуют в антивирусной базе данных. С другой, он не столь навязчив, как поведенческий блокиратор, не требует сложной настройки и дает минимальный уровень ложных тревог. Это и определяет повышенное внимание к технологии со стороны ведущих разработчиков антивирусов.

По данным компании Pct-metrix, почти 100% пользователей используют антивирусные программы. Независимый российский интернет-портал по информационной безопасности Antimalware.ru провел проверку эффективности встроенных эмуляторов. В тестировании участвовали семь популярных в России антивирусных программ: BitDefender Anti-Virus, Dr. Web, ESET Smart Security, Kaspersky Anti-Virus и Dr. Web. Первый подтвердил свое ре-

Результаты сравнительного теста антивирусных эмуляторов		
Антивирус	Обнаружено тестовых образцов	%
Kaspersky Anti-Virus 7.0	23	48%
BitDefender Anti-Virus 10	20	42%
DrWeb 4.44 beta	12	25%
ESET Smart Security	9	19%
McAfee VirusScan 2007	2	4%
Sophos Anti-Virus 6.0	0	0%
Norton AntiVirus 2007	0	0%

Источник: Antimalware.ru.

VirusScan, Norton AntiVirus, Sophos Anti-Virus. Перед каждой из них была поставлена задача обнаружить 48 тестовых образцов, моделирующих поведение вредоносных программ с помощью эмулятора.

Тестирование продемонстрировало преимущество российских технологий. На пьедестал почета попали сразу два отечественных продукта — Kaspersky Anti-Virus и Dr. Web. Первый подтвердил свое реноме изобретателя технологии и доказал, что кому как не «отцу» эмулятора знать, как нужно правильно ловить вирусы. На втором месте неожиданно оказался румынский антивирус BitDefender, который помимо всего прочего отстал от лидера всего на 6%. Недалеко от группы лидеров оказался и популярный в России антивирус американской фирмы ESET. Бета-версия ново-

го продукта компании под названием Smart Security продемонстрировала не самый выдающийся, но тоже неплохой результат. Американские McAfee и Norton в очередной раз доказали, что предпочитают продавать красивую упаковку и бренд, нежели защиту от вирусов. McAfee VirusScan смог поймать лишь 4% образцов, а Norton AntiVirus — и вовсе ни одного. Еще один из участников исследования, английский Sophos Anti-Virus, увы, также обнаружил полное отсутствие способности обнаруживать неизвестные вирусы при помощи антивирусного эмулятора.

Несмотря на торжество российских антивирусных технологий, еще рано говорить, что наконец-то изобретено универсальное лекарство против вредоносных программ. Представленные технологии являются скорее первыми попытками, нежели готовыми к массовому применению идеями. Максимальный результат далек от приемлемого уровня и требует серьезной работы по совершенствованию. Однако уже сейчас можно сказать, что в комбинации технологий защиты от вирусов появился перспективный элемент, способный упреждать появление новых вирусов и быть на шаг впереди компьютерного андерграунда.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОБНАРУЖЕНИЯ ВИРУСОВ

Сигнатурный метод — реактивная технология распознавания вирусов при помощи их «отпечатков». Каждый шаг анализируется вирусологом, который выделяет его ген, электронный «отпечаток», последовательность байтов и заносит в базу данных. При проверке файла антивирус ищет в нем этот ген и в случае обнаружения сообщает о заражении.

Преимущества: возможность «лечения», то есть восстановления зараженного файла.

Недостатки: требуется время для анализа и создания «отпечатка».

Эвристический анализ — поиск в файлах потенциально опасных команд и их последовательностей.

Преимущества: возможность ловить как известные, так и неизвестные вирусы

Недостатки: недостаточная эффективность, ложные тревоги.

Поведенческий блокиратор — анализ поведения файла в масштабе реального времени. Антивирус следит за операциями каждой программы и сообщает пользователю о подозрительных действиях.

Преимущества: 100-процентная защита от всех типов вредоносных программ, в том числе тех, чьи «отпечатки» отсутствуют в антивирусной базе данных.

Недостатки: требуются глубокие специальные знания, сложная настройка.

Эмулятор — эмуляция работы проверяемого файла в операционной системе. Антивирус создает для каждого файла защищенное пространство, запускает его и следит за его поведением. В случае обнаружения подозрительных действий сообщает о возможном заражении.

Преимущества: высокое качество распознавания вирусов, низкий уровень ложных срабатываний.

Недостатки: ресурсоемкость.

Вирус пошел в нагрузку к жестким дискам

диверсия

Американская компания Seagate в конце прошлого года признала, что часть ее жестких дисков, выпущенных в Китае, была умышленно заражена вирусом. Программа успела поразить всего 300 компьютеров, однако эксперты считают этот акт саботажа показательным. Ущерб от вредоносных программ, расходящихся на физических носителях, в 2006 году в мире составил \$1,3 млрд, и потери будут расти по мере распространения ноутбуков и других устройств, использующих портативные накопители информации.

О том, что часть жестких дисков серии Maxtor Basics Personal Storage 3200, выпущенная на заводах китайских подрядчиков компании, заражена вирусом Virus.Win32.AutoRun.ah, заявил в конце прошлого года директор Seagate по корпоративным коммуникациям в регионе ЕМЕА (Европа, Африка, Ближний Восток) Иан О'Лири. Вирус собирал на зараженных компьютерах пароли к играм, в том числе онлайнovým, и отправлял их на

расположенный в Китае сервер, говорится в заявлении Seagate.

Как отмечают в Seagate, первой факт заражения готовых к использованию съемных жестких дисков (продаются в Евросоюзе по \$50–100 штука) выявил летом прошлого года голландский офис «Лаборатории Касперского» (ЛК), в который поступили жалобы от пользователей антивирусного ПО. В результате проведенного расследования выяснилось, что заражена целая партия жестких дисков. Ее размер не смогли назвать ни в российском офисе Seagate, ни в ЛК. Знакомый с ситуацией источник рассказал «Ъ», что в общей сложности в Голландии было выявлено около 1,5 тыс. зараженных устройств, из которых в продажу поступило около 300. В качестве компенсации Seagate предложила покупателям дисков двухмесячный бесплатный доступ к антивирусному пакету ЛК. Эту информацию подтвердила руководитель пресс-службы ЛК Ольга Кобзарева. «Это наша совместная акция с Seagate», — рассказала она «Ъ». — Предоставляя антивирусный пакет бесплатно, мы воспринимаем это как промоакцию, направленную на пользователей в Европе».

До последнего времени, как признают эксперты в сфере информационной безопасности, вопрос о заражении ПК через физические носители был неактуален для пользователей и борцов с вирусами. Более 90% вредоносных программ попадало в компьютер через интернет и по электронной почте. Распространение флэш-карт памяти для ноутбуков, фотокамер, сотовых телефонов изменило ситуацию, констатирует глава российского офиса компании Eset Андрей Албитов. По его оценкам, сейчас через устройства памяти проходит менее 10% попадающих в ПК вирусов. Однако перекрыть такой канал заражения сложнее, чем справиться с проникновением вируса через интернет: мешает человеческий фактор. В 2006 году американская компания SNT провела эксперимент: ее служба безопасности разбросала в местах массового скопления своих сотрудников «бесхозные» флэш-накопители с записанной на них программой-шпионом. Почти все они были найдены сотрудниками в день эксперимента и немедленно подключены к компьютерам.

Валерий Кодачигин

Из России со спамом

криминал

Россия впервые заняла второе место в мире в списке стран — распространителей спама, говорится в отчете компании Sophos. Эксперты отмечают, что потери только российских компаний от спама в прошлом году могли достичь \$500 млн. При этом бороться с рекламными рассылками в России практически невозможно, поскольку местные интернет-провайдеры не обязаны пресекать эту деятельность.

В отчете Sophos от 11 февраля говорится, что в четвертом квартале 2007 года Россия впервые потеснила Китай, заняв второе место в списке стран — распространителей спама. По данным компании, за отчетный период с территории РФ было разослано 8,3% всей нежелательной почты в интернете. Обгоняют Россию по этому показателю только США — на их долю приходится 21,3%. Третье место, по оценке Sophos, занимает Китай с долей 4,2%. Примечательно, что вклад России в мировую спам-индустрию удвоился по сравнению с третьим кварталом 2007 года — тогда доля страны составляла 4,4%, в то время как с китайских компьютеров поступало 4,9% спама. По данным Sophos, во втором квартале 2007 года Россия занимала восьмое место с долей 3,1%, а годом ранее страны

вообще не было в списке стран — распространителей спама. «США и Россия несут ответственность за треть всей нежелательной корреспонденции в интернете. Это не означает, что в этих странах проживает треть всех спамеров мира. Просто в этих странах больше всего так называемых компьютеров-зомби, зараженных специальными вирусами для рассылки спама», — прокомментировала ведущий консультант по безопасности Sophos Кэррол Терно. По ее словам, эффективная борьба со спамом возможна, если сами пользователи будут следить за безопасностью своих ПК, регулярно обновляя антивирусное ПО.

Несмотря на второе место в мире по числу спам-рассылок, объем рынка спам-рекламы в самой России невелик. По оценкам экспертов, в 2007 году отечественные спамеры получили выручку в размере \$13–15 млн. В то же время ущерб от нежелательной почты в разы превышает объем рынка. По оценкам координатора проекта «Антиспам» Евгения Альтовского, российские компании ежегодно теряют на спаме более \$30 млн. Гендиректор компании «Ашманов и партнеры» Игорь Ашманов считает, что «эта цифра составляет как минимум \$500 млн в год». В Евросоюзе потери от спама в 2007 году составили \$51 млрд, говорится в отчете исследовательской компании

Radicati Group. «Вероятно, эта цифра несколько завышена, но очевидно, что убытки исчисляются миллиардами долларов. При оценке Radicati Group учитывает стоимость софта для защиты от спама, время, которое сотрудники компаний тратят на удаление нежелательных писем, и другие параметры», — говорит директор направления аутсорсинга IT-безопасности «Лаборатории Касперского» Андрей Никишин. По его словам, ключевую роль в распространении спама играют не зараженные компьютеры, а хостинг-провайдеры, которых не интересует, чем занимаются их клиенты. «В России один такой хостинг заменяет от 1 тыс. до 10 тыс. зараженных компьютеров», — поясняет господин Никишин.

Опрошенные «Ъ» эксперты признают, что в России не работают законодательные механизмы борьбы со спамом. «Есть два закона, направленных в том числе на борьбу со спамом: ФЗ «О рекламе» и ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», — говорит партнер юридической компании «Байтен Буркхардт» Виктор Наумов. — Но они не работают, поскольку провайдеры не несут никакой ответственности за спам, о чем говорится в постановлении правительства РФ.

Александр Малахов

Я все сразу

HEAVY METAL
или
Disco

Новый W890i Walkman™. Максимум впечатлений от музыки при минимальном размере. Телефон с плеером Walkman™ 3.0, картой памяти на 2GB и камерой 3,2 мегапикселя.

W890i

Sony Ericsson

Хэви метал/Диско реклама

телеком

Эмуляция инноваций

выставка достижений

С 11 по 14 февраля в Барселоне проходил Всемирный мобильный конгресс. Однако событие, долгие годы считавшееся уникальной площадкой для представления инноваций в области сотовых сетей, инфраструктуры, бизнес-моделей и конечных продуктов (в частности — мобильных телефонов, смартфонов, коммуникаторов), на этот раз произвело весьма блеклое впечатление. Представленные в Барселоне новинки рассматривал **Евгений Черешнев**.

Всего 5–10 лет назад каждая выставка от мира hi-tech поражала количеством инновационных идей, решений, продуктов. На мероприятия слетались не только компании-производители и их потенциальные корпоративные клиенты: огромное количество рядовых пользователей с интересом и упоением рассматривали первые смартфоны под управлением Windows

Mobile, шлемы виртуальной реальности и многофункциональные печатающие устройства. Барселона-2008 показала, что сегодня лишь немногие компании сохранили способность мыслить нестандартно, широко, креативно. Подавляющее большинство массово и доброту копирует успешные решения под собственным брендом, выдавая это за «инновационные» ходы.

Отличная задумка, результат — вопрос
Во время форума и без того бурная жизнь в Барселоне начинала кипеть с удвоенной силой — цены на отели взлетают в 5–10 раз, примыкающие к площади Испании питейные заведения битком забиты иностранцами, а таксисты в день делают месячный план. Все это в известной степени характеризует степень внимания мировых производителей к мероприятию. В итоге дюжина павильонов вместила в себя в общей сложности несколько сотен стендов компаний, занятых на рынке мобильных сетей, телефонии, программного обеспечения и интернет-контента. Глядя на этот кипучий муравейник в первый раз, автор невольно преисполнился ощущением предвкушения: ну сейчас-то



нам покажут что-нибудь эдакое. Роб Конвей, директор мировой GSM-ассоциации, подлил масла в огонь своей пламенной речью о том, что лишь «сегодня у участников рынка появилось все, чтобы добиться успеха — скорость, технологии, продукты». Однако дальнейшее посещение выставки показало, что от 12 февраля 2008 года до дня, когда каждый мобильный пользователь будет удовлетворен скоростью и качеством работы сетей и качеством работы сетей и качеством работы сетей, лежит временная пропасть.

Во-первых, как таковых инновационных продуктов (если говорить в первую очередь о мобильных телефонах и коммуникаторах) в Барселоне представлено не было. Единственный гвоздь программы, смартфон Sony-Ericsson Xperia X1, представляющий собой крайне удачное сочетание габаритов, веса, функционала (HSPA, 3G,

сорным дисплеем и клавиатурой. Скорее всего, российская аудитория обязательно оценит все прелести работы с ним уже потому, что смартфон уже можно найти в продаже по 15000–17000 руб.

Очень любопытное и долгожданное решение продемонстрировала компания Glofish. Коммуникатор V900, работающий на мощнейшем процессоре Samsung SC32442 с тактовой частотой 500 МГц, несущий на борту 256 МБ памяти, GPS-навигатор, модули HSDPA/UMTS, Wi-Fi и Bluetooth, оснащенный сенсорным экраном 640x480 точек, полюбился пользователям еще на стадии беспочвенных слухов. Поэтому после начала продаж в России эта модель, скорее всего, будет пользоваться высоким спросом — наш покупатель как никто ценит универсальность «все в одном», качество и простоту эксплуатации.

К слову, представителями великой державы россияне особенно явно чувствовали себя около стенда Nokia. Как только демонстратор новинки Nokia 8800 Arte узнал, что автор прибыл из Москвы, он моментально потерял интерес ко всем окружающим и начал крайне подробно, с присущей финнам дотошностью объяснять отличия новинки от предшественника: «Смотрите, тут сапфировое стекло — его невозможно поцарапать. А если положить телефон на экран во время звонка — он попросту перестает звонить, это очень удобно на бизнес-встречах! И вообще, Россия для нас уникальный рынок. Самый большой, самый интересный! Вот американцы, например, ничего не понимают в дизайне, а русский человек не такой, он ищет прекрасное, уделяет внимание дизайну и качеству, поэтому все свои новинки мы часто пробуем именно в России». Стенд Nokia был забит до отказа зеваками всех мастей, в основном толпившихся у портативной планшетки Nokia

N810, смартфона N96 и телефона Nokia 7900 Prism, отличающегося, как это часто бывает у Nokia, необычным дизайном и к тому же необыкновенно приятным на ощупь. Надо отдать должное разработчикам, держать в руках его — подлинное удовольствие.

Довольно интересными были стенды Huawei. Компания приступила к разработке ниши HSPA (технологии, позволяющей ускорять передачу трафика в сетях 3G в 5–10 раз) с помощью внешних устройств. Если Ericsson интегрирует свои чипы в готовые решения (в частности, прессе показали действующие ноутбуки Dell и Lenovo с интегрированным модулем связи, поддерживающим HSPA), Huawei сделал ставку на внешние USB-адаптеры: WiMax и HSPA. Это весьма грамотный и дальновидный шаг, ведь пользователи, не имеющие желания и возможности в обозримом будущем апгрейтить свои компьютеры и ноутбуки, получат уникальную возможность быстро получить доступ в сеть на высоких скоростях по принципу «включил и забыл». Все современные модели настраиваются автоматически, пользователю достаточно пару раз кликнуть «key».



Glofish V900

Стенд оператора NTTDoCoMo удивил автора каким-то иным, заоблачным ощущением реальности: телефоны японских абонентов NTTDoCoMo уже давно позволяют им наслаждаться мобильным телевидением, качать музыку в битрейте 192 кбит/с без ограничений всего за \$3 в месяц и играть в сетевые игры типа Tekken и NeedForSpeed прямо на экране мобильного.

Остальные стенды вызывали скорее скуку. Большинство участников рынка, воодушев-

ленные успехом iPhone, приступили к банальному тиражированию идеи коммуникатора с сенсорным экраном и расширенными возможностями работы с мультимедийным контентом. Однако пользователь крайне капризен и избирателен. Автор, например, не видит смысла в покупке клона iPhone от неизвестного в России бренда, когда при желании можно приобрести оригинал за \$399 на сайте Apple или, что еще лучше, подумать о покупке Glofish, Sony-Ericsson или Nokia. Последняя, кстати, не спешит с выпуском своей версии iPhone.

На стенде Blackberry больше были представлены региональные партнеры компании, нежели сама Blackberry. LG продвигали логическое продолжение линейки Prada — телефон KF700 с выдвинутой клавиатурой. HTC, которые по некоторым данным продали 2 млн смартфонов Touch на начало года, активно развивали тему на своем стенде. Правда, посетителей на нем было, мягко говоря, немного.

В итоге, мероприятие, от которого автор ожидал революционных инноваций, смелых заявлений и сумасшедших прототипов, прошло весьма смиренно.



Nokia N810 ФОТО REUTERS

IBM

МЕНЬШЕ
СЛОВ
БОЛЬШЕ
ЭНЕРГИИ

IBM помогает энергетическим компаниям в разных странах мира повысить безотказность систем за счет введения в эксплуатацию «интеллектуальных» сетей, которые позволяют сократить расходы на энергообеспечение и улучшить качество обслуживания. Хотите превосходить все ожидания? Начните с ibm.com/doing/ru. ОТ СЛОВ — К ДЕЛУ. ВРЕМЯ ПРИШЛО

Реклама

IBM, логотип IBM и ibm.com являются товарными знаками или зарегистрированными товарными знаками International Business Machines Corporation в США и/или других странах. Наименования других компаний, продуктов и услуг могут быть товарными знаками или знаками обслуживания третьих лиц. © 2008 IBM Corporation. Все права защищены.

РЕКЛАМА

ЦЕНТР ТЕЛЕКОМ

ШИРОКИЙ СПЕКТР УСЛУГ СВЯЗИ
В ЦЕНТРАЛЬНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ
ОКРУГЕ И МОСКВЕ*

В ЦЕНТРЕ СВЯЗИ

Застройщикам и собственникам недвижимости:

- Комплекс современных услуг связи на объектах жилой и коммерческой недвижимости в ЦФО и в Москве
- Специальные предложения для бизнес центров, гостиниц и торговых комплексов
- Выдача Технических условий на телефонизацию
- Реализация комплексных проектов по телефонизации, организации доступа в Интернет, системам видеонаблюдения, охранной сигнализации
- Обеспечение деятельности ЖКХ

Почтовый адрес:
125993, г.Москва, ГСП-3,
Десятый пер., д.6 стр.2;
тел.:(495) 793-24-24,
факс: (495) 650-30-07;
<http://www.centertelecom.ru>
e-mail: vip@centertelecom.ru

* ПРИ НАЛИЧИИ ТЕХНИЧЕСКОЙ ВОЗМОЖНОСТИ

телеком

Мобильное переустройство

ТЕХНОЛОГИИ

В феврале в Барселоне прошел Mobile World Congress, в ходе которого компании представили свои последние технологические разработки, а эксперты обсудили новые продукты и наиболее актуальные тенденции. В том числе новинки от Google и Apple, которые вынудили остальных участников мобильного рынка принять серьезные ответные меры. Но для настоящего прорыва, считают аналитики, производителям еще надо найти настоящий «убийственный продукт».

Свежая кровь

для мобильного рынка

Выступая на барселонском Mobile World Congress, глава крупнейшего в Великобритании сотового оператора Vodafone Арун Сарин предупредил участников мобильного рынка, что с появлением на нем новых участников, таких как Google и Apple, старожилам рынка необходимо что-то предпринимать, чтобы не оказаться на обочине. «Мы обязаны учиться как сотрудничать, так и конкурировать с новыми игроками. Наши потребители хотят пользоваться такими видами развлекательной продукции, как музыка, мобильное телевидение, контент, созданный самими пользователями, например на YouTube, и социальными сетями, подобными Facebook или MySpace. И мы должны только приветствовать эти идеи и одновременно быть уверенными в том, что мы соответствуем запросам наших клиентов». Господин Сарин признал, что iPhone действительно «поднял планку»: «Чем проще интерфейс какого-либо устройства, тем чаще вы его используете, в том числе и для путешествий по интернету».

Действительно, прошлогодний дебют смартфона iPhone от компании Apple взволновал не только многих потребителей, но и производителей. Как заявил в интервью „Ъ“ аналитик телекоммуникационного рынка стран СНГ из международной исследовательской компании Global Insight Майкл Лакьер, «Apple значительно подняла уровень пользовательского интерфейса и побудила всех остальных начать срочно разрабатывать более совершенный интерфейс, связанный с использованием сенсорного дисплея». Действительно, в этом году в Барселоне компании представили всевозможные смартфоны с зализанным дизайном и сенсорными дисплеями. Одним из таких примеров эксперты считают смартфон от Sony Ericsson под названием Xperia X1. Продажи этого смартфона на базе Windows Mobile японско-шведская компания начнет с восточных iPhone — США. Xperia X1 с выдвижной qwerty-клавиатурой оснащен сенсорным дисплеем, который помимо стилуса может реагировать и на нажатие пальцами.

Эксперты с нетерпением ожидали премьеры и другого возмутителя спокойствия — ведущей мировой интернет-компании Google, в Барселоне она представила концепт операционной системы (ОС) для мобильных устройств под названием Android, созданной на базе Linux. Прототип мобильной ОС Android, призванной составить конкуренцию Windows Mobile и Symbian, был представлен компаниями Texas Instruments и Qualcomm, производящими микросхемы для мобильных устройств. Представители компаний демонстрировали всем желающим легкость, с которой можно путешествовать в интернете при помощи мобильного устройства, работающего под ОС Android. Кроме того, важной особенностью новой системы является то, что загружаемые сайты автоматически подгоняются под размер экрана мобильного устройства. По мнению Майкла Лакьера, «Google пытается изменить внутреннюю экосистему рынка мобильного ПО, хотя в реальности Android — это одна из многих ОС для мобильных устройств». Эксперты полагают, что новинки от Google и Apple уже вынудили остальных участников мобильного рынка принять серьезные меры. «На фоне столь значительного смещения пластов старожилы рынка довольно оперативно отреагировали на то, чтобы закрыть образовавшиеся бреши, сделав так,



Google представила конкурента Windows Mobile — ФОТО REUTERS

что у новичков осталось не очень много шансов для масштабной экспансии в какой-либо сегмент данной индустрии», — сообщил господин Лакьер.

Острое социальное пошатывание

Повальное увлечение потребителей общением в социальных сетях, дошедшее и до России (пример — «Одноклассники.ru» и другие похожие сайты), вызвало немедленную реакцию со стороны производителей. В Барселоне интернет-компания Yahoo! представила сервис для мобильных телефонов под названием OneConnect. Этот сервис совмещает в себе такие средства общения, как электронная почта и обычные текстовые сообщения, а также включает специальную адресную книгу, которая настроена на страницу пользователя в какой-либо из популярных социальных сетей — Facebook, MySpace, LinkedIn и др. При помощи сервиса OneConnect пользователь может контактировать с друзьями на сайте своей социальной сети и отслеживать изменения, происходящие как среди своих друзей, так и на всем сайте. Кроме того, благодаря технологии определения местонахождения абонент может узнать, когда его друг по социальной сети, у которого установлен аналогичный сервис, находится недалеко от него.

Толландская компания GeoSentric представила еще один мобильный сервис для поклонников социальных сетей. Программа под названием GyPSii, как видно из названия, позволяет пользователям при помощи системы глобального позиционирования GPS популярных социальных сетей, таких как Facebook, определять местонахождение своих друзей по социальной сети. Причем система сообщит о местоположении друга по социальной сети, даже если он находится не где-то рядом, а за несколько тысяч километров. Сервис доступен для телефонов и других мобильных устройств, работающих на платформе Symbian и Windows Mobile, а также для популярных на Западе коммуникаторов BlackBerry. По мнению аналитика исследовательской компании Infotma Дэна Уинтерботтома, пользователям социальных сетей, скорее всего, понравится возможность видеть, где находятся их друзья. Причем, учитывая информацию, которую пользователи таких сетей уже сообщают о себе на сайтах, многие смутят тот факт, что другие люди смогут отслеживать их местоположение. «Если вы взглянете на Facebook, то увидите людей, которые уже сообщают, например, адреса, телефонные номера и другую

личную информацию», — полагает господин Уинтерботтом.

Тема GPS вообще вызвала довольно большой интерес в Барселоне. Некоторые компании уже вывели на рынок телефоны с GPS, чем лишь подхлестнули конкуренцию. Один из ведущих мировых производителей GPS-навигаторов американская компания Garmin не смогла остаться в стороне — в Барселоне она представила свой первый мобильный телефон Nuvifone. Телефон, продажи которого должны начаться в третьем квартале этого года, естественно, оснащен GPS, а также MP3-плеером и камерой. Не забыла Garmin и о сенсорном дисплее: на 3,5-дюймовый экран выведены иконки, позволяющие не только ориентироваться в пространстве при помощи GPS и осуществлять звонки, но и пользоваться мобильным интернетом и электронной почтой. «Мы верим в развитие рынка персональной навигации», — заявил на презентации директор по развитию Garmin Марк Перини.

Лидер мирового сотового рынка финская Nokia планирует продать в 2008 году 35 млн телефонов с GPS, подтверждая свой оптимизм результатами исследования, проведенного международной исследовательской компанией Canalys. По данным экспертов Canalys, около 60% потребителей не прочь иметь в своем телефоне функцию GPS. Второй по величине производитель сотовых телефонов в мире южнокорейская Samsung, по-видимому, согласна с Nokia и Canalys — в Барселоне корейцы объявили о запуске первого телефона Samsung с GPS-навигатором. «Мы хотим, чтобы 80% наших смартфонов были оснащены GPS», — цитирует Agence France Presse директор по маркетингу Samsung France Жан-Филип Иллиарин.

«Зеленые» ветры

Мода на экологичные технологии последнее время захватила не только производителей автомобилей, чуть ли не каждый месяц представляющих новые модели гибридных электро-бензиновых автомобилей, но и производителей телефонов. На Mobile World Congress Nokia представила модель Remade, рассчитывая на поддержку со стороны сознательных потребителей, озабоченных охраной окружающей среды: телефон изготовлен из вторичного алюминия, резины и пластика, полученных от переработки алюминиевых банок, шин и пластиковых бутылок. Таким образом, по заявлению Nokia при изготовлении этого телефона окружающей среде наносится минимальный вред: нет необходимости специально производить алюминий

и пластик и тем самым истощать природные ресурсы. Впрочем, пока это всего лишь концепт-модель. Гендиректор Nokia Олли Пекка Калласвуо, демонстрируя Remade журналистам, заявил: «Эта модель наглядно показывает, что можно делать с материалами. Пока это всего лишь концепт, я не могу сделать звонок при помощи этого телефона, но теперь вы можете понять, как можно сделать что-то новое». Причем это уже не первая экологичная концепт-модель финского производителя: в декабре прошлого года компания представила модель 3110 Evolve, на 60% изготовленную из вторсырья.

По словам Ричарда Симпсона, директора южноафриканской телекоммуникационной компании BulkSMS.com, тенденция к использованию экологических технологий получает стимул к развитию не только со стороны компаний, но и потребителей: «Потребители также побуждают компании принимать такие решения, ведь компании не могут продавать продукты, которые не пользуются спросом. Это означает, что среди хорошо информированных потребителей наблюдается растущий спрос на „зеленую“ мобильную продукцию и сервисы, такие потребители весьма серьезно относятся к тому, насколько ответственным является отношение компании к окружающей среде». Эксперты дают должное использованию экологических технологий в производстве мобильных устройств, но пока довольно сдержанно оценивают их перспективы. «„Зеленые“ устройства займут свою нишу на рынке, но вряд ли эти товары будут продаваться очень хорошо только благодаря фактору экологичности. Внедрение переработанных материалов в процесс производства всегда встретит хороший прием, но в данный момент производители больше всего поглощены задачей повышения продаж при помощи производства дешевых трубок на таких развивающихся рынках, как Индия и Китай», — считает Майкл Лакьер из Global Insight.

Впрочем, наблюдатели рынка сходятся во мнении, что компаниям-производителям еще предстоит найти новую услугу или техническое устройство, которое окажет взрывное воздействие на мобильный рынок, станет новым killer application («убойное приложение») — новая услуга/технический компонент, которая устанавливает новые стандарты в данном сегменте рынка. По мнению Майка Гранта, директора по маркетингу британской исследовательской компании Analysys Mason Group, сейчас рынок довольно сильно фрагментирован в зависимости от запросов потребителей каждого конкретного региона, что максимально усложняет задачу (подробнее см. интервью).

Говоря о том, какие еще продукты могут встретить хороший прием на мобильном рынке, аналитик Global Insight Майкл Лакьер заявил: «Высокоскоростные мобильные сети становятся все более привычным явлением, и производители будут внедрять новые мобильные беспроводные сервисы, в том числе в тех странах, где нет разветвленной инфраструктуры проводных широкополосных сетей. Более совершенные сети позволят использовать такие новые средства мобильной коммуникации, как оперативный обмен сообщениями (instant messaging). Кроме того, живой интерес на Mobile World Congress вызвали и фемосоты (мини-базовые станции, спроектированные для жилого квартала или конкретного предприятия). В 2008 году эта технология также начнет играть видную роль в развитии мобильного рынка».

Евгений Хвостик

Российские телекоммуникации.
Мы часть решения.

реклама



Теленор Россия
Москва
Ул. Садовая-Кудринская, дом 32, стр 1
123001
Тел: (495) 937 9588
www.telenor.ru



телеком

Sony и Nintendo обновили дизайн

игровые приставки

Компании Sony и Nintendo выпустили игровые консоли PSP Slim и DS Lite, обновленные версии PSP и DS, в 2006 году. Устройства уже вошли в пятерку самых популярных гаджетов Европы наряду с Apple iPhone. Чем отличаются карманные игрушки и когда ждать принципиально новых продуктов, разбирался **Евгений Черешнев**.

Бум цифрового контента начался три-четыре года назад. Тогда пользователи бросились скачивать новые рингтоны для мобильных, заставки и игры. Это заставило ряд крупных корпораций пересмотреть свои планы развития бизнеса и сделать ставку на интерактивность и мобильность. Одним из результатов новой стратегии стало появления портативных игровых приставок нового поколения — Sony PSP и Nintendo DS.

По своей сути эти консоли имеют мало общего с GameBoy, Sega и другими предшественниками. Sony и Nintendo предложили покупателям не только поиграть в Super Mario, но и предоставили полноценный вход в мир цифрового контента. Новые консоли позволили смотреть, слушать, редактировать, качать и, разумеется, покупать цифровой контент.

Всего за два года своего существования Nintendo DS и Sony PSP было продано более 100 млн этих консолей. Причем, по данным маркетингового агентства Rosencrantz & Guildenstern, на сегодняшний день гонку со значительным отрывом выигрывает Nintendo: 65 млн проданных устройств против 38 млн у Sony. Однако далеко не во всех странах позиции Nintendo одинаково сильны. Например, россияне отдают предпочтение именно Sony PSP. Как, впрочем, и большинство европейцев: в этих регионах результаты продаж PSP и DS примерно одинаковы. Nintendo доминирует в Японии, США и странах Южной Америки.

Что нового?

Обновленные консоли, выпущенные Sony и Nintendo в 2006 году, принципиально не отличаются от предшественниц. Основные отличия обновленных консолей с префиксами Slim и Lite заключаются в их габаритах и эффективности аккумуляторов. И Sony, и Nintendo смогли сделать свои продукты на 30% тоньше предыдущих версий. Время работы от одной зарядки также выросло примерно на 20%. Это довольно существенный показатель, ведь в абсолютных числах это означает дополнительные 1–2 часа игры. Кроме того, разработчики обеих приставок вовремя осознали пользу, приносимую дифференциацией внешнего вида своих развлекательных продуктов, то есть выпуском консолей в различных цветовых вариантах оформления корпуса. Сейчас можно выбрать приставку под любое настроение: белую, розовую, серебристую.

В остальном обновленные Sony PSP и Nintendo DS ничем не отличаются от оригинальных консолей: та же производительность, тот же функционал, те же игры и возможности. Если посмотреть на таблицу характеристик обеих консолей, несложно заметить, что они обладают



Sony PSP Slim
Цена: 5500 руб.
Процессор: MIPS R4000 (1–333 MHz)
Память: 36 Мб (расширяется картами памяти MS Pro до 4 Гб и выше)
Тип привода: UMD (Universal Media Disc)
Формат игровых дисков: UMD (емкость — 1,8 Гб)
Дисплей: размер: 4,3 дюйма; разрешение: 16:9 widescreen TFT LCD 480x272 (16,77 миллиона цветов); яркость: 200 cd/m2
Аудио: встроенные стереодинамики
Питание: съемная литиево-ионная батарея (4–6 часов игры), сетевой адаптер
Встроенные коммуникации: 802.11b Wi-Fi, консоль поддерживает USB 2.0, Memory Stick PRO Duo, IrDA, IR Remote
Габариты (Д/В/Ш): 170x74x23 мм
Вес: 260 г (с батареей)

огромными (по меркам мобильных устройств) экранами, собственными модулями беспроводного доступа в сеть, памятью, процессорами, операционной системой. То есть перед нами уже не игрушки, а полноценные центры развлечений. Ценность PSP и DS в том, что помимо собственно игрового процесса, с их помощью можно сократить время проверки электронной почты, просмотром фильма или прослушиванием музыки.

Именно функциональностью можно объяснить лавинообразный рост продаж игровых приставок во всем мире.

Sony PSP Slim

Популярность PSP в Европе связана в первую очередь с покупательским менталитетом и не имеет ничего общего с качеством продуктов. Японская аудитория, на которую приходится больше половины всех продаж Nintendo DS, ценит в первую очередь оригинальные, необычные игры с локальным контентом. Некоторые из них созданию россиянина чужды: мы попросту не понимаем, в чем удовольствие от управления «драконом, собирающим космические яйца императора». Ведь куда приятнее запустить Tekken на PSP и просто набить лицо товарищу Yoshimitsu. Граждане Евросоюза и России крайне практичны и хотят быть уверенными в том, что покупают лучшее из того, что есть на рынке. Именно поэтому потребители в первую очередь обращают внимание на PSP, облада-

ющую впечатляющими техническими характеристиками.

Среди плюсов PSP, разумеется, производительность, существенно опережающая DS. Также можно отметить размер и формат экрана: PSP имеет один, но огромный по сравнению с DS экран. Пользователей привлекает также разнообразие игр с качественными графикой и звуком: Tekken, Need for Speed, Prince of Persia, Splinter's Cell — все эти игры-хиты доступны в первую очередь на PSP. Не стоит сбрасывать со счетов и такой параметр, как лояльность аудитории. Дело в том, что приставка Sony PlayStation One (обычная, не мобильная) в свое время завоевала российский рынок практически полностью — о существовании Nintendo GameCube мало кто знал. Отечественная аудитория хорошо знает бренд Sony, осведомлена о широком ассортименте доступных игр, поэтому и покупает в большинстве своем PSP.

Такая мелочь, как тип используемого носителя, также играет определенную роль. UMD-диск емкостью 1,8 Гб, на котором хранятся все игры для PSP, выпадает куда оригинальнее допотопных картриджей DS. К сожалению, продажа фильмов и иного цифрового контента, изначально планированная Sony, не дала результатов, но подобная вменяемость означает огромный потенциал для разработчиков игр.

Nintendo DS Lite

С точки зрения игрока (а не любителя цифрового контента в целом), Nintendo DS по ряду параметров существенно опережает PSP. И именно за эти «мелочи» эту приставку так ценят японская и американская аудитории. Да, производительность DS несколько меньше, чем PSP. Однако Nintendo берет своей игровой функциональностью и монополией на такие хиты, как



Nintendo DS Lite
Цена: 5600
Процессор: ARM9
Дисплей: Два TFT дисплея по 3 дюйма каждый, подсветка — 4 уровня яркости, нижний дисплей — сенсорный
Тип привода: картридж
Аудио: встроенные стереодинамики
Питание: Переключаемая литиево-ионная батарея. Сохраняющий зарядку спящий режим (5–6 часов работы при максимальной подсветке)
Встроенные коммуникации: 802.11b Wi-Fi
Габариты (Д/В/Ш): 133.0x73.9x21.5 мм
Вес: 218г

Super Mario, Zelda и еще дюжину всемирно известных и любимых игровых брендов. Встроенный микрофон позволяет разработчикам игр создавать

продукты, поддерживающие голосовое общение между игроками в реальном времени. Учитывая поддержку многопользовательского режима игры через интернет — совсем не лишняя возможность. Два экрана — настоящая находка, способная поднять геймплей на качественно иной уровень: так, управляя болидом «Формулы-1», игрок на верхнем экране будет видеть копилит, а на нижнем — схему трассы. Не стоит недооценивать и возможность управления игрой с помощью стилуса: в некоторых стратегических и логических играх делать это куда удобнее, чем с по-

мощью традиционного джойстика. В остальном DS обеспечивает примерно такой же набор развлечений, как и PSP: обе поддерживают просмотр фото, видео и прослушивание музыки. Обе позволяют выходить в интернет и с помощью встроенного браузера весьма комфортно заниматься серфингом.

Обновку два года ждут

Многие пользователи игровых приставок задаются вопросом, почему Sony не выпускает PSP2, а Nintendo — DS2? Вопрос вполне логичный: учитывая темпы развития компьютерных технологий (производительность

процессоров каждый год, как минимум, удваивается), обе компании должны были неоднократно выпустить новинки, пестрящие революционными цифрами производительности и, следовательно, гарантирующие качественно иной уровень сервисов и детализации игр. Но этого не происходит. Пока мы имеем дело лишь с усовершенствованными вариантами предыдущих версий. Проблема в том, что пока консоли предыдущего поколения хорошо раскупаются, ни одна из компаний не готова рисковать. Только Microsoft может позволить себе выпуск игровой приставки Xbox360, потеряв на старте предыдущей версии сотни миллионов долларов (по некоторым данным — около 2 млрд). В это связи эксперты предсказывают, что качественно новые приставки мы увидим только в 2009–2010 году.

Ключевые участники рынка не комментируют ожидания аналитиков и предпочитают отмачиваться о планах по выпуску новых консолей. Однако есть все основания предположить, что приставки нового поколения параллельно с игровой будут выполнять роль персонального коммуникатора, портативного телевизора и интернет-браузера. За счет интеграции модулей связи 3G (+HSPA), WiMax и WiFi разработчикам удастся воплотить в жизнь концепцию «мобильности всегда и везде». Это в сочетании с развитой сетевой инфраструктурой (через год-два даже Россия будет покрыта беспроводными сетями нового поколения), позволит вывести продажи контента на качественно иной уровень. Игры, музыка, фильмы, ТВ, фото — все то, за чем пользователь приставки сегодня вынужден идти в магазин, можно будет получить в течение нескольких минут.

ФЕНОМЕН РУССКОЙ SONY PSP

Светлана Ханинаева, директор по работе с клиентами маркетингового агентства Rosencrantz & Guildenstern:

— На начало 2006 года продажи Nintendo DS в мире достигли почти 15 млн единиц: в полтора раза больше, нежели у PSP с 10 млн единиц. Разрыв дистанции в гонке двух конкурирующих консолей сохраняется и по сей день: в рождественский бум 2006 года цифры продаж насчитывали 18 млн у детища Sony против 34 млн проданных портативных консолей от Nintendo. И если продажам PSP так и не суждено было перешагнуть сорокамиллионный рубеж, то, по данным начала 2008 года, по всему миру продано уже 65 млн Nintendo DS.

При анализе этих цифр нужно учитывать специфику мирового рынка: так, львиная доля продаж консолей традиционно приходится на оплот мировой

цифровой индустрии — Японию. Продажи Nintendo DS в этом регионе бьют все рекорды: на начало текущего года продано более 21 млн Nintendo DS (против 7 млн PSP). В то же время в Европе продажи Nintendo DS и PSP идут аналогично мировому графику, но с меньшим отрывом хедлайнера Nintendo от обладателя второго места — Sony. Почему так происходит? Ответ прост: менталитету японцев более близки игры с «левой резьбой», использующие нестандартные подходы к игровому процессу (например, Animal Crossing), в то время как игры на PSP сделаны с упором на графику и экшн. Еще одной инновацией, позволившей Nintendo обогнать Sony в соревновании портативных консолей, является использование двойного экрана и стилуса, позволяющего внести множество разнообразия в игровой процесс.

MICROSOFT ЗАЙМЕТСЯ ПЕРЕВОДОМ

Компания Microsoft первой из трех крупнейших производителей игровых приставок начала русифицировать все свои игры. Производитель рассчитывает, что это поможет ему к концу года завоевать около 35% российского рынка игровых консолей нового поколения, чей объем оценивается в \$95 млн. Если Microsoft не покажет на рекламу нового продукта \$3–5 млн, русификация может увеличить продажи ее приставок в разы, признают конкуренты.

Все игры Microsoft, предназначенные для консоли Xbox360, будут локализованы для России, рассказал, б* старший директор по новым рынкам в регионе EMEA Стефан Ламплинен. По его словам, уже сейчас русифицированы Project Gotham Racing 4 и Viva Pinata Party Animals. «В год Microsoft выпускает в среднем 15 новых игр для консоли Xbox360, с начала этого года все они переводятся на русский язык. Мы ожидаем, что это сильно увеличит продажи как приставок, так и игр к ним в России», — пояснил господин Ламплинен. По его словам, Microsoft ведет переговоры с российскими разработчиками игр, которые будут выпускать игры для Xbox360. Названия этих компаний он уточнить отказался. Кроме того, Microsoft начала активнее работать с ритейлерами: из крупных розничных сетей ее консоли продают «Эльдорадо», «М.Видео», Media Markt, но в ближайший год компания планирует «существенно расширить круг партнеров».

Господин Ламплинен рассчитывает, что локализация и сотрудничество с российскими разработчиками и розничными сетями позволит Microsoft в течение года завоевать около 35% российского рынка консолей нового поколения (Sony PlayStation

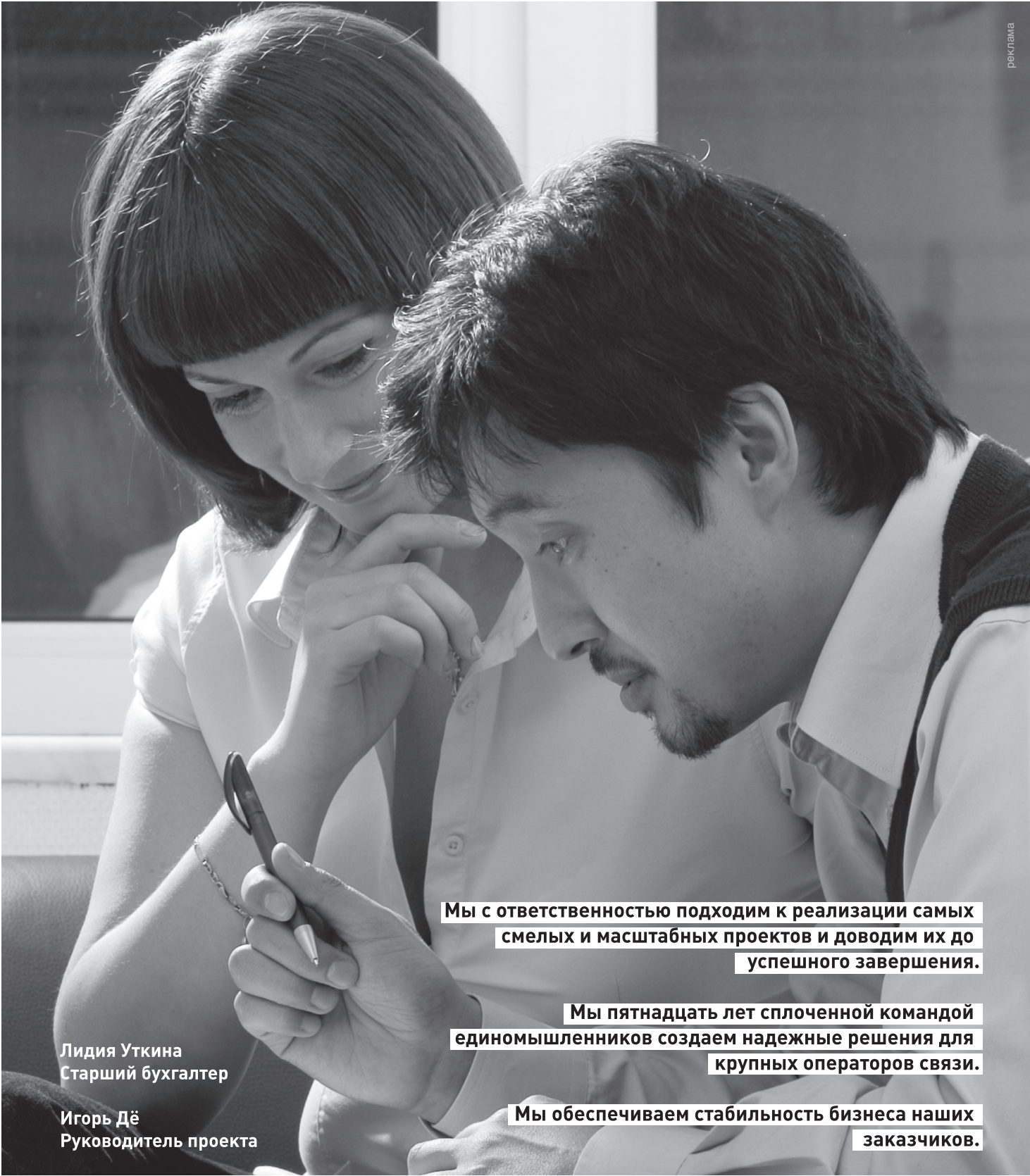


3, Microsoft Xbox360 и Nintendo Wii). Россия — самый привлекательный рынок в мире, поскольку его объем ежегодно удваивается, считает он. Microsoft начала продажи Xbox360 в России в феврале 2007 года, сейчас в стране продаются более 300 игр к ней. В компании не раскрывали планы продаж в России, но эксперты считали, что при гра-

мотной маркетинговой политике, своевременной локализации игр и онлайн-сервисов компания могла рассчитывать к концу 2007 года на 8–10% рынка. По прогнозу главы отдела маркетинга компании-дистрибутора игр «Софт Клуб» Сергея Амрджанова, такую долю Microsoft получила бы при условии проведения масштабной рекламной кампании. В любом случае, корпорация не может серьезно потеснить Sony, которая на протяжении долгого времени рекламировала свою приставку PlayStation, прогнозировал он. На сегодня Microsoft, по оценкам экспертов, завоевала 15–20% рынка приставок нового поколения.

Основную часть рынка — около 75% — по-прежнему занимает PlayStation 3, 5–10% приходится на Nintendo Wii, указывает аналитик ИК «Финам» Алексей Аверков. По его данным, на приставки нового поколения сейчас приходится около 20% всего рынка консолей, а их совокупные продажи можно оценить в 130–140 тыс. штук на сумму \$95 млн в розничных ценах. Господин Аверков называет локализацию игр сильным маркетинговым ходом, который при адекватных затратах на продвижение может сработать. «По итогам года доля Xbox360 вполне может вырасти до 25–30%, но для этого необходимо вложить как минимум \$3–5 млн в рекламу», — полагает он. Локализация увеличит продажи Microsoft, соглашается директор по маркетингу и продажам Sony Computer Entertainment Европе Александр Харламов: «По нашему опыту, локализация игры может увеличить ее продажи в разы». Сейчас конкуренты Microsoft — Sony и Nintendo — не русифицируют свои игры. «Мы планируем начать локализацию в этом году. Примерно 20% новых игр будут переводиться на русский язык», — отметил господин Харламов.

Александр Малахов



Мы с ответственностью подходим к реализации самых смелых и масштабных проектов и доводим их до успешного завершения.

Мы пятнадцать лет сплоченной командой единомышленников создаем надежные решения для крупных операторов связи.

Мы обеспечиваем стабильность бизнеса наших заказчиков.

Лидия Уткина
Старший бухгалтер

Игорь Дё
Руководитель проекта

НАША ЖИЗНЬ BILLING.RU

 PETER-SERVICE

тел.: +7 812 326 12 99
факс: +7 812 326 12 98

billing.ru

телеком

Sony отформатировала Toshiba

видеотехнологии

В феврале японская корпорация Toshiba официально объявила о прекращении производства и продажи HD DVD-проигрывателей. Фактически это означает окончание многолетнего противостояния новых видеоформатов HD DVD и Blu-ray от корпорации Sony. Наблюдатели, однако, утверждают, что трудные времена для Blu-ray не закончились: слишком велики еще производственные издержки, что выливается в высокую конечную цену, да и интернет может притормозить триумфальное шествие Blu-ray к массовому потребителю.

Голливудско-розничное лобби для Blu-ray

В феврале руководство корпорации Toshiba официально заявило, что свернет производство и продажу HD DVD-проигрывателей к концу марта этого года. Таким образом, победа в борьбе за единый стандарт видеодисков нового поколения остается за противостоявшим ему форматом Blu-ray корпорации Sony.

Стандарт записи на диски HD DVD был разработан компанией Toshiba в 2002 году. Однослойный HD DVD может вмещать 15 Гб информации, двухслойный — 30 Гб. В конце марта 2006 года Toshiba выпустила первый HD DVD-плеер. Формат Blu-ray Disc, разработанный группой компаний во главе с Sony (Hitachi, LG, Panasonic, Pioneer, Philips, Samsung, Sharp, Thomson), официально был запущен также в 2002 году. Первые проигрыватели этого стандарта появились еще в 2003 году, однако стоили они почти \$4 тыс. Первые диски с записями стандарта Blu-ray (емкость однослойного диска составляет 25 Гб) появились в июне 2006 года, но поначалу расходились очень медленно. Однако ситуация стала меняться после выхода игровой приставки Sony Playstation 3, способной проигрывать Blu-ray диски.

В разное время о своей поддержке той или иной технологии заявляли многие крупные киномпании и розничные сети. Еще осенью прошлого года эксперты утверждали, что говорить о том, какой формат выйдет победителем, рано. Даже несмотря на то что уже к октябрю, по данным исследовательских организаций, продажи Blu-ray дисков в США опережали HD DVD в два, а в Европе почти в четыре раза, наблюдатели полагали, что ситуация еще может выровняться.

Однако зимой этого года события стали развиваться более стремительно, и не в пользу HD DVD. В январе киномпания Warner Brothers, ранее поддерживавшая оба формата, объявила, что с июня 2008 года будет выпускать свои фильмы только на Blu-ray. А представители крупнейших в США розничных сетей Wal-Mart, Best Buy и онлайн-магазина Netflix также объявили, что будут распространять видео высокого разрешения только в формате Blu-ray. К этому времени Sony продала уже более 10,5 млн игровых приставок Sony Playstation 3 с приводом Blu-ray, вышедших на рынок в 2006 году. Toshiba также решила заручиться поддержкой компании—производителя популярных игровых приставок. Выбор пал на корпорацию Microsoft и ее Xbox 360. Правда, пользователи приставки Xbox 360 могли проигрывать на ней HD DVD-диски, только приобрести привод примерно за \$150. На дополнительные траты были готовы немногие, поэтому компаниям Toshiba и Microsoft удалось продать всего около 1 млн таких устройств. По данным исследовательской компании NPD Group, спустя всего неделю после того, как киностудия Warner Brothers отказалась от формата, продажи Blu-ray проигрывателей в Северной Америке составили уже 93% от общего количества проигрывателей нового поколения.

«Это было очень сложное для нас решение, но когда мы подумали обо всех проблемах, которые испытывают потребители и наши партнеры, то поняли, что продолжать производство этого формата, сохраняя такое небольшое присутствие на рынке, не имеет смысла», — отметил глава Toshiba Ацутоси Нашидзу. Эксперты единогласно одобрили решение, согласившись, что за счет сокращения затрат на продвижение HD DVD компания может в следующем году увеличить свои прибыли. «Потенциальные потери малы по сравнению со средствами, которые будут сохранены», — отметил аналитик Goldman Sachs Икуо Матсухаси. — Никто не хочет, чтобы война форматов затянулась». После поражения Toshiba две голливудские киноком-



паний, DreamWorks и Paramount, ранее подписавшие соглашение о выпуске фильмов на HD DVD и, по неофициальным данным, получившие за это по \$150 млн, заявили, что прекратят производство на HD DVD, но после того как выполнят контрактные обязательства перед Toshiba. По словам ге-

нерального директора Dreamworks Джеффри Катценберга, «мы все-таки являемся партнерами Toshiba и обязаны соблюдать контракт». В свою очередь, Paramount уточнила, что уже 4 марта выпустит последний фильм на HD DVD. По данным американского отраслевого издания Hollywood Reporter, уже

летом этого года Paramount может начать производство фильмов в формате Blu-ray.

По неофициальным данным американских СМИ, компания Apple, дождавшаяся исхода борьбы между Sony и Toshiba, теперь планирует оснастить свои ноутбуки приводом для проигрывания Blu-ray дисков. Как сообщило 29 февраля издание AppleInsider, компания Стива Джобса уже начала переговоры с Sony в надежде подписать соглашение о поставках приводов Blu-ray для ноутбуков линейки MacBook Pro.

А в начале марта сама Sony заявила, что в 2008 году выпустит более 100 фильмов на Blu-ray, при том что с самого начала войны форматов компания выпустила всего 93 фильма. В числе ожидаемых релизов — историческая драма «Еще одна из рода Бойн» со Скарлетт Йоханссон и Натали Портман в главных ролях и комедия «Хэнкок» с Уиллом Смитом. Как заявил в интервью специализированному онлайн-порталу Video Business президент Sony Pictures Home Entertainment Дэвид Бишоп, «в каком-то смысле война форматов закончилась немного раньше, чем ожидалось. Но нельзя сказать, что в феврале мы уже сидели и ждали, когда все закончится. Потребители хотят видеть фильмы в ранее невиданном качестве, и мы собираемся удовлетворить их потребности».

Тернистое будущее Blu-ray

Несмотря на поражение HD DVD, мнения экспертов по поводу будущего Blu-ray разделились: некоторые прочат ему блестящие перспективы, другие уверяют, что этот формат останется лишь нишевым продуктом для немногих ценителей. Все, однако, согласны с тем, что главным препятствием для завоевания форматом Blu-ray массового потребителя является его дороговизна. Сейчас стоимость Blu-ray проигрывателя \$450–500, а диски как минимум на \$5–10 дороже, чем стандартные DVD. И резкого снижения цен не планируется — только на этой неделе Sony объявила о намеченном на лето выпуске новой версии плеера за \$400.

Аналитики уверены, что пока цена плеера Blu-ray не упадет до \$200 или ниже, продажи таких проигрывателей не превысят 25% от общего числа проигрывателей. «История стара как мир: новая технология вводится по завышенной цене, затем затраты на ее разработку окупаются, и ее рыночная стоимость уже приближается к себестоимости, которая невелика», — говорит Джон Бауман, аналитик Global Insight. Но лишь немногие эксперты выдвигают оптимистичные прогнозы о массовой экспансии Blu-ray уже до конца этого года. Дело в том, что победа Blu-

ray, с одной стороны, сняла для потребителей проблему выбора между двумя видеоформатами нового поколения, а с другой — не особенно помогла в конкуренции со стандартным DVD-форматом. «Победа над Toshiba, безусловно, устраняет некоторые препятствия для Blu-ray. Отношения формата с потребителями станут проще, и это должно привести к постепенному снижению цен на плееры», — отмечает аналитик NPD Group Росс Рабин. — Но пока большинство людей остаются

довольны, просто меняя старый DVD-проигрыватель на более новую компактную модель, и не считают нужным тратить \$350–400 на Blu-ray».

Кроме того, существует несколько модификаций видеопроигрывателей этого формата. Конечно, все Blu-ray плееры, в том числе самых первых версий, могут воспроизводить все диски Blu-ray, в том числе выпущенные совсем недавно. Однако более старые модели не могут быть перепрограммированы для использования новых функций, таких как «картинка в картинке» или загрузка видеоконтента через интернет. По мнению господина Рабина из NPD Group, «технология Blu-ray все еще остается зажатой между существованием разных собственных версий и тем, что потребители в общем-то удовлетворены и обычным DVD-форматом». Как утверждает глава аналитической компании Enderle Group Роб Эндерле, те Blu-ray проигрыватели, модификация которых невозможна, очень скоро устареют. Он отмечает, что HD DVD в этом смысле были изначально лучше продуктами и более совершенны.

Этот факт, однако, мало успокаивает тех, кто уже купил HD DVD-плееры. Ритейлеры, надеющиеся хотя бы отчасти смягчить гнев в разочарованные покупатели, обращают их внимание на то, как хорошо эти плееры могут проигрывать стандартные DVD. «За последнее время многие наши покупатели, воспользовавшись скидками, приобрели HD DVD-плееры», — говорит владелец одного из крупнейших онлайн-магазинов техники, Abt Electronics. — Мы собираемся сказать им: вы купили прекрасный DVD-плеер, наслажда-

етесь им. Вы заплатили за него всего \$150, таким образом, вы потеряли не так уж и много».

Некоторые проблемы для массовой экспансии Blu-ray может создать и интернет. Речь идет о стремительно развивающихся сервисах, позволяющих загружать видео высокого разрешения. Такие услуги уже предоставляют Apple, TiVo, Sling Media, VUDU, а также операторы кабельного и спутникового телевидения. Наблюдатели рынка считают, что качество получаемого таким образом видео хоть и не так высоко, как в Blu-ray, но достаточно, чтобы удовлетворить потребителя. Кроме того, как утверждают специалисты, человеческий глаз способен оценить достоинства форматов высокого разрешения, в том числе Blu-ray, лишь на экра-

нах с диагональю от 32 до 46 дюймов и на достаточно близком расстоянии. В любом другом случае разницы между фильмами высокого разрешения, загруженными через интернет и просматриваемыми на современных компьютерных мониторах, и Blu-ray потребитель не ощутит. «Во многих странах, где HD-контент не распространен широко, Blu-ray рискует остаться нишевым продуктом», — утверждает Ричард Купер, аналитик Screen Digest (подробнее см. интервью). Серьезность «интернет-угрозы» признает и сама Sony: глава корпорации Говард Стрингер уже выразил готовность конкурировать с такими компаниями, как Apple, в области загрузки видеоконтента через интернет.

Екатерина Дударева

«СУДЬБУ BLU-RAY РЕШИЛ ГОЛЛИВУД. ТО, ЧТО ВЫБИРАЮТ КИНОСТУДИИ, ВЫБИРАЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬ»

МАРАТ РАКАЕВ, пресс-секретарь российского офиса Samsung Electronics.

— Заявление Toshiba о выходе из проекта HD DVD было ожидаемым?

— В определенной степени — да. Не могу сказать, что это означает стопроцентную победу Blu-ray, но на сегодняшний день Blu-ray находится в гораздо большем развитии. Этот формат выбрало большинство киностудий. А то, что выбирают киностудии, выбирает потребитель.

— Насколько популярны сегодня форматы HD DVD и Blu-ray в России?

— В России оба формата в настоящее время востребованы в гораздо меньшей степени, чем в США или Японии. Это связано с отсутствием контента на рынке. Практически нет фильмов на русском языке. Переводом филь-

мов в этих форматах на данный момент, к сожалению, никто не занимается. Кто-то просто должен взять это в свои руки. Стоимость диска в формате Blu-ray либо HD DVD составляет около \$10–15. Обычный лицензионный DVD-диск можно приобрести за \$5–10.

— Как скоро формат Blu-ray станет доминирующим, то есть скоро ли объем продаж устройств с Blu-ray превысит объем продаж DVD-проигрывателей?

— Объем продаж устройств с Blu-ray, возможно, превысит объем продаж девайсов с DVD только через два-три года. Сейчас проигрыватели Blu-ray в основном покупают любители технических новинок или люди, которым не составляет труда смотреть фильмы на английском языке. Но по большому счету этот бизнес уже можно признать успешным.

Записала
Клавдия Большакова

КОМСТАР > СВЯЗЬ > БИЗНЕС

Эффективная связь в вашем офисе



реклама

Современный бизнес движется вперед, используя свежие идеи и адаптируясь к новым условиям. Постоянные изменения стали нормой нашей жизни. Как опытный и надежный партнер, мы предлагаем передовые технологии для того, чтобы вы могли достичь большего. Телекоммуникационные технологии «КОМСТАР – Объединенные ТелеСистемы» обеспечивают свободное и постоянное развитие вашего бизнеса.



ОАО «КОМСТАР – ОТС»
119121, Москва, Смоленская-Сенная пл., д. 27, стр. 2
тел.: (495) 956-00-00 info@comstar-uts.ru www.comstar-uts.ru

телеком

Школьный Linux: первый тест

свободное ПО

В конце ноября прошлого года Рособразованию провело тендер на разработку дистрибутива операционной системы Linux и установку его в школах России. Победителем тендера стала компания «Армада», которая будет внедрять три версии дистрибутивов с системой ALT Linux 4.0. Что ждет российских школьников, разбирался корреспондент «Ъ-Телекома» **Евгений Любарский**.

Конкурс на поставку Linux в школы выиграло ООО «РБК-Центр», сто процентная «дочка» ОАО «Армада». Компания обязалась выполнить контракт за 59,5 млн руб. при стартовой цене 70 млн руб. Согласно конкурсной документации, победитель должен был к концу 2007 года разработать три версии дистрибутива операционной системы (ОС) Linux для различных по мощности ПК и затем до конца 2008 года внедрить их в 50% городских и 20% сельских школ трех пилотных регионов — Татарию, Пермский край и Томской области.

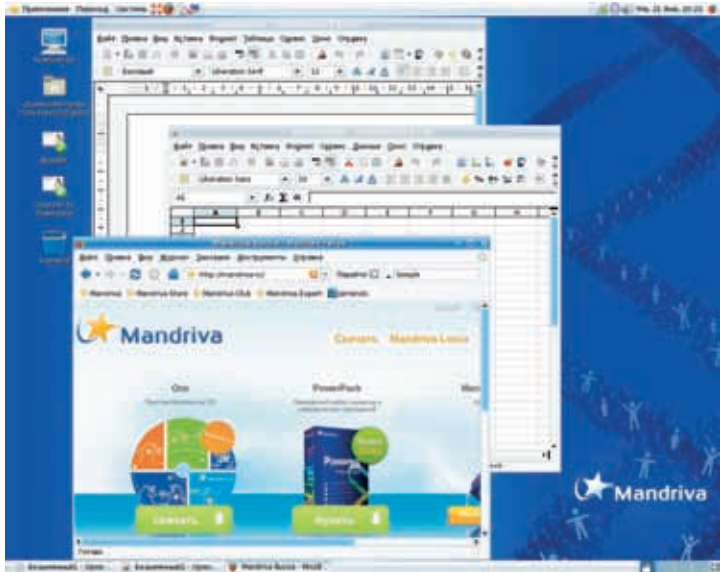
Гендиректор «Армады» Алексей Кузовкин пояснил, что в заявке компании указаны еще несколько компаний: «Наш консорциум состоит из «Армады», РАМЭК, «дочки» «Рособоронэкспорта», Национального центра информационных технологий» (НИЦИТ) и российских разработчиков ALT Linux, Linux-Online и Linux Ink». По словам господина Кузовкина, «Армада», РАМЭК и НИЦИТ займутся внедрением и технической поддержкой, а остальные партнеры — собственно разработкой дистрибутивов.

На 2009 год Рособразованию запланировано более крупный конкурс, напоминает гендиректор ALT Linux Алексей Смирнов: «На нем будет разыгрываться контракт на внедрение ОС Linux во всех школах страны в качестве второй ОС после Microsoft Windows». Сумма госзаказа в 2009 году составит, по предварительным оценкам Мининформсвязи, не менее 650 млн руб.

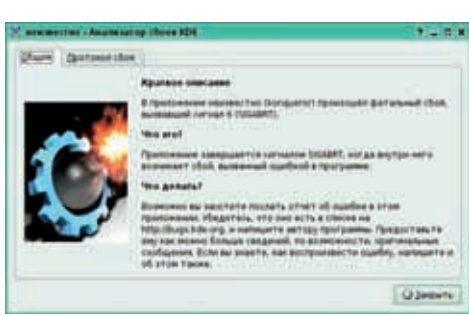
Что тестировали

«Ъ-Телеком» протестировал три варианта дистрибутивов с системой ALT Linux. От самого простого (Linux Lite), требующего для своей работы компьютер с процессором с тактовой частотой 233 МГц и 256 Мб оперативной памяти, до наиболее полного (Linux Master). Требования к последнему — процессор с частотой 1,5 ГГц и 1024 Мб памяти.

Помимо операционной системы в состав дистрибутивов входит набор программ для решения различных задач. В частности, в дистрибутив Linux Lite входят офисный пакет OpenOffice, интернет-браузер Mozilla Firefox, графический редактор GIMP и другое прикладное ПО. Заметим, что пакет OpenOffice представляет собой реальную альтернативу Microsoft Office как по функциональности, так и по совместимости с документами, созданными в среде Windows. В Linux Junior и перечисленным программам добавляются образовательные пакеты по различным предметам, почтовый клиент Mozilla Thunderbird и ряд других программ. Также здесь используется улучшенная графическая среда KDE. И, наконец, третий дистрибутив Linux Master отличается от предыдущего наличием требовательной к ресурсам среды разработки Eclipse, а также тем, что по-



Mandriva Linux 2008



Ошибка приложения в ALT Linux 4.0

ставляется он не на двух CD-дисках, как два других дистрибутива, а на одном DVD.

Учитывая, что эти дистрибутивы фактически базируются на одной операционной системе ALT Linux 4.0, для сравнения мы протестировали еще два комплекта дистрибутивов от других производителей — Mandriva и Ubuntu. Оба дистрибутива помимо операционной системы содержат необходимый для повседневной работы набор программ, схожий по составу с комплектами ALT Linux. В Mandriva и Ubuntu нет только образовательного программного обеспечения, поскольку эти дистрибутивы не адаптировались к нуждам школ. В качестве графической оболочки у тестируемых Mandriva и Ubuntu использовалась GNOME.

Как тестировали

В качестве испытательного стенда для всех дистрибутивов использовался один и тот же компьютер следующей конфигурации. Процессор Intel Pentium 4 — 2,4 ГГц, системная плата на чипсете Intel 845G, оперативная память DDR 512 Мб, жесткий диск ATA/100 — 40 Гб, интегрированная видеокарта, сетевой адаптер 3Com 3C905, звуковая карта стандарта AC'97, привод DVD-ROM, монитор LCD 19" с разрешением 1280x1024.

Таблица тестирования

Дистрибутив	Linux Lite	Linux Junior	Linux Master	Mandriva	Ubuntu
Операционная система	ALT Linux 4.0	ALT Linux 4.0	ALT Linux 4.0	Mandriva Linux 2008	Ubuntu 7.10
Версия ядра	2.6.18	2.6.18	2.6.18	2.6.22	2.6.22
Графическая среда	Xfce 4.4	KDE 3.5.8	KDE 3.5.8	GNOME 2.20	GNOME 2.20
Поставка дистрибутива	на двух CD	на двух CD	на одном DVD	на одном CD	на одном CD
Программное обеспечение в дистрибутиве	Офисный пакет OpenOffice.org, браузер Mozilla Firefox, почтовый клиент Claws Mail, графический редактор GIMP, словарь StarDict, среды разработки Lazarus, Bluefish, аудиоплеер XMMS, видеоплеер xine, антивирус KlamAV, игры	Офисный пакет OpenOffice.org, браузер Mozilla Firefox, почтовый клиент Mozilla Thunderbird, графический редактор GIMP, словари StarDict, KSocrat, среды разработки KDevelop, Lazarus, аудиоплеер aMaraK, видеоплеер Kaffeine, антивирус KlamAV, игры	Офисный пакет OpenOffice.org, браузер Mozilla Firefox, почтовый клиент Mozilla Thunderbird, графический редактор GIMP, словари StarDict, KSocrat, среды разработки Eclipse, KDevelop, аудиоплеер aMaraK, видеоплеер Kaffeine, антивирус KlamAV, игры	Офисный пакет OpenOffice.org, браузер Mozilla Firefox, графический редактор GIMP, мультимедийные программы, утилиты	Офисный пакет OpenOffice.org, браузер Mozilla Firefox, графический редактор GIMP, мультимедийные программы, утилиты
Образовательное ПО (предметы)	Математика, информатика	Алгебра, геометрия, информатика, химия, астрономия, география, иностранные языки	Алгебра, геометрия, информатика, химия, астрономия, география, иностранные языки	—	—
Особенности дистрибутива	Простая установка, полная русификация, работает в сети с Windows-компьютерами, имеется документация, поддерживает различные устройства на уровне драйверов	Простая установка, полная русификация, работает в сети с Windows-компьютерами, имеется документация, поддерживает различные устройства на уровне драйверов	Простая установка, полная русификация, работает в сети с Windows-компьютерами, имеется документация, поддерживает различные устройства на уровне драйверов	Простая установка, полная русификация, работает в сети с Windows-компьютерами, поддерживает различные устройства на уровне драйверов	Простая установка, частичная русификация, работает в сети с Windows-компьютерами, поддерживает различные устройства на уровне драйверов
Время установки (мин.)	35	40	42	30	25
Использованное место на диске (Гб)	3,0	4,0	4,5	2,2	2,0
Тест производительности Geekbench 2	1150	1193	1191	1161	1155
Субъективная оценка	4,0	4,5	4,5	5,0	4,5

NO COMMENT | BANGKOK POST

Three big pirates. Три самых крупных пирата

Американская организация по защите интеллектуальной собственности потребовала, чтобы правительство США более внимательно рассматривало случаи нарушения прав интеллектуальной собственности в Таиланде. Но более интересно не это, а то, кого эта организация назвала главным мировым нарушителем законов об авторском праве: Россию, Китай и... Канаду.

Президент Международного альянса по защите интеллектуальной собственности Эрик Смит призвал Торговую палату США поместить Таиланд в «приоритетный» список стран, требующих особого внимания в вопросе нарушения прав интеллектуальной собственности. В этом списке уже присутствуют Аргентина, Чили, Коста-Рика, Египет, Индия, Мексика, Перу, Саудовская Аравия и Украина. Но после этого он сделал еще более неожиданное заявление: он попросил включить в список рядовых нарушителей еще десять государств — Испанию, Грецию, Швецию, Израиль, Ливан, Турцию, Бразилию, Бангладеш, Нигерию и Казахстан. В результате этого добавления общее число стран в списке достигнет 29.

Международный альянс по защите интеллектуальной собственности публикует список нарушителей каждый год в конце апреля.

В конце этой недели Таиланд представит некоторые доказательства, которые, как надеются официальные лица, смогут убедить Соединенные Штаты в том, что Таиланд изменил ситуацию с пиратством в лучшую сторону.

На прошлой неделе глава департамента по защите интеллектуальной собственности Таиланда Пуанграт Асавалисит сообщил журналистам, что страна предоставит эти доказательства до пятницы. Он добавляет, чтобы страну вычеркнули из «приоритетного» списка стран, требующих особого внимания. Страну переместили в этот список из списка рядовых нарушителей в прошлом году, когда американские официальные лица сообщили, что Таиланд арестовал всего лишь несколько крупных нарушителей авторского права.

Пуанграт отказался давать комментарии на вопрос о появившихся слухах, что Соединенные Штаты будут бы планируют понизить Таиланд еще больше. Если Таиланд окажется в «приоритетном» списке иностранных государств, тогда Соединенные Штаты могут ввести против него экономические санкции. Однако мало кто верит, что США пойдут на такой шаг, принимая во внимание то, что Таиланд возвращается на путь демократии. Скорее всего, Таиланд просто еще один год продолжит в «приоритетном» списке.

В представленном в минувший понедельник отчете Международного альянса по защите интеллектуальной собственности отмечается, что в прошлом году «успехи Таиланда в защите авторских прав и контроле над соблюдением законов были довольно противоречивыми». «Несмотря на недавние действия правительства страны, в ней сохраняется высокий уровень пиратства и число его жертв не падает», — говорится в документе.

С другой стороны, проводилось множество рейдов в крупных торговых центрах и торговых зонах. Однако пиратство по-прежнему процветает и «киноиндустрия Таиланда, в частности, сообщает о пугающем росте объемов экспорта академической и специализированной литературы высокого качества».

Большой неожиданностью стала критика Международного альянса по защите интеллектуальной собственности в адрес американского соседа — Канады. Удивило и то, что она была вкюпе со злостными нарушителями Россией и Китаем названа в «большой тройке» пиратов.

По словам господина Смита, в прошлом году американские производители коммерческого программного обеспечения потеряли около \$511 млн на продажах в Канаде именно из-за пиратства. В 2006 году эта цифра составляла \$494 млн.

По данным организации, треть коммерческого программного обеспечения, использовавшегося в Канаде в 2007 году, было нелегальным. Это всего на 1% ниже, чем за год до того.

Кроме того, как отмечается в отчете Международного альянса по защите интеллектуальной собственности, спустя десять лет после подписания договоров, распространяющих защиту прав в на интернет, Канада по-прежнему «не предприняла значимых шагов в сторону модернизации своего закона о защите авторских прав, чтобы привести его в соответствие с мировыми стандартами».

Отраслевая организация отмечает, что по самым консервативным оценкам в 2007 году амери-

канские компании потеряли из-за пиратства \$30–35 млрд по всему миру. Во главе списка нарушителей по-прежнему стоит Китай. Объем потерь на этом рынке достигает \$2,98 млрд. В 2006 году эта цифра составляла \$2,43 млрд. По данным организации, американские производители коммерческого программного обеспечения понесли самые большие убытки от пиратства — \$2,47 млрд.

Однако потери американской звукозаписывающей индустрии в Китае в 2007 году выросли больше, чем в два раза и составили \$451 млн, а рыночная доля пиратской музыки выросла до 90%.

«Онлайн- и мобильное пиратство представляют огромную проблему теперь, когда число жителей Китая, имеющих доступ к интернету, достигло 210 млн, а число мобильных устройств на рынке превысило 500 млн», — отмечается в отчете организации. Россия в рамках переговоров о вступлении во Всемирную торговую организацию в ноябре 2006 года подписала соглашение с Соединенными Штатами, обязуясь сократить масштабы пиратства. Прошло уже более года, но Россия до сих пор не реализовала этот пакт полностью, и проблема пиратства в стране остается одной из самых серьезных в мире. «Уровень пиратства в отдельных секторах в 2007 году сохраняется на уровне 70% и выше», — отмечает организация. Однако общие потери в России в прошлом году сократились до \$1,43 млрд. В 2006 году они составляли \$1,96 млрд.

Перевела Алена Миклашевская

Александр Поносов поменял «ось»

конкуренция

Директор школы села Сепыч (Пермский край) Александр Поносов, признанный виновным в установке пиратского Windows на 12 школьных компьютеров, в феврале этого года поменял место работы. Господин Поносов занялся популяризацией главного конкурента Microsoft Windows операционной системы Linux. Сельский учитель фактически стал рекламным лицом IT-компаний, выигравших конкурс Рособразованию по пробной установке Linux на школьные компьютеры в трех российских регионах.

«Быть директором я не хотел вообще никогда: у директоров слишком мало времени остается на преподавание. А окончательное решение об уходе из школы я принял совсем недавно», — объяснил господин Поносов. Напомним, директор школы села Сепыч получил известность после того, как прокурорская проверка выявила, что на компьютерах в школе, которой руководит Александр Поносов, использовался нелегальный Windows. Дело было передано в суд после того, как господин Поносов письменно обязался не применять пиратские продукты и даже приказал оштрафовать учителя информатики, однако затем отменил приказ, сославшись на необходимость проведения экзамена по информатике. В феврале 2007 года Верещагинский суд закрыл дело учителя «за малозначительностью», после того как президент Владимир Путин назвал дело господина Поносова «чушью собачьей». Затем по требованию прокуратуры приговор был пересмотрен: в мае 2007 года господина Поносова приговорили к штрафу в 5 тыс. руб. Кассационная и надзорная инстанции оставили приговор без изменения. Александр Поносов заявил о том, что подает жалобы в Верховный суд и Европейский суд по правам человека.

Но в итоге 12 февраля он покинул пост директора школы села Сепыч, так как захотел заняться пропагандой свободно распространяемого программного обеспечения. Как выяснилось, речь идет о главном конкуренте Microsoft Windows операционной системы Linux. Отметим, что дело сельского учителя вызвало огромный общественный резонанс. Подобной известностью воспользовались IT-компании, продвигающие продукт, конкурирующий с Windows. В середине января в Сепыче побывал заместитель гендиректора компании ALT Linux Алексей Новодворский, который вручил господину Поносову несколько комплектов Linux. ALT Linux входит в консорциум, возглавляемый компанией «Армада», который в ноябре 2007 года выиграл конкурс Рособразованию



Александр Поносов снабдит школьников Linux

по «разработке и апробации» бесплатно распространяемого ПО в школах Томской области, Татарии и Пермского края. Источником «Ъ» в министерстве образования Пермского края сообщил, что господин Поносов займет должность регионального руководителя проекта «Армады» по распространению Linux в местных школах. Впрочем, министр образования края Николай Карпушин заявил, что об этих планах Александра Поносова ему ничего не известно. В то же время министр отметил: «Если он видит себя в этом деле, то на каком-нибудь участке мы с ним сотрудничать готовы». По словам Николая Карпушина, в течение февраля Linux будет установлен в десяти школах края, а к концу года на Linux перейдут 50% городских и 20% сельских школ.

Заместитель гендиректора «Армады» Игорь Горбатов и Алексей Новодворский заявили «Ъ», что официальных предложений о найме на работу господину Поносову не делали. Впрочем, представитель «Армады», просивший не упоминать его имя в печати, отметил, что назначение учителя на должность «вполне вероятно». «Александр Поносов в этом проекте скорее PR-фигура», — считает председатель комитета по внедрению свободного программного обеспечения торгового-промышленной палаты Пермского края Денис Галлицкий. — Его привлечение к внедрению Linux в школы — очень удачный ход, ведь он уже давно стал «лицом» продвижения бесплатного программного обеспечения в нашей стране». От самого Александра Поносова комментарии получить не удалось.

Максим Стругов, Иван Тяжлов

Легальный Windows за \$110 млн

контракты

Рособразование признало группу компаний «Компьюлинк» победителем в конкурсе на поставку лицензионного программного обеспечения в школы в течение 2007–2009 годов на \$110 млн. Хотя сумма контракта велика для рынка, других претендентов на него не оказалось из-за крайне низкой доходности проекта.

9 ноября прошлого года конкурсная комиссия Рособразования приняла решение о заключении госконтракта с единственным участником конкурса на поставку лицензионного софта в школы ГК «Компьюлинк». Сумма контракта (\$110 млн) является рекордной для IT-рынка в прошлом году, рассказал президент «Компьюлинка» Михаил Ляц. Для сравнения: по итогам 2006 года весь оборот группы оценивался в \$210 млн.

Представитель Рособразования добавил, что на участие в конкурсе была подана всего одна заявка. «Компанию можно понять, ведь контракт действительно масштабный и для участия в конкурсе нужно было выплатить своего рода залог в 135 млн руб.», — объяснил он. По словам господина Ляца, из-за отсутствия других претендентов конкурс признали несостоявшимся, но «в соответствии с федеральным законом о размещении заказов на поставки в госучреждения, «Компьюлинк» все же получил контракт». Он предположил, что другие компании не подавали заявки из-за сложности исполнения контракта: нужно привлечь множество субподрядчиков, договариваться с разработчиками ПО о ценах и пр., «при этом что контракт нельзя назвать высоко-реентабельным».

Президент ГК Veyersell Михаил Краснов уверен, что много заработать на контракте «Компьюлинку» не удастся: «Нужно учитывать, что это лицензирование школьного ПО, поэтому маржинальность там минимальная, если вообще есть». На мой взгляд, если «Компьюлинк» исполнит условия конкурса на 100%, то заработать ему не удастся. На долю компании придется примерно 1 млрд руб. выручки, но она понесет сопоставимые издержки, так как ей придется строить call-центры, создавать сеть техподдержки, порталы и т. д.», — подсчитал президент компании LETA Александр Чачава.

● ВТК «Компьюлинк» входит ООО «УСП Компьюлинк» (имеет собственное производство компьютерного оборудования под торговой маркой CLR), ООО «Джи-Эм-Си-Эс» (GMCSS), «Аскейт» и «Компьюлинк Центральной Азии» (представительство компании в Казахстане). Контролируют Михаил Ляц и Сергей Сульгин.

Конкурс Рособразования под номером НП-17 подразмеивает поставку в 60 тыс. российских школ (650–700 тыс. компьютеров) пакета лицензионного ПО в 2007–2009 годах. В пакет вошли ОС Windows XP, Microsoft Office, словарь ABYBY Lingvo 12, антивирусное ПО Kaspersky Work Space Security, Adobe Photoshop CS3 и другие. Источником в Рособразовании знает, что Microsoft согласилось лицензировать ОС Windows на всех ПК примерно за \$20 млн (около \$30 за каждый компьютер). Пресс-секретарь Microsoft Евгений Данилов не стал это комментировать.

Напомним, что проект Мининформсвязи по легализации Windows в школах сопоставлялся Минфином России. В частности, Минфин фактически заблокировал проект, настаивая на его финансировании из бюджетов регионов. Ведомство фактически обвинило Мининформсвязи в намерениях укрепить зависимость бюджетных структур от продуктов Microsoft. Но в итоге ведомство дало добро на финансирование проекта из бюджета в размере 3 млрд руб. в течение трех лет.

«Ранее предполагалось, что государство будет расплачиваться с поставщиками софта в течение трех лет и будет платить за лицензии на ПО для каждой школы исходя из количества установленных в ней машин», — говорит директор департамента государственных программ Мининформсвязи Максуд Шадаев. — Новая редакция, устроившая Минфин, предусматривает единовременный платеж за использование ПО в течение трех лет без ограничения по количеству ПК. Такая схема менее капиталоемкая, поскольку каждый год количество компьютеров в школах растет на 10–15%».

Государство могло бы сэкономить \$80 млн, закупив свободное ПО, например OpenOffice, которое корректно работает как под Windows, так и под Linux, вместо Microsoft Office, считает гендиректор ALT Linux Алексей Смирнов. «Можно было бы закупить ОС Windows, но установить пакет бесплатного ПО для работы с графикой и текстами. Платный архиватор WinRAR можно легко заменить бесплатным Zip», — добавляет он.

Процент школьных ПК, способных работать с предложенным софтом, составляет около 16%, подсчитали эксперты. «Примерно 84% школьных ПК имеют всего 256 Мб оперативной памяти и только 16% — 1 Гб памяти и процессор 1,5 ГГц. На 256 Мб оперативной памяти Photoshop будет грузиться с полурюка», — отметила директор центра инвестиций в высокие технологии ИК «Финанс» Элина Юрина.

Александр Лукашук