

В этом году Смольный собирается внедрить систему электронной регистратуры во всех районах города. Если это произойдет, то в 2013 году горожане смогут записываться на прием к врачу, не выходя из дома, для этого будет достаточно подключенного к интернету компьютера, либо смартфона или планшетника. Внедрение системы чиновники комитета по информатизации и связи Петербурга начали в 2010 году и столкнулись с целым рядом проблем — в некоторых уже охваченных поликлиниках электронная регистратура по факту не работала, а сотрудники медучреждений иногда саботировали инновации. В Смольном обещают решить эти проблемы в текущем году.

На прием через интернет

позволит записаться электронная регистратура

IT-доктор

«Работу над системой мы начали в 2010 году», — комментируют в комитете по информатизации и связи, — но непосредственно внедрение стартовало только в конце 2010 года. До этого был длительный этап разработки электронной регистратуры. Мы отказались от использования готовых продуктов, поскольку большинство решений предъявляют высокие требования к компьютерному и коммуникационному оборудованию. В случае отсутствия компьютера на рабочем месте врача эти решения могут не функционировать или работать в упрощенном режиме. Система, создаваемая в нашем городе, позволяет достичь поставленных перед медицинскими учреждениями целей, не предъявляя требования по оснащению всех без исключения рабочих мест врачей компьютерами».

По словам чиновников, за 2011 год системой удалось охватить четыре района города — Адмиралтейский, Василеостровский, Кировский и Курортный. Всего на сегодня подключено 87 медучреждений, а также четыре районных отдела здравоохранения и четыре центра записи на прием к врачу. До конца 2012 года чиновники обещают внедрить систему



В комитете по информатизации и связи обещают, что в следующем году станут доступны электронные номерки на прием к врачу

электронной регистратуры во всех районах города. По их словам, за год удалось «обкатать» систему на тестовых

районах, и сейчас процесс внедрения пойдет быстрее. По сути, все попытки автоматизировать процесс за-

писи пациентов на прием до недавнего времени носили хаотичный характер. Какие-то поликлиники смогли на-

ладить эффективный процесс записи через собственные сайты, подключились к районным центрам, установили

инфокиоски в своем холле. А некоторые категорически сопротивлялись любым нововведениям. Много и тех, кто

начал, но бросил процесс на полпути. В итоге, например, в городских поликлиниках установлено 47 инфотерминалов самого разного типа и с разными требованиями к формату информационной системы. В 2012 году запланирована централизованная закупка 138 новых унифицированных инфокиосков, но специалисты, работающие над внедрением электронной регистратуры, обещают, что наладят работу уже установленных терминалов с системой, и деньги за них не окажутся выброшенными.

Основная проблема, как при любом внедрении новой информационной системы, оказалась в людях. Работники регистратуры в некоторых поликлиниках попросту игнорируют талоны на прием к врачу, выписанные через интернет или по телефону, выдавая на месте дублирующие номерки. Да и некоторые главврачи потворствуют неполной занятости специалистов, чтобы у них оставались свободные «окна» для приема пациентов на хозрасчетной основе. В комитете по здравоохранению заверяют, что решат эти проблемы административными мерами и ведением постоянного мониторинга работы системы в каждом медучреждении. (Окончание на стр. 18)

18
страница

Банк «Санкт-Петербург» внедрил новую систему

19
страница

«Балтика» обновляет софт



20
страница

В каких джинсах ходит Брэд Питт?



«САНКТ-ПЕТЕРБУРГ» — БАНК ВЫСОКОЙ ИНТЕРНЕТ-КУЛЬТУРЫ

Правильная организация информационной безопасности позволяет эффективно защищать бизнес от серьезных финансовых потерь и ударов по репутации. Более того, своевременная реализация необходимых мер в этой сфере может дать компании конкурентные преимущества перед другими участниками рынка. Банк «Санкт-Петербург» и компания «Инфосистемы Джет» рассказали об актуальных угрозах в области информационной безопасности и об успешном опыте реализации проекта по созданию системы контроля доступа в интернет.



Кирилл Викторов, заместитель директора по развитию бизнеса компании «Инфосистемы Джет»

«Крупные компании отличаются большим объемом информации, которой они обмениваются как «внутри себя», так и с другими организациями. Практически любая информация стоит денег, поэтому одна из задач службы информационной безопасности — минимизировать риски, связанные с потерей данных, критичных для бизнеса», — рассказывает Кирилл Викторов, заместитель директора по развитию бизнеса компании «Инфосистемы Джет». — Например, отправка электронного письма с информацией о будущей маркетинговой программе не по тому адресу на рынке ритейла может обесценить существующие и потенциальные инвестиции.

«Инфосистемы Джет» — один из крупнейших российских системных интеграторов, работающих на рынке информационных технологий с 1991 года. Основные направления деятельности: бизнес-решения и программные разработки, ИТ- и телекоммуникационная инфраструктура, информационная безопасность, ИТ-аутсорсинг и техническая поддержка, управление комплексными проектами и др. Синергия компетенций различных подразделений, эффективная организация внутреннего обмена информацией и знаниями, развитая региональная сеть позволяют компании реализовывать крупные интеграционные проекты, в том числе в масштабах страны. Центр информационной безопасности компании «Инфосистемы Джет» — на сегодняшний день самое крупное подразделение, занимающееся информационной безопасностью,

среди всех российских системных интеграторов, в нем работает более 130 высококвалифицированных специалистов. Компания работает на рынке информационной безопасности с 1996 года. Благодаря наличию широкого спектра решений и услуг, сертифицированных специалистов и богатому опыту, а также четко организованной работе проектного офиса Центру доверяют проекты крупные компании с численностью сотрудников в десятки тысяч человек. Центр информационной безопасности целенаправленно ориентируется на решение задач бизнеса и развивает компетенции в новейших технологиях защиты информации. Независимое аналитическое агентство Anti-Malware.ru по итогам 2010 года назвало компанию «Инфосистемы Джет» №1 на рынке ИБ-интеграции в коммерческих организациях.

ИБ, так и с недостаточным пониманием клиентами требований информационной безопасности. Проблемы ДБО в том или ином виде сейчас занимают практически все российские банки: идут поиски конкретных решений, которые на длительный срок могли бы снять вопрос несанкционированного списания средств со счетов клиентов», — добавляет Анатолий Скородумов, начальник отдела информационной безопасности банка «Санкт-Петербург».

Своеобразным катализатором повышения общего уровня информационной безопасности в банках стало появление стандартов и ряда законодательных актов в последние 3–4 года. «Самые наглядные примеры здесь — закон № 152-ФЗ, требования стандарта PCI DSS. В части продвижения и развития своего стандарта по ИБ достаточно активен Банк России. Многие компании осознали ценность проведения внешнего аудита по ИБ. Помимо явного преимущества, заключающегося в повышении общего уровня ИБ и выполнении требований регуляторов, успешное прохождение аудита несет в себе и опосредованные выгоды для бизнеса в виде увеличения лояльности клиентов, повышения позиций в рейтингах», — отмечает Анатолий Скородумов.

Одним из критериев соответствия статусу банка, входящего в рейтинг Топ-

20, является высокий уровень информационной безопасности (как сотрудников банка, так и его клиентов). Проект по обеспечению безопасности работы сотрудников банка «Санкт-Петербург» в интернете стал закономерным стратегическим шагом по обеспечению комплексной защиты ИБ в банке. Решение построили в два этапа. На первом этапе экспертами интегратора совместно со специалистами банка было проведено обследование инфраструктуры, разработаны правила использования интернет-ресурсов, спроектирована и внедрена DLP-система, работающая в режиме мониторинга электронной почты, сообщений на форумах и в социальных сетях. На втором этапе была проведена модернизация интернет-шлюза банка, разработана политика доступа в сеть Интернет, развернута система контроля доступа к интернет-ресурсам в отказоустойчивом режиме. Одним из важных требований банка к системе была возможность масштабирования решения в течение нескольких лет без дополнительных инвестиций в оборудование.

«Внедренное решение представляет собой программно-аппаратный комплекс, состоящий из двух частей. Первая — система контроля за утечками информации, вторая — система контроля доступа в интернет. Комплекс входит в состав интернет-шлюза и работает как в основном, так и в резервном ЦОД банка. Отказоустойчивая конфигурация позволяет обеспечить безопасный доступ в сеть всех сотрудников даже в случае проблем с каналом в интернет — перенаправление пользователей произойдет в автоматическом режиме. Обновление систем, входящих в состав решения, происходит постоянно, с помощью специальных компонент, размещенных в облаке», — говорит Кирилл Викторов.

Реализация первого этапа заняла полгода, второго — три месяца.

«Проделанная нами работа позволила Банку повысить эффективность дея-



Анатолий Скородумов, начальник отдела информационной безопасности банка «Санкт-Петербург»

тельности и не тратить лишнее время на непрофильную активность, что дает возможность сосредоточиться на оказании услуг своим клиентам», — отмечает Кирилл Викторов. — Мы обладаем большим опытом решения задач такого

Решение оптимально соответствует требованиям банка и предоставляет ему широкие возможности для категоризации доступа к сайтам (блокирует или разрешает доступ), защиты от вирусов. Доступ пользователей в интернет соответствует принятым в Банке политикам, а в случае необходимости может производиться анализ SSL-трафика. Это позволяет значительно снизить нагрузку на интернет-канал, осуществлять протоколирование действий сотрудников банка при доступе в интернет, для защиты интернет-трафика от вирусов, вредоносного кода и иных веб-угроз. Кроме этого, внедренная система позволяет принимать взвешенные управленческие решения на основании регулярно формируемых системой отчетов.

класса, и нам удалось это показать еще на одном примере, на этот раз в банковском секторе. Данный проект стал еще одним шагом в реализации стратегии банка. Мы надеемся, что он позволит повысить лояльность клиентов, а значит — приблизить «Санкт-Петербург» к лидирующим позициям среди лучших банков России».

Наличие у сотрудников доступа в сеть Интернет во многих случаях позволяет повысить эффективность их работы, задействовать современные механизмы и методы ведения бизнеса. В то же время основным источником внешних угроз для информационных систем Банка является именно сеть Интернет. «С помощью компании «Инфосистемы Джет» мы реализовали гибкую и безопасную систему доступа сотрудников к ресурсам сети, снизив при этом до приемлемого уровня риски заражения компьютеров вредоносным ПО и утечки банковской информации. Год эксплуатации системы показал ее эффективность. С ее помощью служба безопасности сумела своевременно выявить ряд инцидентов и принять меры по предотвращению утечки банковской информации в сеть интернет. Анализ данных, регистрируемых системой, позволяет реализовывать превентивные меры, снижающие риски, связанные с доступом сотрудников в интернет.

Традиционно всех интересует вопрос о стоимости проекта. Перефразируя широкоизвестное изречение: «Мы не настолько богаты, чтобы покупать дешевые решения». Банк ориентируется на внедрение лучших решений в области ИБ, позволяющих реализовать современные, отказоустойчивые, эффективные, гибкие и безопасные технологии. Стоит отметить, что в настоящее время инвестиции в информационную безопасность — это не просто снижение рисков возможных потерь, это инвестиции в деловую репутацию компании», — добавляет Анатолий Скородумов.

информационные технологии

КОНТЕКСТ

ВНЕДРЕНИЕ

«Корус Консалтинг» внедрил дистрибуцию

Системный интегратор «Корус Консалтинг» завершил проект по внедрению решения «Корус | Дистрибуция» на базе Microsoft Dynamics AX 2009 в группе компаний SuperWave Group, занимающейся дистрибуцией офисной техники Xerox, Brother, Powercom. SuperWave Group переживает бурное развитие: за последние годы обороты группы компаний выросли более чем в два раза. Из-за укрупнения бизнеса и усложнения бизнес-процессов стала очевидной острая необходимость в единой информационной платформе. Для поддержки стратегических планов развития компании было принято решение о внедрении системы «Корус | Дистрибуция» на базе Microsoft Dynamics AX. Группа компаний уже имела позитивный опыт работы с учетными системами Microsoft. «Проект стал настоящим вызовом для нашей команды: запустить основной контур товародвижения нужно было всего за четыре месяца, включая тестирование и ввод в промышленную эксплуатацию, так как в сентябре начинается «сезон» — рост продаж на рынке клиента, — отмечает Дмитрий Вавилов, менеджер проекта «Корус Консалтинг». — При этом проект имел ряд особенностей, которые позволили продемонстрировать гибкость и универсальность нашего решения. «Корус | Дистрибуция». Необходимо было объединить в рамках одной системы множество разных бизнесов. Деятельность SuperWave Group, помимо дистрибуции офисной техники, включает сборку и дистрибуцию модулей памяти — это совершенно разные процессы и специфика: импортные поставки комплектующих и производство. Успеху внедрения способствовала грамотная проектная команда, с огромным опытом автоматизации и пониманием торговых процессов. У каждого из проектов сотрудников «Корус Консалтинг» за спиной не менее десяти успешно реализованных внедрений». По словам господина Вавилова, для документального оформления различных видов деятельности в системе было создано более 80 видов печатных форм, была реализована возможность пакетной печати необходимых документов. Под каждый договор и отгрузку в системе автоматически формируется пакет необходимой документации, который можно распечатать в несколько «кликов» — это сокращает трудозатраты сотрудников отдела по работе с клиентами и минимизирует количество ошибок. **Иван Петров**

СТАРТАПЫ

«Ингрия» запустила новый проект

Бизнес-инкубатор «Ингрия» объявляет о старте нового проекта — VC Day для технических инновационных проектов и инвесторов. Первый VC Day состоится 6 апреля на площадке инкубатора, где соберется 20 представителей отобранных проектов и более 20 инвесторов. VC Day — одно из мероприятий, направленных на увеличение доли технических проектов среди резидентов бизнес-инкубатора «Ингрия». Это площадка для встреч и проведения переговоров между инвесторами и подготовленными техническими проектами. «Технические проекты обладают высоким экспортным потенциалом, кроме того особое внимание к ним уделяется со стороны зарубежных инвесторов, — говорит Дмитрий Степкин, директор бизнес-инкубатора «Ингрия». — Отличие VC Day от других инвестиционных площадок — это комплексная подготовка проектов, не представляющих сферу IT, к презентациям перед инвесторами через образовательную программу». Со стороны инвесторов свое участие в VC Day подтвердили уже более 15 фондов, среди них — Buran VC, Allianz ROSNO Asset Management, qwCapital, «С-Групп Капитал Менеджмент», Фонд посевных инвестиций РВК, «ВТБ Капитал Управление активами», Synergy Innovations, Intel Capital, Waarda Capital, Sputnik Capital. Для участия в VC Day приглашаются проекты, которые представляют сферы биотехнологий, энергетики и энергосбережения, химии и нефтехимии, медицинских устройств, машиностроения, приборостроения и электроники. Кроме того, они должны обладать инвестиционной привлекательностью и иметь рынок сбыта продукции. В рамках образовательной программы состоятся тренинги на темы продуктовой стратегии, ценностного предложения и бизнес-модели, защиты интеллектуальной собственности, привлечения инвестиций и создания и проведения эффективной презентации бизнес-проекта. Также в образовательной программе примут участие студенты факультета инноватики СПбГПУ, ВШМ СПбГУ, Инжкоэна и Европейского университета, которые будут раз-

рабатывать презентации совместно с проектами. **Иван Саяпин**

ИННОВАЦИИ

«Метрополитен» распознает голос

Впервые в Петербургском метрополитене созданы системы с применением инновационных технологий синтеза и распознавания речи, которых нет больше ни в одном метрополитене России. Системы нацелены на повышение качества диспетчерского управления и сокращение целого ряда рутинных операций за счет их автоматизации. Внедрение целого ряда систем осуществляла компания-разработчик «Центр речевых технологий» (ЦРТ) совместно со специалистами Службы сигнализации, централизации и блокировки метрополитена. Система «Незабудка II» ведет одновременную и непрерывную запись 260 каналов связи диспетчеров, при этом тип канала абсолютно не важен. Система обладает централизованным архивом фонограмм, позволяющим собирать записи в единое хранилище. Наличие фонограмм позволяет вести разбор происшествий, опираясь на записанные фактические команды диспетчера, а не на воспоминания свидетелей. Эскалаторную связь на станциях одной из линий метрополитена обеспечивают автономные аудиосерверы Smallogger II. Построение территориально распределенного комплекса записи в условиях ограниченного пространства для размещения записывающих устройств стало возможным благодаря компактным размерам Smallogger II. Несмотря на небольшие размеры устройство очень функционально: имеет встроенную систему разграничения прав, ведет журнал своей работы и действий пользователей, определяет состояние линии и телефонные номера, передаваемые импульсным набором и по стандартам DTMF, определяет номер вызывающего абонента, позволяет контролировать работу канала в режиме сквозного прослушивания. Специально для метрополитена в ЦРТ была разработана система оповещения «Рупор 2» для экстренного информирования сотрудников по различным каналам. Система уникальна по нескольким причинам. «Рупор 2» проводит автоматическое голосовое оповещение одновременно до 30 абонентов с помощью технологии синтеза речи VitalVoice — технологии, которая позволяет прочитать русский текст с максимальным приближением к реальной речи. Метрополитену предоставлены на выбор два мужских и три женских синтезированных голоса. **Сергей Николаев**

УСЛУГИ

ТКТ присмотрит за квартирой

Петербургский оператор ТКТ запустила в продажу интеллектуальную систему мониторинга жилища «Твой умный дом». Это набор сенсоров, которые отслеживают состояние внутри квартиры или дома. В случае проникновения посторонних в помещение, задымления, утечки газа или других ситуаций на мобильный пользователя поступит SMS с соответствующим сообщением. «Подобные решения широко распространены в Европе и США, однако практически не присутствуют на российском рынке», — рассказывает Руслан Евсеев, генеральный директор ОАО «ТКТ». По его словам, решение уникально не только для Петербурга, но и для в России в целом, поскольку это первый готовый коробочный сервис данного типа, предоставляемый оператором связи. Господин Евсеев рассказывает, что компания ТКТ искала способы дополнительной монетизации имеющейся инфраструктуры. Обратившись к опыту зарубежных коллег — американского оператора AT&T и финской Elisa, в компании увидели, что их дополнительный источник дохода — сервис мониторинга жилых помещений. «Мы провели исследование петербургского рынка и пришли к выводу, что потребность в сервисе есть, однако готовых коробочных решений plug and play, рассчитанных на массового потребителя, на петербургском и российском рынках не представлено», — объясняет Руслан Евсеев. Продукт ориентирован на владельцев и арендаторов благоустроенных квартир, сенсоры позволяют оперативно получить информацию о возникшей аварийной ситуации — протечке воды, утечке газа, возгорании или несанкционированном проникновении. Сенсоры не превышают 12 см в диаметре и подключаются беспроводным способом. Батарея работает два-три года. Для работы системы необходимо подключение к интернету, минимальная скорость очень мала — 64 Кбит/сек. Важно то, что провайдером при этом может быть любой оператор, а не только ТКТ. В ТКТ считают, что услуга будет востребована. По данным компании, охраняемых квартир в городе всего 14%, то есть потенциально рынок велик. Причины, по которым люди не пользуются охранными системами, — дороговизна, сложность, неудобство, обилие формальностей. **Алексей Петров**

Бежать в два раза быстрее

внедрение

Банк «Санкт-Петербург» перешел на новую автоматизированную банковскую систему (АБС), которая будет его IT-платформой на ближайшие годы. Система должна обеспечить эффективную текущую деятельность банка, а также запуск новых высокотехнологичных продуктов для развития бизнеса банка. О том, как происходил переход на новую АБС, рассказал заместитель председателя правления банка ПАВЕЛ ФИЛИМОНЕНКО.

— Павел, расскажите, что такое АБС и какую роль она играет в работе банка?

— АБС — автоматизированная банковская система, ядро банковской платформы. Фактически главный компьютер банка, который осуществляет различные виды операций, формирует обязательную отчетность и обеспечивает информационную деятельность банка в соответствии с требованиями законодательства.

Работая в этом бизнесе 17 лет и в течение девяти лет являясь заместителем председателя банка «Санкт-Петербург», могу сказать, что информационный ландшафт за эти годы претерпел сильные изменения. Так, в начале 2000-х годов в российских банках фактически не существовало общепринятых стандартов IT-систем, а все, что использовалось, было локальными разработками. Дело в том, что банку было гораздо проще решать задачи по управлению информационными ресурсами и развитием программного обеспечения, работая с собственными программными продуктами. В целом IT-направлению уделялось не так много внимания, поскольку рынок бурно развивался, банки росли на десятки процентов в год, и игроки решали прежде всего экономические вопросы, связанные с захватом рыночных долей. Приоритетом было найти клиента и заключить с ним договор, а вопросом, как оптимизировать работу системы, никто в то время не задавался. Однако по мере ужесточения конкуренции на банковском рынке, появления предкризисных признаков и кризисных явлений, а также с развитием интернет-технологий вопрос IT-систем стал наиболее актуальным. Все стали понимать, что IT — это оптимизация расходов банка; это то, насколько быстро и качественно он способен выводить продукты на рынок; то, как представляет их клиент. Это будущее банка.

— Возвращаясь к АБС. Какое решение вы использовали ранее?

— Банк «Санкт-Петербург» в начале 2000-х годов одним из первых внедрил западное решение «Банкир PRO», пришедшее к нам из Польши. Его продвигала компания CSBI, на пике популярности его использовало порядка 70–80 российских банков.

Если же говорить в целом, то тогда было два варианта решений. Первый — когда банки занимались локализацией западных продуктов, обращаясь к какой-то про-



АЛЕКСАНДР ПЕТРОВ

мышленной платформе, работающей на зарубежных рынках и приспосабливая ее под потребности конкретного банка, законодательство, требования регулятора, наш менталитет. По моему мнению, качественных тиражируемых решений из такой практики не получилось, поскольку их локализовали под требования конкретного банка, и если какой-то другой игрок также хотел воспользоваться чужой системой, то она подлежала серьезному переписыванию и переложке.

Другой вариант, который я уже называл, — это собственные разработки. Многие российские банки до сих пор поддерживают свои команды программистов. Я имею в виду либо команду сотрудников самого банка, либо сторонние компании, которые ведут разработки программного обеспечения. В XXI веке этот путь кажется тупиковым с точки зрения развития компетенций.

— Почему вы решили отказаться от «Банкир PRO»?

— На определенном момент времени решение перестало

активно развиваться. Например, СУБД совершенствовалась не так активно, как у других игроков. Налицо было отсутствие перспектив промышленного развития этой АБС, которая отставала от ведущих стандартов. Мы хотели добиться увеличения производительности системы, гибкой реакции на изменяющиеся внешние условия, а также снизить операционные расходы, приходящиеся на долю IT, которые составляли довольно высокую часть.

Позтому с 2007 года мы начали задумываться о переходе банка на новую платформу. Внимательно анализировали различные варианты, смотрели на западные решения, консультировались с сетевым интегратором, компанией CSBI, которая также понимала, что у «Банкира» будущего нет. По выводу из кризиса 2009 года акционерами банка было принято окончательное решение о замене АБС. И в конце 2010 года, при поддержке консалтинговой компании КРМГ, мы всерьез рассмотрели решение от российской компа-

степень централизации, что позволяет оптимизировать расходы и технологические процессы обработок операций. Благодаря этому наши фронт-офисы функционируют как точки продаж, тогда как бэк-офис в главном здании занимается в основном операционной и бухгалтерской работой. Поэтому важным условием при договоре с ЦФТ был одномоментный переход всего банка на новую АБС в один день. Хочу заметить, что в целом проекты по смене АБС во многих других крупных банках осуществляются не столь быстро, переход в среднем занимает около трех лет. У нас же весь проект занял рекордно для ЦФТ и банка время — девять месяцев. Работы начались в марте 2011 года, а 1 января банк «Санкт-Петербург» полностью перешел на новую АБС.

— Каковы инвестиции в проект?

— Суммарно сервера и программное обеспечение обошлись в 250–300 млн рублей.

— С какими сложностями вы столкнулись в процессе перехода?

— Достаточно сложным этапом была миграция данных. Необходимо было выгрузить всю информацию из старой информационной системы и загрузить в новую, обеспечив при этом непрерывность обслуживания клиентов. Не могу сказать, что все прошло совсем идеально. Поэтому мне хотелось бы поздравить клиентов за понимание: первые числа января были для нас не совсем простые дни. Менеджеры тогда могли дольше выполнять операции, может быть, не слишком оперативно отвечали на все вопросы, которые задавались. При этом наши клиенты отреагировали живо, были жалобы, но думаю, что это нормально, такое поведение показывает, что они неравнодушны к банку. Мы же искренне постарались сделать все, чтобы смена АБС как можно меньше коснулась их. Критических проблем в процессе перехода не было. Сейчас мы получаем хорошие отзывы.

— Чем оно вас привлекло?

— Интерес к продуктам ЦФТ мы проявляли несколько лет назад, однако не нашли взаимопонимания по некоторым вопросам. Но когда занялись поисками новой системы, то с приятным удивлением обнаружили, что ЦФТ достаточно сильно продвинулась в плане развития банковского софта. В январе прошлого года был проведен SWOT-анализ и принято решение о полном переходе банка на решение от ЦФТ.

Безусловно, решение рассматривалось с различных точек зрения — это не только стоимость владения, сопровождения и развития. Нас также интересовало, например, количество персонала, опыт удачных проектов.

Мы обсуждали вопрос о том, каким в ЦФТ видят рынок через 5–10 лет и себя на этом рынке, насколько компания готова к этим изменениям.

— На какой срок внедрено решение?

— АБС будет платформой для развития банка на ближай-

шие годы. В целом мы строим свой IT-ландшафт с учетом трех-пятилетней перспективы развития.

Важно понимать, что сейчас происходит бурное развитие IT. Клиенты становятся все более требовательными. В обществе происходит внедрение ШПД, коммуникаторов, планшетов. В этой ситуации бизнесу, чтобы оставаться на месте, нужно, как говорится, бежать, а чтобы расти — бежать в два раза быстрее. Понимая это, мы стремимся сделать наши сервисы адаптивными к использованию в интернете. Например, на сегодняшний день количество пользователей нашего ДБО растет в геометрической прогрессии, приближаясь к 150 тыс. человек.

Банковский бизнес неуклонно выходит в интернет. Мировая практика показывает, что финансовые и платёжные системы движутся именно в этом направлении. Данные рыночные тенденции, а также решения правительства Российской Федерации относительно закона о введении национальной платёжной системы или по развитию услуг электронного правительства толкают нас в интернет-пространство. Поэтому один из наших стратегических проектов — коренное изменение присутствия банка «Санкт-Петербург» в интернете. Фактически рядом с физическим банком будет поставлен виртуальный банк, в котором клиенты смогут получить все необходимые услуги (есть технические вопросы с осуществлением некоторых операций, но мы работаем над ними). Мы также активно работаем над предоставлением своих услуг через коммуникаторы. В начале второго квартала планируем к выходу специальный сервис в этой области. Кстати, мы первыми в России совместно с «Ростелекомом» и MasterCard в декабре выпустили карту электронного правительства, являемся активным участником проекта универсальной электронной карты. Мы понимаем, что развитие интернет-технологий — это будущее, в котором наш банк хочет присутствовать.

— Как ваши клиенты смогут почувствовать изменения, связанные с внедрением новой АБС?

— В марте мы предложим клиентам изменения в условиях обслуживания, которые позволят нашей системе, расширим спектр услуг, запустим новые продукты. Один из них — карточка с гтасе-периодом, который будет существенно отличаться от продуктов наших конкурентов. Изменения в обслуживании — ошущимая для клиентов эффективность от внедрения новой системы.

— Сейчас вы могли бы сказать, что переход завершился и можно вздохнуть свободно?

— Да, и я уже занялся новым стратегическим проектом. Вздохнул и снова взялся за работу. Мы перевернули эту страницу, решаем теперь новые задачи.

ИВАН САЯПИН

На прием через интернет

IT-доктор

(Окончание. Начало на стр. 17)

«Приказами Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации определено, что организация записи на прием к врачу является одной из услуг, которая автоматизируется с использованием федеральных систем, размещенных в центральном федеральном информационном ресурсе, к которому будут подключены все государственные медицинские учреждения, — комментируют в комитете по здравоохранению. — Та-

ким образом, руководители государственных учреждений здравоохранения, по мере готовности будут в 2012 году включаться в работу с единой системой, которая потребует от них в обязательном порядке предоставления всей информации о расписании приема медицинских работников и всех талонах, которые используются для оказания медицинской помощи населению».

В комитете по здравоохранению заверяют, что система уже на этом этапе внедре-

ния дает заметный эффект. В тех поликлиниках и лечебных учреждениях, где система начала полноценно функционировать, заметно снизилась нагрузка на административный персонал. Вместо стресса от работы с пациентами в очередях и бессмысленной бумажной работы работники регистратуры получили возможность заниматься полноценным сопровождением медперсонала, оставляя врачам возможность заниматься приемом пациентов, а не заполнять бланки.

При этом в комитете по здравоохранению признают, что пропускная способность системы далека от идеала и проблему дефицита персонала она еще не решила. Чиновники надеются, что с автоматизацией работы и переводом очередей в телефонные центры и интернет привлекательность вакансий административного персонала повысится и на эти места пойдут молодые специалисты. Дефицит персонала в этом сегменте доходит до 300%, и в комитете делают большую ставку

на внедрение новых технологий.

Полноценно насладиться такими дарами цивилизации, как запись на прием к врачу через телефонные центры или сеть интернет, всем жителям города удастся только в следующем 2013 году. Опыт районов, где система уже начала функционировать, показал, что, несмотря на свои и шероховатости, электронная регистратура вполне работоспособна и заметно упрощает жизнь горожан. Вопрос теперь в том, чтобы

чиновники выполнили свои обещания, и этот положительный опыт распространялся на весь Петербург. В Смольном подчеркивают, что пациентам, то есть всем горожанам, не следует оставлять все на откуп чиновникам и нужно активнее реагировать на все сбои в работе внедряемой системы. Тем более что и сами представители комитета по здравоохранению просят активнее сообщать обо всех проблемах на своем сайте и по телефону горячей линии.

информационные технологии

КОНТЕКСТ

ТЕХНОЛОГИИ

«Ростелеком» добрался до Ленобласти

«Ростелеком — Северо-Запад» начал предоставление жителям Ленинградской области услуги интерактивного телевидения. Это уже восьмой регион Северо-Западного федерального округа, где стала доступна услуга «Домашнее ТВ». К настоящему времени цифровое телевидение уже предоставляется в Санкт-Петербурге, Архангельске, Вологодской, Калининградской, Мурманской, Новгородской областях и Республике Коми. На сегодняшний день абонентская база интерактивного телевидения от «Ростелекома» в СЗФО превышает 70 тыс. пользователей. Абоненты «Домашнего ТВ» имеют доступ к 100 цифровым телеканалам различной тематики — новости, спорт, кино, музыка, а также имеют возможность пользоваться полным набором современных интеллектуальных сервисов, которые делают ТВ-просмотр удобным и интересным. В числе таких сервисов: интерактивная телепрограмма, функции записи, паузы и перемотки телефигура, «видео по запросу», а также «родительский контроль» для ограничения доступа детей к «взрослому» контенту. **Иван Саягин**

КИБЕРПРЕСТУПНОСТЬ

ESET пересчитал вирусы

Компания ESET, международный разработчик антивирусного программного обеспечения (ПО), сообщила о самом распространенном вредоносном ПО, выявленном специалистами вирусной лаборатории ESET с помощью интеллектуальной облачной технологии ESET Live Grid в феврале 2012 года.

Возглавило рейтинг семейство угроз HTML/JS/Script.B.Gen, которое с помощью Java-скриптов перенаправляет пользователя на опасные ресурсы, что позволяет киберпреступникам совершать атаки на компьютер. В феврале показатель присутствия данной угрозы в регионе снизился на 3,2% и достиг отметки в 5,57%. Подобная киберугроза, семейство HTML/JS/Script.B.Gen, расположилась на втором месте российской десятки с долей проникновения в 3,4%, что выше показателя прошлого месяца на 1,04%. Замыкает тройку лидеров вредоносное ПО Win32/Spy.Ursnif.A (доля распространения в России — 2,8%), которое крадет персональную информацию и учетные записи с зараженного компьютера, а затем отправляет их на удаленный сервер мошенников. Трендом февраля стало резкое увеличение банковских киберугроз в России. На 8–10-х строчках рейтинга расположились модификации вредоносных программ, направленных на кражу финансовых средств со счетов через систему дистанционного банковского обслуживания (ДБО), — Carberg и Spy.Shiz. Всего насчитывается более 20 видов банковских троянцев, если говорить о первой сотне самого распространенного ПО в российском регионе в целом. «В этом месяце мы снова наблюдаем увеличение общего количества инцидентов, связанных с банковскими троянскими программами, — комментирует Александр Матросов, директор Центра вирусных исследований и аналитики ESET. — Интересен факт появления в рейтинге семейства Win32/Spy.Shiz. Именно Shiz был первым массовым троянцем для целенаправленных атак на системы ДБО. Кроме того, по-прежнему остается актуальным распространение банковских угроз посредством перенаправления пользователя с легальных веб-ресурсов с высокой посещаемостью на вредоносные сайты». Доля России от общего количества обнаруженного в мире вредоносного ПО в январе составила 11,44%. При этом зафиксирован высокий процент уникальных угроз, которые приходятся на регион, — 26,79%. **Тимофей Михайлов**

ИНТЕРНЕТ-ПРИЛОЖЕНИЕ

«Яндекс» запустил Навигатор

Поисковая система «Яндекс» выпустила бесплатное мобильное приложение «Навигатор». В нем есть все, что нужно человеку за рулем: актуальные карты, маршрутизация с учетом пробок и ведение по маршруту. Приложение готово сопровождать водителя в любых поездках по России и Украине. Приложение умеет рассчитывать оптимальные маршруты с учетом пробок. Данные о загруженности дорог «Навигатор» получает от сервиса «Яндекс.Пробки», которым пользуются миллионы водителей. Если во время поездки ситуация на дороге изменится или пользователь проскочит поворот, «Навигатор» тут же перестроит для него маршрут. А чтобы водитель мог вести машину, не отрывая взгляд от дороги, в приложении есть голосовое сопровождение. «Навигатор» использует данные сервиса «Яндекс.Карты», контент которого постоянно обновляется и дополняется. Таким образом, у водителей всегда будут актуальные карты и сетка дорог (дорожный граф). Сейчас «Навигатор» знает подробные схемы более 500 городов России и Украины. **Иван Саягин**

Stream Dialog покажет Америку свое видео

Петербургский стартап придумал видеоформат

ИННОВАЦИИ

Зачастую, глядя какой-то ролик в интернете, хочется узнать, что за симпатичная актриса в нем играет или какую марку обуви носит главный герой. Молодая компания Stream Dialog, основанная петербуржцами, создает видео нового типа, по героям и предметам в котором можно кликать, получая сведения о них прямо в процессе просмотра.

Петербургцы Алексей Соломатин и Андрей Люберт создали свой стартап, получивший название Stream Dialog, в августе 2011 года. Компания зарегистрирована в Финляндии и уже в ближайшие полгода планирует выйти на американский рынок. Свой продукт господина Соломатина и Люберта называют «интерактивным видео». Нажимая на какой-то предмет в видеоролике, пользователь, не прерывая просмотра, может получить ключевую информацию о нем.

Сервис интерактивного видео работает следующим образом — сначала необходимо загрузить видеоролик на сайт Stream Dialog, после чего он автоматически кодируется в нескольких форматах для воспроизведения на разных устройствах. Минус технологии — качество видео по умолчанию составляет 360 x 640, то есть высокого разрешения не получить, во всяком случае пока. Затем пользователю нужно поместить на видео те объекты, которые будут интерактивными, и заполнить их описанием. В описании также можно оставлять гиперссылки и изображения. Во время воспроизведения видео при щелчке по отмеченному объекту будет открываться панель с прикрепленным описанием. Полученные интерактивные ролики можно легко загружать в социальные сети Facebook, Twitter, «В контакте».

«Видео, созданное с помощью платформы Stream Dialog, дает качественно новый уровень взаимодействия с контентом, позволяя повысить увлеченность и заинтересованность просматривающего», — считает глава компании Stream Dialog Алексей Соломатин. Иными словами, если вас заинтересовала рубашка, машина или, скажем, десерт из ролика, то, щелкнув по ним, можно получить необходимую информацию или перейти на сайт производителя, что удобно и потребителям, и продавцам. По статистике компании, повышение количества переходов на сайт рекламодателя составляет в среднем от 8 до 15%.

В Stream Dialog считают своей целевой аудиторией компании, создающие медиаконтент для брендов: например, PR и маркетинговые агентства. Кроме брендов, Stream Dialog пытается наладить сотрудничество с различными медийными и новостными компаниями. В

частности, ведутся переговоры с Sanoma и Nelonenmedia. На данном этапе у стартапа один стратегический иностранный партнер, компания Kiosked, и несколько крупных клиентов, которые занимаются производством видеоконтента для известных мировых брендов. Их имена не называются. В ближайшие полгода компания намерена выйти на американский рынок. «Мы планируем выход на рынок США, потому что наш основной клиент находится в Нью-Йорке, Лос-Анджелесе и Лондоне» — говорит господин Соломатин.

«На мой взгляд, это очень интересный проект, замечательная идея, — комментирует Татьяна Лехаткова, руководитель отдела продаж компании компании «НьюМарк». — Реклама как способ монетизации — конечно, хороший путь, но мне кажется, что данный сервис и технология нашли бы большое применение в создании образовательных продуктов. Своеобразная

видеовикипедия, это может быть востребовано в школах дистанционного образования, а лет через тридцать — и в государственной системе образования. Вторая интересная возможность — это вариант размещения роликов на коммерческих сайтах. Многие компании на своих ресурсах помещают полезную информацию о своих продуктах, в формате видео, это было бы еще интереснее. Тут можно поработать с компаниями-разработчиками сайтов, предложить какие-то особые решения».

Stream Dialog не первооткрыватели в области интерактивного видео, уже есть альтернативные сервисы, например, Clickthrough, VideoClix и wireWax. Однако в компании считают, что на данном этапе превосходят конкурентов по скорости производства конечного продукта и легкости использования сервиса.

Схема заработка такова — существует несколько ежемесячных тарифных планов, на основании которых будет происходить взимание платы с пользователей сервиса. От тарифа зависит количество места, выделяемого под хостинг видео. Кроме того, компания собирается развивать и другое направление бизнеса — рекламную сеть. Суть в том, что рекламодатель, создавшему интерактивный видеоролик, будут также

предложены и площадки для его размещения. «Рекламодатель получает переходы, понимает свой бренд, площадки получают деньги с показа, мы берем комиссию с площадок в размере», — объясняет Алексей Соломатин. Какие именно это будут площадки — в компании предпочли пока не говорить. Одна из интересных дополнительных возможностей, которая сейчас находится в разработке, — во время просмотра ролика потенциальный клиент получит возможность пообщаться с менеджерами рекламодателя в режиме реального времени, если вдруг у него возникнет вопрос (высчитется приглашение открыть чат).

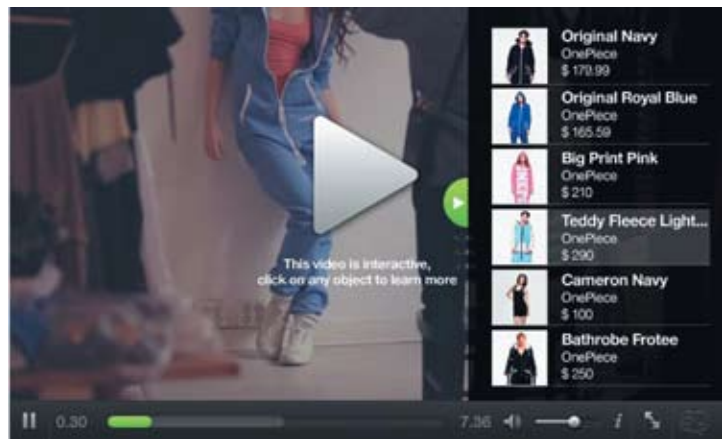
«Как стартап идея очень интересная, — считает Евгений Марченков, исполнительный директор группы компаний «Промо». — Потенциально, как мне кажется, у сервиса, предоставляющего новые возможности взаимодействия с видео, большие перспективы. Однако если говорить о монетизации, то сейчас им необходимо создать реальный рабочий инструментарий для рекламодателей. Также ключевой вопрос в том, какие именно площадки будут использованы для размещения видео».

«Потенциал проекта довольно хороший, в этом направлении есть куда двигаться и развиваться. Хотя на западном рынке такие

сервисы уже есть и активно работают. Различные виды продвижения с использованием видеоформатов сейчас являются одним из перспективно развивающихся направлений в маркетинге. Например, в октябре 2010 года рекламодатели системы контекстной рекламы «Beign» получили возможность размещения контекстной рекламы на спутниковых и кабельных каналах телевидения. Показы контекстных объявлений в роликах, размещаемых на видеохостингах типа YouTube, появились уже достаточно давно. Если рассматривать Рунет, то использование подобных сервисов может быть приятным имиджевым дополнением в комплексе маркетинговых интернет-активностей. Основной упор все же стоит делать на традиционные каналы продвижения и работу с сайтом. Гораздо эффективнее, по моему мнению, детально прорабатывать контекстные кампании, активно работая по SEO-продвижению и выстраивать четкую систему аналитики с завязкой на конверсию. Такие сервисы достаточно инновационные для России, поэтому делать ставку на наш рынок пока не стоит. Не спорю, что, возможно, на рынке США сейчас несколько другая ситуация», — комментирует Аркадий Япаров, представитель компании eLama. Первые инвестиции

Stream Dialog получила с помощью финского центра YritysHelsinki. Далее был привлечен финский же фонд инвестиций Keksintoaatio, оказывающий услуги финансирования и консультаций и занимающийся поддержкой изобретателей. Также начат процесс подготовки заявки в центр развития технологий Tekes, который предоставляет субсидии на усовершенствование изделий. Были получены предложения от двух российских инвесторов и одного инвестиционного фонда, но соглашение об инвестировании пока не было достигнуто. Суммы, вложенные в проект финнами, не раскрываются.

«Финляндия активно помогает инновационным компаниям развиваться. Существует большое количество государственных и частных институтов, которые выделяют довольно существенные суммы на развитие. Если все делать постепенно и правильно, то без привлечения инвесторов, без размытия своей доли можно с легкостью поднять капитализацию компании до 1,5–2 млн евро. Кроме финансовой поддержки, Финляндия находится в еврозоне, что дает существенное преимущество по выходу на мировой рынок», — объясняет свое решение зарегистрировать компанию в Финляндии господин Соломатин. **АЛЕКСЕЙ ЧОЙ**



SMS для миллионов

Спам, но не спам

IT-маркетинг

Коммерческая SMS-рассылка уже давно стала маркетинговым инструментом, которым не брезгут пользоваться даже крупные игроки рынка. На первый взгляд, подобное распространение информации напоминает обыкновенный спам. Однако компании, предоставляющие услуги по массовой SMS-рассылке, так не считают.

При получении услуг или при покупке товара иногда требуется подписать те или иные бумаги, и в этих документах прописан пункт, например, «согласен получать новости от компании по SMS». Вместе с подписью покупателя продавец получает и право заниматься адресной SMS-рассылкой на мобильных телефоны своих клиентов. Порой короткие сообщения рассылаются годами, и отписаться от них довольно проблематично.

Для того чтобы организовать массовый SMS-маркетинг, на рынке существуют различные программные продукты. Одним из крупнейших игроков в этом сегменте выступает ЗАО «АтомПарк Софтваре», основанное еще в 2001 году как разработчик программного обеспечения для электронной коммерции и маркетинга. По словам генерального директора «АтомПарк Софтваре» Константина Макарова, сейчас компания занимает более 50% рынка программного обеспечения для электронного маркетинга в России и СНГ.

«Наша бизнес-модель в каком-то роде инновацион-

ная. Географически подразделения компании не связаны: разработчики находятся на Украине, в Чернигове, отделы продаж рассредоточены по крупнейшим городам России и Украины, администрация компании располагается в Петербурге. Сейчас в штате компании трудятся более 40 профессиональных специалистов из разных стран в области разработки программного обеспечения, развития, продаж и маркетинга», — рассказывает господин Макаров. Финансовые показатели он раскрывать не стал, сообщив лишь, что в 2012 году «АтомПарк Софтваре» собирается увеличить свой оборот на 40%.

Продукция компании существует на рынке под брендом ePochta — это пакет программ для массовых рассылок и проведения различных работ, связанных с рассылками. Среди клиентов ePochta — розничные сети, логистические компании, частный бизнес, банки. На вопрос, в чем отличие сервиса от возможностей обычной электронной почты, господин Макаров замечает, что каждый, кто пытался работать с обычными почтовыми сервисами, знает, что при попытке отослать более 20 писем начинаются проблемы — письма попадают в спам, а ящик вообще может быть заблокирован. По его заверениям, с ePochta Mailer такого не случится. Также в программный пакет входят инструменты для поиска и сбора email-адресов из различных источников, обработ-

ки баз адресов, управления списками рассылок, анализа рассылок.

Однако самым востребованным сервисом «АтомПарк Софтваре» является программа по рассылке SMS-уведомлений. Более того, компания как сотовый оператор продает услуги SMS-сообщений как частным лицам, так и корпоративным клиентам. Например, у оператора дискаунтера Tele2 нижняя цена SMS — 40 копеек (есть опция, по которой сообщение будет стоить 2 копейки, но с лимитом 200 SMS в день). Если же пользоваться ePochta, то от 15 до 30 тыс. SMS в месяц будут стоить 30 копеек за одно сообщение. «Здесь никакого секрета нет», — объясняет господин Макаров. — Розница всегда стоила дороже, чем опт. Мы закупаем большие объемы и поэтому можем снизить цену. Операторам же нет необходимости делать это. Они могут себе позволить предлагать цену выше, так как пользователи все равно будут рассылать SMS по этой стоимости, считая, что десяток сообщений по данной цене — не так уж и дорого. Однако если им нужно отправить сотни или тысячи SMS — тут другое дело. Нужно искать варианты дешевле и удобнее. В этом помогаете уже мы».

Конечно же, сервис рассылок в первую очередь напоминает инструмент для спама. Первая мысль — для чего еще как не для спама может понадобиться массовая рассылка SMS и писем? Однако

в ePochta с этим не согласны. SMS-рассылки используются, например, сайтами, бизнес которых связан с отправкой SMS; сервисами различных компаний для работы с клиентскими базами (оповещение держателей дисконтных карт о новых продуктах компании и акциях); компаниями, которые рассылают своим клиентам в SMS коды и пароли и т. п.

Понятно, что возможности продуктов можно использовать и для спама. Однако в компании открыто убеждают клиентов не заниматься подобной практикой, рекомендовать пользоваться «цивилизованными методами» работы. То есть отправлять рассылку на доверенные адреса, хозяева которых дали согласия на ее получение, так как, например, спам-рассылка с большой вероятностью может быть заблокирована почтовыми серверами получателей. «Мы крайне серьезно относимся к этому вопросу. На всех наших сайтах есть информация об этом, мы открыто заявляем, что рассылать спам через нас не получится. Это пустая трата времени и денег. Да и эффекта от такой рассылки не будет. Любой здравомыслящий человек должен осознавать нерациональность такого подхода к делу. В сервисе SMS, к примеру, используются мощные спам-фильтры, которые не пропускают рассылку спама, блокируют пользователя. Мы заранее предупреждаем наших клиентов об этом», — говорит господин Макаров. **АЛЕКСЕЙ ЧОЙ**



С помощью специального программного обеспечения можно разослать SMS по всему миру