ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

КОГДА РЫНОК ОБРАБОТКИ БОЛЬШИХ ДАННЫХ БУДЕТ СТРУКТУРИРОВАН / 11

КАК ПОЯВЛЕНИЕ СЕТЕЙ 4G ПОВЛИЯЛО НА РЫНОК ДОСТУПА В ИНТЕРНЕТ / 14

ЗАЧЕМ КОМПАНИИ МЕНЯЮТ ИТ-АРХИТЕКТУРУ /15

ЧТО ПРОИСХОДИТ НА РЫНКЕ МОБИЛЬНЫХ ОПЕРАЦИОННЫХ СИСТЕМ / 16

КАК ЗАРАБОТАТЬ МИЛЛИОН НА МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЯХ / 18

Пятница, 30 ноября 2012
Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» №227

Коммерсантъ

BUSINESS GUIDE

4 601865 000295 10050

Реклама

РЕН
УФА
МЫ ОТКРОЕМ
ВСЕ ТАЙНЫ
КАЖДЫЙ ДЕНЬ В 20:00 НА РЕН ТВ
Ты с друзьями
www.renufa.ru
Лицензия. Серия ТВ №12417 от 14.09.2007. Реклама
16+

ЛИЛИЯ РАЯНОВА,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

ВРЕМЯ ИЗОБИЛИЯ

В век скоростей и информационной атаки недавние подвисания сети, сумбурность тарифных планов, собственная нерасторопность забывается немедленно. Сейчас, окруженные гаджетами, мы, как продвинутые юзеры, уже ловко ориентируемся в брендах, системах и социальных сетях, не считаем мегабайты и исчисляем в тысячах френдов. Сети третьего поколения превратили интернет в естественную среду обитания, избаловали абонентов, и появления 4G мы ждали, пожалуй, так же, как любители бренда Apple пятой модели iPhone. Нетерпеливо, но понимая — мало что изменится. Первичный-то голод утолен, теперь настало время смаковать. Так же и аналитики — они теперь подсчитывают не миллиардные прибыли компаний, а затраты, которые те понесут в связи с переоборудованием. Провайдеры, работающие по технологии оптоволокна, не торопятся изменять стратегию, но при этом увеличивают число своих абонентов, последовательно снижая цены на услуги. Пользователей хватит всем — по этому принципу продолжается движение на рынке телекоммуникаций. И не вверх, а вширь. Почти у каждого есть доступ в сеть с персонального компьютера, планшета, смартфона. Мы сравниваем, находим плюсы и минусы, получаем удовольствие от возможности выбора, и пока не собираемся отказываться от чего-то одного в пользу другого. Как дети, радующиеся обилию игрушек вокруг себя. Интересно, когда мы повзрослеем, что будет приносить нам столько же радости?

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» (Business Guide-«Информационные технологии»)

Демьян Кудрявцев — генеральный директор
Азер Мурсалиев — шеф-редактор
Анатолий Гусев — арт-директор
Эдвард Опп — директор фотослужбы
Валерия Любимова — директор по рекламе.
Рекламная служба:
Тел. (499) 943-9108/10/12, (495) 101-2353
Алексей Харнас — руководитель службы «Издательский синдикат»
Адрес редакции: 125080, г. Москва, ул. Врубеля, д. 4.
Тел. (499) 943-9724/9774/9198

Учредитель: ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом». Адрес: 127055, г. Москва, Тихвинский пер., д. 11, стр. 2. Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации СМИ — ПИ № ФС77-38790 от 29.01.2010

ООО «Коммерсантъ-Башкортостан»
Мария Гаврилова — генеральный директор
Лилия Раянова — выпускающий редактор
Лейсан Сулейманова — директор по спецпроектам
Айрат Шарафутдинов — технический редактор
Арсен Камалетдинов — дизайнер-верстальщик
Наталья Климова — корректор
Рекламная служба:
Тел. (347) 292-79-65/66, 246-25-27/28
Адрес редакции: 450071, г.Уфа, ул. Луганская, 1.
Отпечатано: ГУП РБ Уфимский полиграфкомбинат
Адрес: г. Уфа, проспект Октября, 2. Тел. (347) 223-77-01
Заказ №2.0059.12
Тираж: 5000.

Рисунок на обложке: Арсен Камалетдинов

ГЛУБОКОЕ ПОГРУЖЕНИЕ

САМЫЕ ЦЕННЫЕ ПОЛЕЗНЫЕ ИСКОПАЕМЫЕ СЕГОДНЯШНЕГО ВРЕМЕНИ ОТНЮДЬ НЕ УГЛЕВОДОРОДЫ, А ИНФОРМАЦИЯ. НАБЛЮДАТЬ ЗА КЛИЕНТАМИ И ХРАНИТЬ ДАННЫЕ ОБ ИХ ПРЕДПОЧТЕНИЯХ, ПОВЕДЕНИИ И ПОКУПКАХ НАУЧИЛИСЬ ДАВНО. НО ЛИШЬ НЕДАВНО КОМПЬЮТЕРЫ СТАЛИ ДОСТАТОЧНО СЛОЖНЫМИ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ АНАЛИЗИРОВАТЬ ЭТУ ИНФОРМАЦИЮ. РЫНОК ОБРАБОТКИ БОЛЬШИХ ДАННЫХ СТОИТ НА ПОРОГЕ БОЛЬШОГО РОСТА: СОГЛАСНО ПРОГНОЗУ АНАЛИТИКОВ PIERRE AUDOIN CONSULTANTS, В 2016 ГОДУ ЕГО ОБЪЕМ СОСТАВИЛ €20 МЛРД — ПОЧТИ В СЕМЬ РАЗ БОЛЬШЕ, ЧЕМ В 2010 ГОДУ. СВЕТЛАНА РАГИМОВА

УМНЫЕ ПРОДАЖИ В 2008 году в Швеции появился сервис по мониторингу будущих событий под названием Recorded Future. Всего за три года работы компания достигла оборота более чем в $100 млн в год, а среди ее клиентов оказались участники рейтинга Fortune 500, государственные структуры и крупные финансовые корпорации. По сути, команда сервиса примерно из 20 человек занимается тем, что поддерживает и дорабатывает ПО, собирающее данные из открытых источников о событиях, которые пока только планируются и должны произойти в будущем. Это может быть что угодно: от расписания встреч Барака Обамы до анонсов новых смартфонов. Все зависит от задач клиента. Вариантов использования сервиса — масса. Самый очевидный — для увеличения заработков в игре на бирже.

При этом команда Recorded Future состоит не из экономистов или политиков, а в основном обладателей ученых степеней в области компьютерных наук. Сервис, который они создали, и есть замечательный пример использования технологий по добыче информации (data mining).

Директор отделения аналитических технологий компании ФОРС Евгений Курилович объясняет: «Термин data mining обозначает не столько конкретную технологию, сколько сам процесс поиска корреляций, тенденций, взаимосвязей и закономерностей посредством различных математических и статистических алгоритмов: кластеризации, создания субвыборок, регрессионного и корреляционного анализа. Цель этого поиска — представить данные в виде, четко отражающем бизнес-процессы, а также построить модель, при помощи которой можно прогнозировать процессы, критичные для планирования бизнеса (например, динамику спроса на те или иные товары или услуги либо зависимость их приобретения от каких-то факторов)». Подобного рода информация обычно используется при прогнозировании, стратегическом планировании, анализе рисков, и ценность ее для предприятия очень высока. Подобным образом могут быть выявлены самые необычные и даже парадоксальные взаимосвязи.

Один из примеров использования этого класса технологий касается ритейлера Walmart. Компания считается пионером в практическом применении данного метода. Анализ огромных массивов данных производится ритейлером для налаживания взаимоотношений с поставщиками. Еще в 1995 году этот розничный гигант начал собирать информацию обо всех состоявшихся покупках в 2900 своих магазинах и складировать ее в систему хранения. Доступ к данным и аналитике по продажам конкретных продуктов получили все 3500 поставщиков ритейлера, которые до сих пор используют эту возможность для выявления привычек и предпочтений клиентов на уровне конкретных магазинов. Это позволяет составлять поставки так, чтобы максимально точно соответствовать вкусам покупателей, а также правильно выставлять товары на полках, проводить локальные промо-акции и т. д.

ЕВГЕНИЙ ДУДИН

Помимо очевидного анализа покупательской корзины, который помогает вырабатывать общую стратегию создания запасов товаров и их раскладки в торговых залах, дата-майнинг также позволяет исследовать временные шаблоны, благодаря которым сети розничной торговли могут, к примеру, определить недельную сезонность товаров или подсчитать, через какое время человек, купивший фотоаппарат, придет за новыми батарейками. С помощью дата-майнинга также можно создавать прогнозирующие модели, которые позволяют на базе полученных данных разрабатывать точно направленные мероприятия по продвижению товара.

Тот же Walmart сейчас использует этот метод для проведения так называемого market-basket анализа, то есть выявления тех продуктов, которые покупатели приобретают совместно, за одну покупку, и впоследствии расставляет эти товары самым удобным для покупателя образом.

Подобного рода интеллектуальным анализом данных занимается и крупнейший в мире интернет- →

НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ 85% ВСЕХ ДАННЫХ В МИРЕ СОСТАВЛЯЮТ НЕСТРУКТУРИРОВАННЫЙ ПОТОК ИНФОРМАЦИИ И ТОЛЬКО 15% ДАННЫХ — СТРУКТУРИРОВАННЫЙ. ПРИЧЕМ С КАЖДЫМ ГОДОМ ДОЛЯ СТРУКТУРИРОВАННЫХ ДАННЫХ В ОБЩЕМ ПОТОКЕ УМЕНЬШАЕТСЯ

↑

магазин Amazon, который использует полученную информацию для составления персональных и привлекательных для пользователей предложений.

ВЕРШИНА АЙСБЕРГА Потенциал использования средств data mining в бизнесе огромен. Евгений Олейник, руководитель департамента HP Autonomy/IM в странах Центральной и Восточной Европы, рассказывает, что на сегодняшний день 85% всех данных в мире составляют неструктурированный поток информации и только 15% данных — структурированный. С каждым годом доля структурированных данных в этом потоке уменьшается: все больше людей используют социальные сети, в городах все больше появляется камер видеонаблюдения. Люди используют одновременно множество разных каналов коммуникации, и возникает необходимость определить взаимосвязь между отдельными информационными событиями, получаемыми из разных источников. «Сегодня организации могут принимать бизнес-решения только за счет анализа 15% структурированных данных. Если организация могла бы использовать и анализировать все 100% имеющихся данных, это позволило бы ей принимать более грамотные бизнес-решения на основе всей существующей информации»,— говорит господин Олейник. К примеру, продукт HP Autonomy позволяет получать представление о том, что содержится в 100% информации, и определять взаимосвязи между разными источниками.

Дмитрий Шепелявый, директор департамента технологических решений SAP СНГ, рассказывает, что дата-майнинг возник и развивается на базе статистики, распознавания образов, методов искусственного интеллекта и теории баз данных. Используемые сырые данные могут быть совсем разными, но применять методы глубинного анализа имеет смысл только к достаточно большим массивам информации. Это могут быть компании, работающие в сфере розничной торговли, банковской отрасли, телекоммуникационной, страховой индустрии и т. д. Безусловно, эти же методы анализа данных могут быть полезны госсектору. Государственные органы могут, к примеру, таким способом выявлять лиц, уклоняющихся от уплаты налогов, или проверять таможенные грузы и т. п. Та же SAP предлагает несколько решений для дата-майнинга — как визуальных данных (SAP BusinessObjects Explorer), так и статистических (BusinessObjects Predictive Workbench).

СХВАТИТЬ ЗА РУКУ Сегодня корпорации хотят получать аналитику, влияющую на их бизнес, очень быстро, в идеале — в режиме реального времени. Технологии Real-time Data Management типа SAP HANA способны обеспечить анализ громадных объемов данных практически в онлайн-режиме. Oracle Advanced Analytics, составной частью которого является Oracle Data Mining, также позволяет создавать приложения для анализа в реальном времени и стратегического планирования в таких областях, как потеря и приобретение клиентов, подготовка рекомендаций по продукции и предупреждение мошенничества. Этим инструментарием уже активно пользуются многие крупнейшие глобальные корпорации — BMW, Philips IP&S and Treparel, Xerox, Walter Reed Medical Center, NTT Comware и другие.

Не так давно крупный европейский банк, действующий в России и СНГ, столкнулся с кражей 150 тыс. руб. со счета клиента за 15 минут из 12 разных банкоматов. Если бы компания использовала решения дата-майнинга, такой ситуации удалось бы избежать. Данная технология активно применяется финансовыми организациями для выявления и предотвращения случаев мошенничества. В страховых компаниях это дает возможность определять, является ли заявка на возмещение ущерба мошеннической или нет. Считается, что от 10% до 20% всех требований на выплату страховок фабрикуются мошенническим путем. Например, если машина куплена в другом регионе и попала в аварию практически сразу после того, как была застрахована, случай с высокой долей вероятности будет включен в выборку для дальнейшего анализа и проверки. Генеральный директор SAS Россия/СНГ Валерий Панкратов рассказывает, что в Бельгии государственная служба по борьбе с мошенничеством с помощью аналитических решений выявляет целые преступные группы физических и юридических лиц, которые совершают махинации с возмещением экспортного НДС, в результате ежегодно предотвращаются необоснованные выплаты на сумму около €80 млн. На основе уже выявленных случаев мошенничества строятся профили, или набор правил, по которым аналитическая система автоматически определяет, является ли новый случай мошенническим.

ОЛЕГ ХАРСЕЕВ

МЕТОДЫ, ПРЕДПОЛАГАЮЩИЕ ПРИМЕНЕНИЕ СРЕДСТВ DATA MINING, РАЗИТЕЛЬНО ОТЛИЧАЮТСЯ ОТ ТРАДИЦИОННЫХ ПОДХОДОВ К ОБНАРУЖЕНИЮ МОШЕННИЧЕСТВА ТЕМ, ЧТО ВЫХОДЯТ ДАЛЕКО ЗА РАМКИ ПРОСТЫХ ОТЧЕТОВ ОБ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫХ СИТУАЦИЯХ

Олег Данильченко, руководитель направления data mining, IBM в России и СНГ, говорит, что методы, предполагающие применение средств data mining, разительно отличаются от традиционных подходов к обнаружению мошенничества тем, что выходят далеко за рамки простых отчетов об исключительных ситуациях. Эти средства выявляют подозрительные случаи на основе шаблонов данных, позволяющих сделать предположение о мошенничестве.

Также дата-майнинг актуален при принятии решения о выдаче кредита, в том числе и на основе анализа информации о клиенте в социальных сетях и других открытых источниках. Классическое применение — это кредитный скоринг, то есть оценка платежеспособности заемщика и расчет вероятности невозврата кредита. Для этого анализируются данные о клиентах, которым ранее выдавали кредиты и у которых уже есть кредитные истории; эта информация обрабатывается алгоритмами data mining, в них выявляются скрытые неочевидные закономерности, и на их основе строится математическая модель, которая помогает определять, кому из потенциальных заемщиков выдавать кредит, а кому отказать. Таким образом, сбор данных помогает прогнозировать кредитные риски и автоматически принимать решения о выдаче кредитов. «Эту задачу решают банки по всему миру, в том числе и российские,— говорит господин Панкратов.— У нас, например, были проекты внедрения решений для кредитного скоринга в Сбербанке, ВТБ 24, Банке Москвы, Росбанке, Юникредит-банке».

Господин Шепелявый рассказывает об успешном внедрении дата-майнинга в Bank of America, девиз которого — принесение как можно больше пользы каждому клиенту. С помощью специальных инструментов глубинного анализа данных банк проанализировал профили клиентов, и теперь вместо прослушивания стандартного маркетингового предложения от специалистов колл-центров клиенты получают индивидуальные предложения.

СНЕЖНЫЙ ТЕЛЕКОМ В России продукты дата-майнинга пока не слишком распространены. Тем не менее это не повод для пессимизма. Максим Андреев, заместитель директора департамента информационных технологий и руководитель направления бизнес-приложений компании КРОК, говорит: «Принято считать, что в России распространение технологий лет на пять отстает от Запада. Но именно в случае с data mining мы идем в ногу с мировым ИТ-рынком. Конечно, в России пока не так много крупных проектов, но первопроходцами в этом направлении были именно отечественные разработчики. Более того, методы data mining использовались еще в Советском Союзе, например, для поиска полезных ископаемых: чтобы спрогнозировать наличие ископаемых в той или иной области, использовались данные, полученные в ходе геологоразведки. Кроме того, на российском рынке уже давно есть завершенные проекты по прогнозированию спроса или оттока клиентов, причем выполненные не по стандартной схеме». По словам господина Андреева, обычно вначале компания автоматизирует бизнес-процессы, а уже потом внедряет соответствующие системы. Отечественные игроки «пропустили» этап автоматизации, но несмотря на это, их проекты были довольно успешными, хотя и не очень громкими.

Сергей Алмазов, руководитель направления «Системы бизнес-анализа и мобильные решения» компании IBS, комментирует: «Я бы не сказал, что есть высокий интерес в России, подкрепленный соответствующей долей рынка. Хотя отдельные применения таких технологий, безусловно, были. Например, есть примеры использования инструментов data mining для анализа оттока абонентов в телекоме».

Сергей Борисов, старший менеджер и руководитель практики «Телекоммуникации, медиа и высокие технологии» департамента управленческого консалтинга Accenture, говорит о том, что первопроходцами дата-май- →

ИНФОРМАЦИЯ ОБРАБАТЫВАЕТСЯ АЛГОРИТМАМИ DATA MINING, В НИХ ВЫЯВЛЯЮТСЯ СКРЫТЫЕ НЕОЧЕВИДНЫЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ, И НА ИХ ОСНОВЕ СТРОИТСЯ МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ, КОТОРАЯ ПОМОГАЕТ ОПРЕДЕЛЯТЬ, КОМУ ИЗ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ЗАЕМЩИКОВ ВЫДАВАТЬ КРЕДИТ, А КОМУ ОТКАЗАТЬ

нинга стали именно телеком-операторы, впервые применившие стратегию таргетированного маркетинга. Имея возможность собирать информацию о звонках, сообщениях и прочих видах коммуникации своих абонентов, они анализировали огромные пласты информации, выявляя закономерности в поведении клиентов, а затем предлагали услуги, отвечающие их потребностям. К примеру, установив, что определенный абонент чаще всего звонит на два-три конкретных номера, сотовый оператор мог предложить такому клиенту подключить услугу «любимые номера» или сменить тариф на более выгодный. «В связи с отсутствием технологий, позволяющих быстро обрабатывать огромные пласты информации и оперативно реагировать на потребности клиента, очень часто предложения услуг, пусть и выгодные, поступали с опозданием, навязчивые звонки бывали неактуальными или поступали не вовремя и вызывали раздражение. Таким образом, количество тех, кто принимал в итоге предложение, было небольшим и колебалось примерно на уровне 3-5%,— рассказывает господин Борисов. Тем не менее ситуация активно меняется к лучшему: за прошедшие годы «уровень принятия» вырос до 10%, а для отдельных отраслей даже превысил эту отметку.

По словам Олега Данильченко, сейчас практически весь российский рынок телекоммуникаций использует технологии интеллектуального анализа данных, что позволяет прогнозировать уход клиентов, их потребности. Так, «Вымпелком СНГ» оптимизировал маркетинговые кампании с помощью IBM SPSS. «Телеком идет впереди планеты всей, потому что они применяют не только data mining, но и технологии анализа социального графа (SNA), которые позволяют дополнять профиль клиента информацией об основном круге его общения, и не просто прогнозировать уход клиента на основании его трансакций, а прогнозировать переход на SIM-карту другого оператора, базируясь на звонках из его постоянного круга общения»,— рассказывает он.

Уход абонентов к конкурентам — головная боль для маркетологов телекоммуникационных компаний. По данным экспертов, годовой отток клиентов на российском телеком-рынке достигает 40%. Без инструмента, помогающего прогнозировать эту цифру и предсказывать действия клиентов, нет возможности применять превентивные меры по их удержанию. Особенно это актуально в свете активизировавшихся обсуждений возможности сохранения телефонного номера при смене оператора.

«Привлечение новых клиентов является одним из основных приоритетов кратко– и среднесрочной перспективы для маркетологов телекоммуникационных операторов. Однако для бизнеса операторов, занимающих устоявшееся положение на рынке, наибольших усилий требует удержание доходных клиентов»,— рассказывает господин Данильченко. Проблема, стоящая перед менеджерами телекоммуникационных компаний, заключается том, что вовремя предсказать отток абонентов и его причину бывает крайне сложно. В связи с этим разработка рентабельной системы мотивации для удержания абонентов становится еще более сложной задачей. Но самой сложной задачей является создание и реализация законченной системы управления жизненным циклом абонентов, которая позволит предусмотреть все взаимодействия между клиентами и компанией и тем самым увеличить до максимума прибыль от потребителя (CLTV).

Поэтому современные провайдеры телеком-услуг, и в особенности те, которые устанавливают стандарты и их применение для всей отрасли, нуждаются в применении аналитических методов для всех возможных контактов с абонентами и событий жизненного цикла.

ОТБЛЕСК ГРЯДУЩЕГО Количество информации в мире растет катастрофическими темпами. Нет сомнений в том, что решения для анализа крупных массивов данных будут востребованы в ближайшем будущем. «На текущий момент конкретных ярких примеров не видно, хотя предпосылки создаются,— рассуждает господин Алмазов. — Например, ни для кого уже не секрет, сколько камер в Москве на дорогах и в подъездах. Это большие объемы информации, которые было бы полезно обрабатывать. Для обработки информации такого плана, в том числе видео, техническая возможность есть. Дело за инициативой».

Александр Пинский, директор по развитию бизнеса компании Teradata, рассказывает, что обычно компании проходят по стандартному пути развития бизнес-аналитики в несколько этапов. Сначала автоматизируется отчетность, что позволяет ответить на вопрос, что происходит в компании. На втором этапе развивается анализ данных, который дает ответ на вопрос,»почему это происходит. На третьем этапе формируется прогнозирование, чтобы узнать, что произойдет в будущем. На четвертом этапе операционализации развивается аналитика реального времени, которая позволяет понять, что происходит прямо сейчас, и без задержки принимать решения и реагировать на события. В конце концов, на последнем этапе формируются активные хранилища, позволяющие реализовать весь набор аналитических инструментов, включая моделирование, прогнозирование, реакцию на события и т. д. в режиме реального времени или максимально приближенному к нему.

Объем нестандартных и аналитических запросов к данным нарастает относительно традиционной отчетности по мере развития аналитики. А именно в этой области и востребован дата-майнинг, который позволяет соединить и покрутить данные так, как это нужно пользователю, вне прокрустова ложа заранее заданной отчетности.

«Бум бизнес-аналитики на Западе начался уже довольно давно, в том числе и применение дата-майнинга там распространено весьма широко,— говорит господин Пинский.— Поскольку в России сейчас тоже идет бурный рост интереса к аналитике и развитию бизнес-аналитики, причем большинство предприятий находится на начальных этапах этого развития, где дата-майнинг является одним из самых востребованных инструментов, то и активно растет рынок соответствующих решений».

Как говорит Сергей Борисов, технологии дата-майнинга постоянно совершенствуются. Сейчас их отличают три ключевые особенности: возможность сбора и обработки очень большого объема данных, объединение данных из разных источников, а также возможность отреагировать на потребности клиентов в реальном времени. К примеру, с помощью сервисов геолокации возможно отследить перемещения человека и предложить ему актуальную скидку как раз в тот момент, когда он проходит мимо интересного ему магазина. Получая данные о его интересах из соцсетей, обрабатывая геолокационные координаты, мы формулируем и посылаем запрос в реальном времени — такой запрос попадает именно к конкретному человеку, учитывает его потребности и желания, а значит, велик шанс, что он будет принят положительно.

Евгений Курилович уверен, что на сегодняшний день дата-майнинг — единственный доказавший на практике свою состоятельность инструмент, который позволяет осуществлять автоматизированный анализ больших объемов данных. «Обычно статистические методы и OLAP используются для проверки заранее сформулированных гипотез. А технологии data mining позволяют как раз сформулировать такую гипотезу, что само по себе гораздо сложнее, поскольку далеко не все закономерности очевидны с первого взгляда»,— говорит господин Курилович.

Более того, по словам господина Данильченко, из всех информационных технологий, существующих на мировом рынке, соотношение цены внедрения лицензий к отдаче от инвестиций у технологий DM наибольшее: ROI в среднем достигает 1000%.

Одно из важнейших преимуществ подхода дата-майнинга состоит в том, что методом могут пользоваться люди, не имеющие специального математического образования. И все же без подготовки рядовые сотрудники вряд ли справятся с такими продвинутыми инструментами. Поэтому в этом году на факультете ВМК МГУ имени Ломоносова начали преподавать курс по интеллектуальному анализу данных, который был разработан совместно преподавателями факультета и компанией SAS. Этот курс включен в обязательную академическую программу подготовки магистров на факультете. Он имеет четкую практическую направленность: студенты будут работать с реальными инструментами построения математических моделей для решения конкретных прикладных задач. ■

Как сэкономить на офисных компьютерах и организации офисного IT-пространства? Как повысить КПД компьютерного пространства офиса?

В Башкирии появился первый Дата-центр, предназначенный для надежного хранения и скоростной обработки информации.
Любая организация для того, чтобы обрабатывать информацию в коммерческих целях, должна приобрести нужное количество компьютеров и резервировать с них наиболее важную информацию. В некоторых случаях требуется существенно повысить скорость обработки информации, унифицировать контролируемый доступ к ней. Отсюда появляется необходимость в организации сервера — специально оборудованной машины, которая обрабатывает и хранит в себе копии наиболее важной информации (документооборот, базы данных и так далее). О том, как правильно организовать и выстроить работу сервера, рассказал Евгений Пучинский, директор 1DATA.RU. Компания успешно работает в сфере компьютерных технологий уже 13 лет и объединяет в одну команду IT-специалистов разных областей: инженеров-программистов, системных администраторов и архитекторов, проектировщиков, программистов 1С, специалистов по мониторингу и безопасности, системных аналитиков и т.д.

Евгений Владимирович, действительно ли организовать сервер — это очень затратное дело?

– Серверы не продаются в розницу, Вы не найдете их на прилавках магазинов, ведь это специализированное и дорогостоящее оборудование, которое можно купить только под заказ. Многообразие производителей серверов и правильное определение необходимых параметров для экономически выгодной покупки подразумевают наличие определенного опыта и специальных знаний в этой области. И даже после того, как клиент получит заказанное оборудование, настройка и подготовка его к работе, включая приобретение и установку лицензионного ПО (стоимость которого в некоторых случаях может превышать стоимость самого сервера), потребует дополнительных усилий. Это крайне затратное, но необходимое мероприятие. Использование нелицензионного ПО в деятельности законодательно запрещено. К тому же лицензионный продукт имеет лучший функционал, техподдержку автора, к нему предоставляются необходимые обновления. Для эксплуатации сервера также нужны специальные условия. Во-первых, первоначальные или разовые расходы потребуются на отдельное помещение с контролем физического доступа, охрану, пожарную сигнализацию, видеонаблюдение с записью (несколько камер), оборудование для стабилизации электропитания, систему бесперебойного питания, вентиляцию, кондиционирование и систему очистки воздуха. Кроме того, будут и постоянные расходы на содержание сервера: зарплата квалифицированных системных администраторов, оплата электроэнергии, затраты на замену морально устаревшего или вышедшего из строя оборудовани, охрана.

– А что предлагает 1DATA.RU – первый Дата-центр в нашем регионе?

– Принципиально иной подход. У наших клиентов отпадает необходимость затрат на приобретение дорогостоящего оборудования, ПО и его содержание. У нас есть уже установленные, современные сервера, к которым наши клиенты могут иметь круглосуточный и конфиденциальный доступ через интернет. Они сконцентрированы в одном месте, оборудованном по всем технологическим требованиям, что упрощает их обслуживание, которое оказывается уже с нашей стороны. Мы предлагаем аренду физических и виртуальных серверов с нужными IT-приложениями, услуги размещения серверов, систем хранения данных, хостинг-машин и дополнительного оборудования. Также мы ведем разработку и внедрение ряда индивидуальных IT-проектов для наших клиентов, и в 2012 году товарный знак 1DATA.RU зарегистрирован.

– То есть бизнес «разгружается» от множества отягчающих факторов?

– И еще от каких! Нашим клиентам нужно ежемесячно оплачивать только абонентскую плату и все. Если оценивать результат нескольких лет работы наших клиентов — материальные затраты у них становятся в разы меньше, а надежность и функционал — в разы выше. У нас в наличии есть много конфигураций серверов и систем хранения данных с разными техническими параметрами. Все оборудование уже подключено к нашей инфраструктуре и полностью готово к полноценной работе. Все сделано для того, чтобы наши клиенты смогли сконцентрироваться именно на своем бизнесе и организация IT не отвлекала их от работы.

– Часто предприятия сталкиваются с проблемами в эксплуатации лицензионного программного обеспечения. Какие условия своим клиентам предлагает 1DATA.RU?

– Да, зачастую выходит так, что некоторые компании приобретают корпоративную лицензию программного обеспечения, скажем, Microsoft Office. В ней, как правило, указано строго определенное количество рабочих мест, на которое можно установить это ПО. Например, либо только на 10, либо на 25. А если в компании — 13 сотрудников? Куда девать остальные неиспользованные лицензии? Нецелевые расходы. А 1DATA.RU предлагает своим клиентам именно столько лицензий, сколько нужно конкретно данному предприятию. В любой момент по желанию клиента мы можем его уменьшить или увеличить. Нашим клиентам не нужно докупать, или же, наоборот, ломать голову над тем, что делать с неиспользуемыми пакетами лицензий — это очень удобно. Используемое нами лицензионное программное обеспечение сертифицировано ФСТЭК РФ и имеет необходимые сертификаты.

– Насколько мобильна работа с арендуемыми в вашем ресурсе серверами?

– Арендуя у нас сервер с нужными лицензионными приложениями, вы получите возможность работать со своими документами и базами данных не только с рабочего компьютера в офисе, но и с любого другого компьютера, подключенного к сети интернет. Теперь, при необходимости, наши клиенты могут получить доступ к своей важной информации в любое время, в любом другом городе и даже в любой стране мира! Это относится и к базам данных 1С, так необходимым для бизнеса, — останется только перенести вашу базу 1С на сервер 1data.ru, и сразу можно работать, сэкономив очень приличные средства, не опасаясь за сохранность и конфиденциальность своих данных. Пропадает «привязка» пользователя к определенному рабочему компьютеру, что существенно увеличивает его мобильность и производительность, надежность хранения информации и скорость ее обработки.

– Какие гарантии безопасности и надежности хранения информации дает первый Дата-центр в Башкирии?

– Дата-центр надежно охраняется и обеспечивает очень высокий уровень сохранности информации. Серверы работают под аппаратным firewall, что существенно повышает конфиденциальность данных, используется шифрование данных по ГОСТ. На серверах работает лицензионная антивирусная защита, которая обновляется и контролирует безопасность автоматически. Все наши сотрудники прошли строжайшую проверку и отбор. Мы надежно храним информацию наших клиентов, ведь при работе информация автоматически шифруется, перехватить ее невозможно. Плюс к тому, мы ежесуточно снимаем копии данных со всех серверов на отказоустойчивые системы хранения, ведь мы уделяем огромное внимание сохранности и конфиденциальности информации и подкрепляем это необходимым пакетом документов. Предлагаем бизнесу любого масштаба оптимизировать расходы на IT, увеличить функционал и надежность.

Тел. : 8 (347) 256-03-03
8 (347) 294-03-03
8 (347) 246-03-03
www.1data.ru
e-mail: support@1data.ru
skype: DataCenterUfa
icq: 398838015

На правах рекламы

СВЯЗЬ ПОКОЛЕНИЙ

ВЫРУЧКА ОПЕРАТОРОВ ПРОДОЛЖАЕТ РАСТИ ЗА СЧЕТ РОСТА ЧИСЛА АБОНЕНТОВ: И МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА, И ШИРОКОПОЛОСНОГО ДОСТУПА. ХОТЯ ПЕРВЫЙ ВСЕ АКТИВНЕЕ ТЕСНИТ С ВЕРХНИХ ПОЗИЦИЙ ВТОРОЙ. АНАЛИТИКИ СЧИТАЮТ, ЧТО ШПД ЕЩЕ ПОЛИДИРУЕТ ЗА СЧЕТ СНИЖЕНИЙ ТАРИФОВ, НО ОТМЕЧАЮТ, ЧТО ВЫРУЧКА И ОТ ШПД, И ОТ МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА ПОЧТИ ДОСТИГЛА СВОЕГО МАКСИМУМА. ПРИ ЭТОМ ПОЯВЛЕНИЕ В РЕГИОНЕ СЕТЕЙ ЧЕТВЕРТОГО ПОКОЛЕНИЯ НИКТО ИЗ ЭКСПЕРТОВ НЕ СЧИТАЕТ СПОСОБНЫМ ПОВЛИЯТЬ НА РЫНОК. ЛИЛИЯ РАЯНОВА

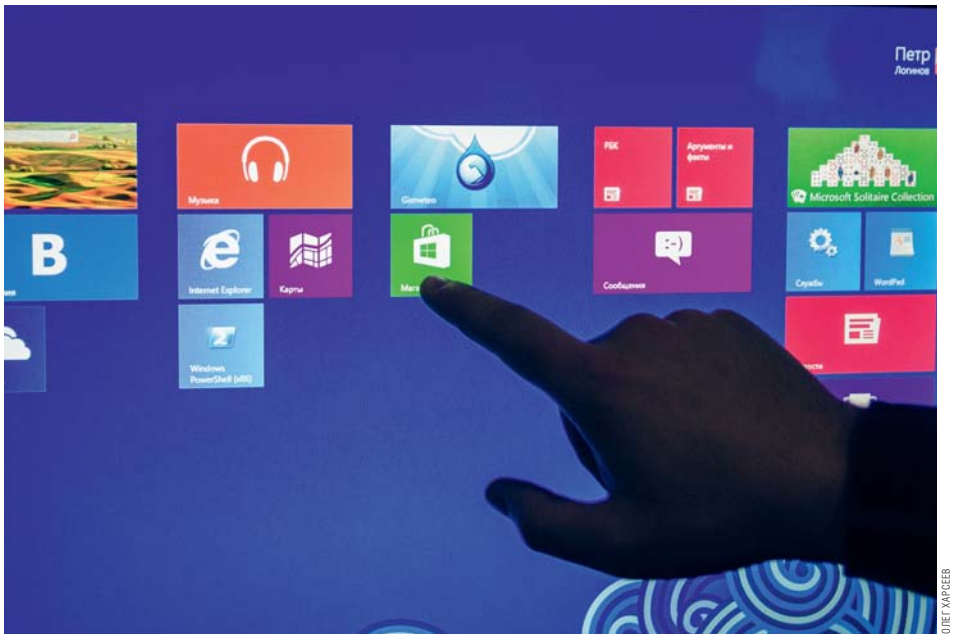
Рост числа пользователей интернета в России остается одним из самых высоких в мире, такие данные приводит генеральный директор компании CTI Олег Щапов. По его словам, «за первое полугодие с ростом в 28,3% темпы роста вообще были самыми высокими в мире». Как результат — мы уже на 5-м месте в мире по общему количеству абонентов, заключает собеседник.

Рост числа пользователей мобильного интернета опережает рост числа пользователей ШПД. Операторы, предоставляющие услуги мобильного интернета, получают больше выручки от каждого абонента, чем те, кто предлагает широкополосный доступ во всемирную паутину. По словам руководителя ИАА TelecomDaily Дениса Кускова, в фиксированном интернете ARPU (средняя выручка на одного пользователя) составляет порядка 330 рублей, а в мобильном, в зависимости от вида доступа с телефона или модема, от 200 до 500 руб.

По данным специализированного агентства, предоставляющего профессиональные услуги по исследованию и анализу телекоммуникационного рынка России и стран СНГ — iKS-Consulting, сегмент широкополосного доступа в интернет (ШПД) в России вырос в 2011 году на 13%. Однако аналитики заявляют, что в целом по стране, включая республику, снижается ежемесячный ARPU от ШПД. В 2007 году, по данным iKS-Consulting, ежемесячный ARPU в сегменте ШПД составлял 472 руб., в 2010 году он составил 378 руб., а в 2011 году, по их прогнозам, снизится до 367 руб.

В уфимском филиале ОАО «ВымпелКом» («Билайн») пояснили, что именно мобильный интернет является одним из ключевых драйверов роста сегмента. «Если говорить о цифрах, то мы видим рост дата-трафика в 2 раза (по сравнению с 2011 г.). На рост трафика влияет рост проникновения услуг мобильного интернета в абонентской базе, что в свою очередь обуславливается растущим проникновением смартфонов и мобильных приложений», — рассказали в компании. Коммерческий директор филиала ОАО «МТС» в Башкирии Павел Коротин приводит данные, согласно которым с начала года количество пользователей мобильного безлимитного доступа в интернет выросло на 80%, а количество абонентов специального тарифного плана для мобильного доступа в интернет за тот же период увеличилось на 70%. В уфимском филиале ЗАО «ЭР-Телеком Холдинг» отмечают, что количество абонентов, пользующихся ШПД, все равно продолжает расти, пусть и более скромными темпами, и это в компании связывают с «приемлемыми ценами».

«Мы считаем, что тенденция к росту пользователей мобильного интернета сохранится. Проникновение мобильного интернета приближается к своему максимуму», — заявляют в уфимском филиале ОАО «ВымпелКом» («Билайн»), добавляя, что основной рост в компании видят в увеличении абонентской базы.



ОЛЕГ ХАРСЕЕВ

ПОКА КОММЕРЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ LTE НА БЛИЖАЙШИЕ ГОД-ДВА ТОЛЬКО ОЦЕНИВАЕТСЯ. ПРЕЖДЕ ВСЕГО, ЭТО СВЯЗАНО С ОТСУТСТВИЕМ В МАССОВОМ РАСПРОСТРАНЕНИИ АБОНЕНТСКИХ УСТРОЙСТВ, ПОДДЕРЖИВАЮЩИХ ЭТУ СЕТЬ

Павел Коротин (МТС) говорит, что «суммарный интернет-трафик, переданный абонентами МТС в Башкирии, вырос за последний год (октябрь 2012 в сравнении с октябрем 2011) более чем на 70%». В компании прогнозируют дальнейший рост трафика как за счет расширения сети, так и за счет дальнейшего роста проникновения 3G-устройств в регионе, отмечая, что МТС продолжит приоритетно инвестировать в развитие сети третьего поколения, ресурсы которой далеко не исчерпаны.

ПОКА НА «ЧЕТВЕРКУ» В компании «МегаФон» услуги связи четвертого поколения начали предоставлять 29 июля 2012 года. С декабря 2011 года по октябрь 2012-го среднее потребление одним интернет-пользователем 2G/3G выросло в 1,5 раза. По данным за октябрь, месячное потребление интернет-трафика одним пользователем 4G в 11 раз превышает потребление 3G-пользователем. По прогнозам компании, предоставление услуг 4G позволит ей расширить возможности интернет-доступа для абонентов. Однако другие участники рынка не склонны считать, что появление сетей последнего поколения в ближайшей перспективе способно существенно изменить отрасль.

«На сегодняшний момент появление мобильной связи «четвертого» поколения не оказывает существенного влияния на рынок. Это объясняется незначительным проникновением устройств поддерживающих данный стандарт, — считает Павел Коротин (МТС). — Самым востребованным стандартом мобильной передачи данных по-прежнему остается 3G. Проникновение устройств, поддерживающих технологию LTE, в России крайне низко — менее 1%».

Такого же мнения придерживаются в уфимском филиале ЗАО «ЭР-Телеком Холдинг»: «Внедрение сетей четвертого поколения в республике никак не отразилось на наших показателях. Мобильный интернет не забирает клиентов из числа пользователей ШПД. Это не конкурирующие, а взаимодополняемые услуги, люди нередко пользуются обеими технологиями. В ШПД клиенты ценят стабильный, качественный сигнал и высокую скорость доступа к сети», — резюмируют в компании.

На уровне штаб-квартиры ОАО «ВымпелКом» (Билайн) сейчас формируется план по запуску LTE в регионах на 2013 год. Есть несколько условий: во-первых, в компании должны выполнить лицензионное условие — запуск LTE в 6 регионах до конца 2013 года. Во-вторых, учесть ограничения по загруженности частотного спектра — пока у «ВымпелКома» нет информации о возможном объеме, сроках и стоимости работ по конверсии. Если говорить о Приволжском регионе, на данном этапе рассматриваются республики Марий Эл и Чувашия. По предварительным оценкам специалистов компании, на этих территориях сложность и сроки конверсии спектра будут минимальны и позволят выполнить требования лицензии.

«Мы пока оцениваем коммерческий потенциал LTE на ближайшие год-два. Прежде всего, это связано с отсутствием в массовом распространении абонентских устройств, поддерживающих сеть LTE, сегодня их не так много. Безусловно, мы готовим нашу сеть к запуску LTE, однако при этом продолжаем видеть большой потенциал развития у сети 3G по технологиям HSPA и HSPA+. В отличие от рынка LTE, который пока есть и в краткосрочной перспективе будет оставаться рынком USB-модемов, у технологии HSPA+ есть больший потенциал на рынке Medium Screen — планшетных компьютеров, который растет сейчас самыми высокими темпами», — рассказали в ОАО «ВымпелКом», добавив, что по их оценкам среднегодовой темп роста в данном сегменте в 2012-2015 годах составит 60-70%. Выбор регионов для запусков в 2013 году обуславливается также возможностью опробовать на данных локальных рынках различные модели абонентских устройств, появляющихся на рынке, оценить уровень спроса и протестировать модели ценообразования. Учитываются также экономические факторы (конкурентная ситуация и потенциал рынка) и техническая готовность сетей.

Генеральный директор компании CTI Олег Щапов считает, что пока появление сетей 4G фактически никак не влияет на рынок, потому что сети четвертого поколения мало где представлены. «Предполагаю, что этот сервис будет все-таки позиционирован для мобильных пользователей, которые используют планшеты, смартфоны и ноутбуки за пределами дома и офиса. Себестоимость единицы пропущенной информации в беспроводных сетях все-таки значительно выше, чем в проводных», — отмечает собеседник.

Вице-президент, руководитель Дирекции по работе со страховыми и телекоммуникационными компаниями «Ланит» Валерий Шинкарюк считает, что увеличение пропускной способности транспортной сети в связи с переходом на стандарты LTE является очевидным. «Но с другой стороны, главным двигателем развития сетей является контент. Именно он предъявляет все новые и новые требования к ширине каналов и их скорости. Мне кажется, что операторам в текущей ситуации следует думать не только о развитии сети. Им необходимо развиваться в сторону генерации контента, а также создавать новые услуги на базе своих сетей», — считает Валерий Шинкарюк.

Руководитель группы маркетинга компании «NetTrans» Владимир Афанасьев заявляет, что в 2013 году ситуация сильно не изменится. «Будет, как и прежде, переход абонентов от одного оператора к другому. Также ожидается небольшой прирост абонентов», — считает эксперт и добавляет, что хотя количество абонентов по сравнению с прошлым годом увеличилось, но в большинстве это блуждающие абоненты, ищущие более выгодные тарифы и дополнительные сервисы. ■

В ОТЛИЧИЕ ОТ РЫНКА LTE, КОТОРЫЙ ПОКА ЕСТЬ И В КРАТКОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ БУДЕТ ОСТАВАТЬСЯ РЫНКОМ USB-МОДЕМОВ, У ТЕХНОЛОГИИ HSPA+ ЕСТЬ БОЛЬШИЙ ПОТЕНЦИАЛ НА РЫНКЕ MEDIUM SCREEN — ПЛАНШЕТНЫХ КОМПЬЮТЕРОВ, КОТОРЫЙ РАСТЕТ СЕЙЧАС САМЫМИ ВЫСОКИМИ ТЕМПАМИ

«РАСХОДЫ НА ИТ ПЕРЕХОДЯТ ИЗ КАПИТАЛЬНЫХ ЗАТРАТ В ОПЕРАЦИОННЫЕ»

ПО МНЕНИЮ АНАЛИТИКОВ, ВРЕМЯ ТОЧЕЧНОЙ АВТОМАТИЗАЦИИ УХОДИТ В ПРОШЛОЕ: РАЗНООБРАЗНЫЕ ИТ-СИСТЕМЫ ВСЕ ГЛУБЖЕ ИНТЕГРИРУЮТСЯ С БИЗНЕСОМ. КОРРЕСПОНДЕНТ „Ъ“ ЛИЛИЯ РАЯНОВА ВСТРЕТИЛАСЬ С РОДИОНОМ МЕРЗЛЯКОВЫМ, ДИРЕКТОРОМ УРАЛЬСКОГО ФИЛИАЛА КОМПАНИИ «АЙТИ», И ВЫЯСНИЛА, ЗАЧЕМ КОМПАНИИ МЕНЯЮТ ИТ-АРХИТЕКТУРУ.

BUSINESS GUIDE: Как изменился подход к использованию ИТ в последние годы?

Родион Мерзляков: Подход к использованию ИТ на предприятиях, действительно, переживает сильную трансформацию. Во-первых, изменения связаны с массовым распространением мобильных технологий и, как следствие, активным применением подхода BYOD (Bring Your Own Device — использование для рабочих целей личных устройств сотрудников). Особенно этот тренд актуален для руководящих лиц, которым важен доступ к информационным системам всегда и везде, а также для менеджеров, которым большую часть рабочего времени приходиться находится «в поле». Все вопросы мобилизации бизнеса обсуждались в октябре на второй конференции «День корпоративной мобильности», организаторами которой выступили Российский Союз ИТ-Директоров (СоДИТ) и Центр корпоративной мобильности компании АйТи. Это мероприятие еще раз подтвердило: мобильность в бизнес-среде — один из основных трендов настоящего времени.

Во-вторых, это связано с появлением доступных работающих облачных решений (IaaS — инфраструктура как сервис, PaaS — платформа как сервис, SaaS — ПО как сервис). Крупные компании создают частные облака, а средний и малый бизнес все чаще пользуются облачными сервисами. Это приводит к «декапитализации», когда расходы на ИТ переходят из капитальных затрат в операционные.

Тема ИТ-аутсорсинга, о которой последнее время стали говорить значительно реже, остается актуальной и сегодня. После бурных обсуждений его целесообразности интерес многих компаний перешел в практическую стадию, и в ближайшие годы количество успешных аутсорсинговых проектов должно возрасти.

В целом, от ИТ сегодня ждут эффективности; чтобы пользоваться ИТ можно было легко и с минимальными затратами.

BG: Правда ли то, что точечная автоматизация уходит в прошлое?

Р.М.: Точечная автоматизация уходит в прошлое, сегодня наблюдается тенденция к сквозной автоматизации бизнеса. Особенно отчетливо этот процесс можно проследить при работе с документами. Сейчас наступило то время, когда все бизнес-процессы документируются, в результате появляется большое количество важных документов, по которым требуется отслеживать весь их жизненный цикл. Значение документа для предприятия растет, но при этом и растут требования к скорости его обработки.

Каждое предприятие работает с огромным количеством документов разных типов: бухгалтерскими и финансовыми, входящими и исходящими, электронными и бумажными, текстовыми и табличными. Первый шаг по автоматизации работы с документами уже давно сделали практически все компании — внедрили систему электронного документооборота. Но сегодня стандартных функций СЭД уже не хватает, требуется расширение функционала системы, и большинство компаний осознают необходимость комплексной ECM-системы. Системы, которая позволит автоматизировать управление информационными потоками и повысить эффективность работы организации в целом.

Надо отметить, что российские создатели СЭД давно заметили эту тенденцию, и на сегодняшний день многие продукты имеют функционал, приближенный к ECM-системам.

BG: Приведите примеры из жизни: как ИТ проникают вглубь бизнеса?

Р.М.: Один из показателей проникновения ИТ вглубь бизнеса — это активное использование ИТ-решений для массового обслуживания потребителей. Например, разработанные и установленные ГК АйТи терминалы для покупки проездных билетов в Московском метрополитене помогли практически избавиться от очередей в кассы! Также яркими примерами являются автокассы Башкомснаббанка, с помощью которых тысячи людей ежедневно оплачивают услуги и различные продукты; системы оповещения пассажиров в аэропорте Домодедово и на железнодорожном вокзале Уфы, автоматизация госуслуг, благодаря которой россияне могут быстро и просто получить справку или оформить необходимые документы и т.д.

Таким образом, ИТ становятся не только необходимым элементом бизнеса, но и важной частью жизни обычных людей. ■

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ УСЛУГИ

Одни плюсы, как ни посмотри

Корпоративные SMS-сервисы — это возможность для любой организации самостоятельно отправлять SMS из своей компьютерной сети на телефоны абонентов «Билайн» и других сетей как в рамках запланированной рассылки, так и в ответ на клиентские запросы.

SMS-рассылки сегодня пользуются популярностью: рассылки фитнесс-клубов, ресторанов и кино, гипермаркетов говорят о том, что такой вид продвижения действительно работает.

Но не только цели продвижения товаров и услуг могут преследовать компании, обращаясь к SMS-рассылкам. Банки и страховые компании посредством SMS-сервисов информируют клиентов об операциях по счету, напоминают о суммах и сроках погашения кредитов, о продлении страховых полисов. Транспортные фирмы, авиаперевозчики сигнализируют об изменениях в расписании, позволяют посредством SMS бронировать билеты. Платежные системы таким образом автоматизируют процессы платежных операций клиентов. Традиционные и интернет-магазины принимают и обрабатывают заказы.

Для контактов с клиентами такой способ представляется весьма удобным, его преимущества налицо: оперативное информирование большого числа клиентов, получение обратной связи доступным и понятным клиентам способом. Есть также возможность персонифицировать сообщения, если компания ведет базу данных своих клиентов и знает их «в лицо».

Для себя, любимых

SMS-рассылки полезны и для внутренних коммуникаций. Например, заблаговременное оповещение сотрудников о запланированных совещаниях, встречах и т.п. Это — отличный способ управления курьерами, что актуально для логистических, транспортных фирм, магазинов, служб доставки и так далее. Опросы внутри компании тоже удобнее проводить посредством SMS. С помощью данных сервисов можно отслеживать работу технических устройств компании, но это лишь в случае автоматизированного подключения к SMS-платформе оператора. Из этого заявления легко сделать вывод, что наладить SMS-сервисы можно разными способами, и это действительно так.

Техническая сторона вопроса

Существует много способов сотрудничества с телеком-оператором, предоставляющим компании SMS-сервисы. Основное из них — это подключение посредством готового web-интерфейса или подключение непосредственно к SMS-платформе оператора. Если рассматривать вопрос на примере опыта «Билайн» Бизнес, эти два способа предоставят похожие возможности отправки и приема сообщений от абонентов всех сотовых сетей в любом объеме (от индивидуальных сообщений до массовых рассылок). При этом оплата взимается только за фактически доставленные сообщения.

Среди основных возможностей web-интерфейса от «Билайн» Бизнес — сортировка адресатов по группам, планировщик отправки сообщений, интеграция с наиболее популярными форматами хранения контактов, составление отчетов, редактирование подписи, настройка автоответа. Также можно использовать несколько «входящих» адресов доставки для сообщений, отправленных вам клиентами (когда, например, одновременно проводится несколько акций).

Но если web-интерфейс позволяет пользоваться возможностями оповещения и принятия заказов, не требуя интеграции с существующей IT-системой обслуживания клиентов, то собственная платформа компании, синхронизированная с SMS-платформой телеком-оператора, расширяет возможности компании.

Если надо использовать специфическую логику обработки SMS-сообщений, если нужна интеграция с внутренней IT-системой, если необходима реализация сложных интерактивных услуг (управление банковским счетом, бронирование билетов и пр.), больше подходит собственная платформа компании, синхронизированная с SMS-платформой телекоммуникационного гиганта. Именно подключение по протоколу SMPP или SMTP позволит настроить совместимость с базой заданных клиентов или системой CRM, автоматизировать многие бизнес-процессы, осуществлять мониторинг сетевых систем и многое-многое другое. У web-интерфейса тоже есть свои преимущества: возможность пересылки всех входящих сообщений на адрес электронной почты, например. Но все же специалисты «Билайн» Бизнес настоятельно рекомендуют перед принятием решения, какой из способов подключения выбрать, проконсультироваться с менеджерами по работе с корпоративными клиентами «Билайн» Бизнес по адресу:

Уфа, ул. Менделеева, 227
Телефон: (347) 226-31-98 доб. 1

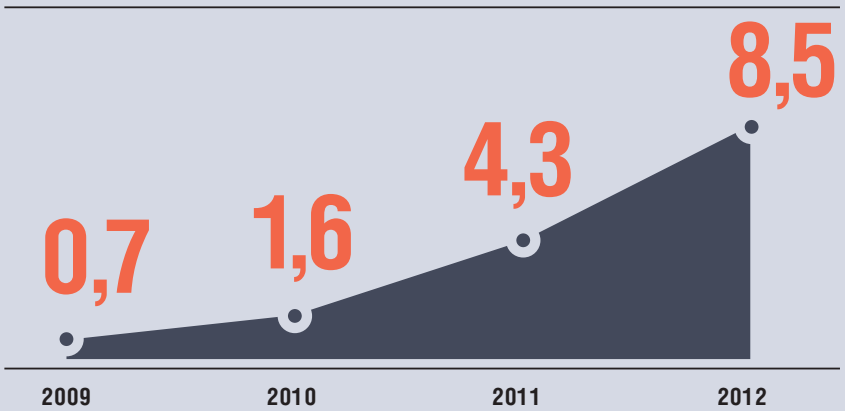
Билайн®
Бизнес

На правах рекламы

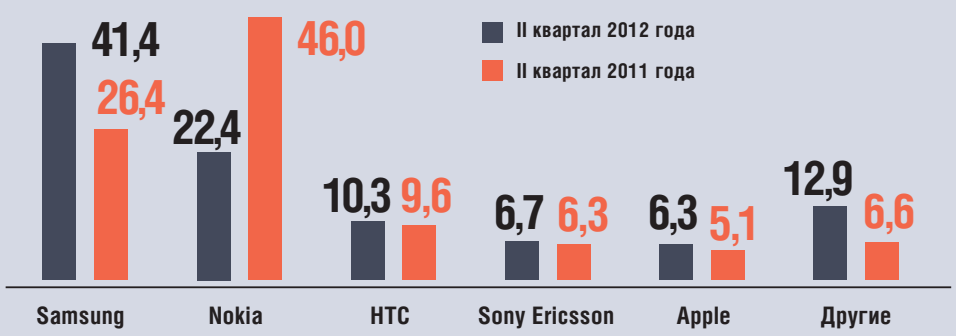
СИЛА ПРИВЫЧКИ

ЕЩЕ ГОДА ЧЕТЫРЕ НАЗАД РАССТАНОВКА СИЛ НА РЫНКЕ МОБИЛЬНЫХ ОПЕРАЦИОННЫХ СИСТЕМ БЫЛА СОВСЕМ ДРУГОЙ — И НЕТ НИКАКИХ СОМНЕНИЙ В ТОМ, ЧТО УЖЕ ЧЕРЕЗ ГОД ИЛИ ДВА СИТУАЦИЯ СНОВА ИЗМЕНИТСЯ КАРДИНАЛЬНЫМ ОБРАЗОМ. «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ» ЗАФИКСИРОВАЛ СЕГОДНЯШНЕЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОЛЕЙ РАЗЛИЧНЫХ OS И ВЫЯСНИЛ, В КАКИХ СТРАНАХ УСТРОЙСТВА ПОД УПРАВЛЕНИЕМ SYMBIAN ПО-ПРЕЖНЕМУ ЛЮБЯТ БОЛЬШЕ ВСЕХ ОСТАЛЬНЫХ.

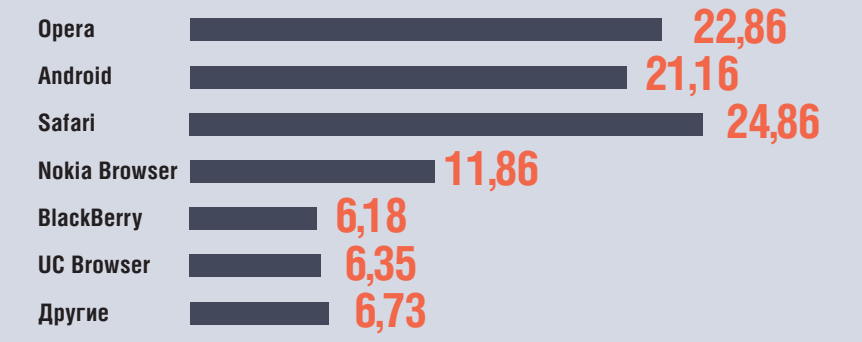
ДОЛЯ МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ ВЫХОДА В ИНТЕРНЕТ (%, ЗА ВЫЧЕТОМ ПЛАНШЕТОВ)

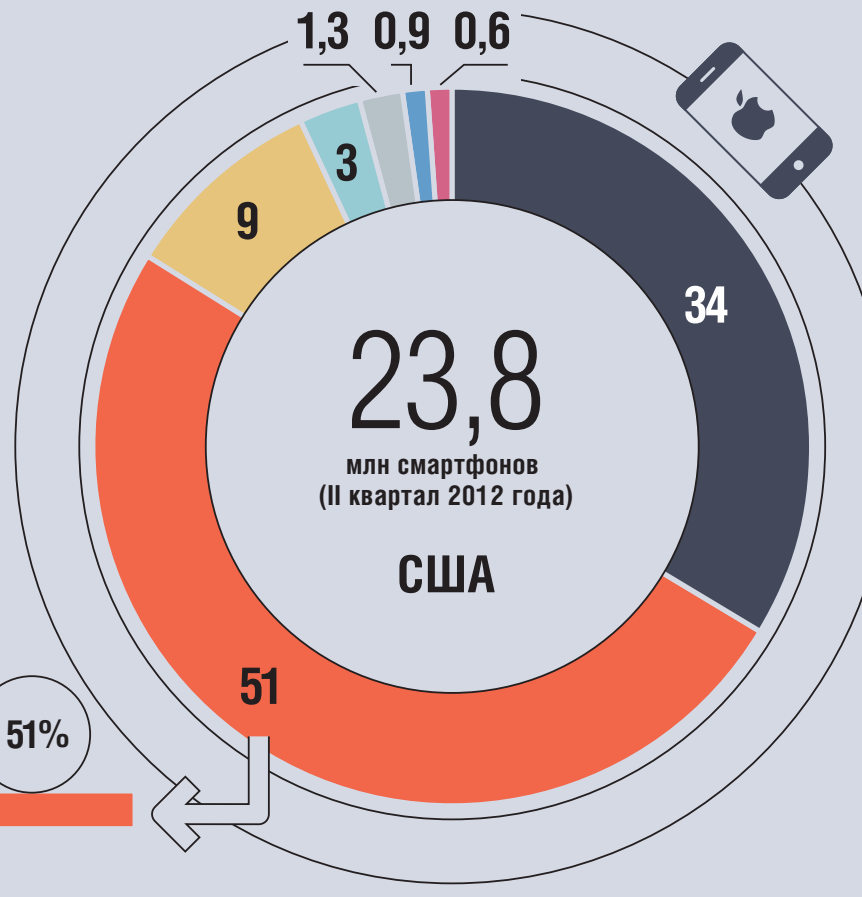


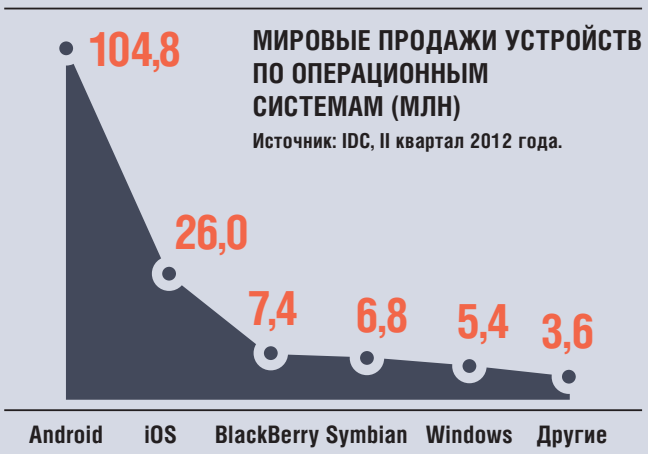
РОССИЙСКИЙ РЫНОК СМАРТФОНОВ (%)



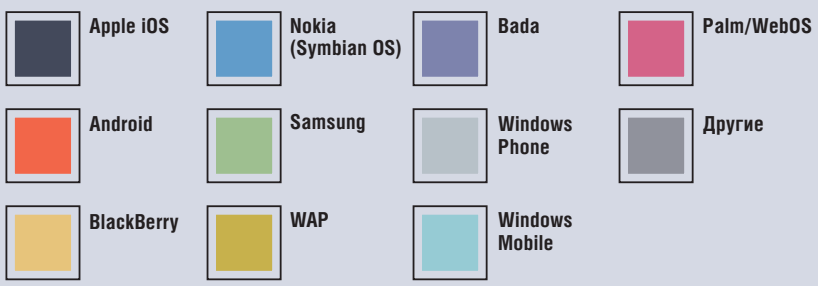
ПОПУЛЯРНЫЕ МОБИЛЬНЫЕ БРАУЗЕРЫ (%)



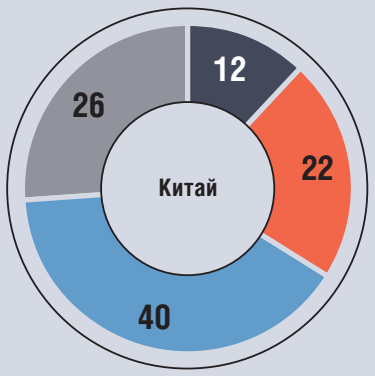


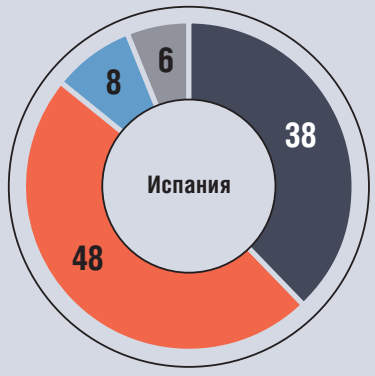


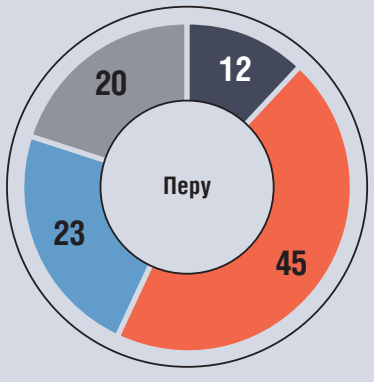
РЫНОК МОБИЛЬНЫХ OS

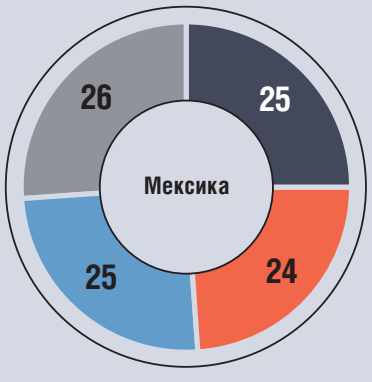


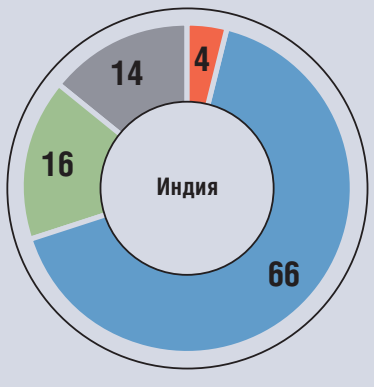
Источник: Nielsen, II квартал 2012 года.

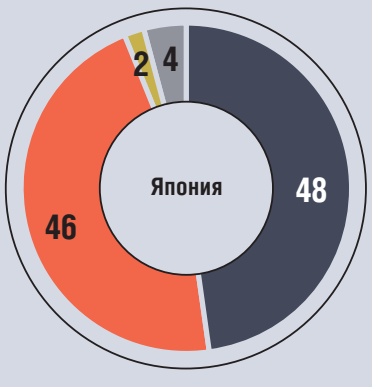












52%

ПРИБЫЛИ ВСЕГО МОБИЛЬНОГО РЫНКА ПОЛУЧАЕТ APPLE, ЗАНИМАЯ ПРИ ЭТОМ ЛИШЬ 4,2% РЫНКА ПО СОСТОЯНИЮ НА НОЯБРЬ ПРОШЛОГО ГОДА

МИЛЛИОН В КАРМАНЕ

СОГЛАСНО ПРОГНОЗУ GARTNER, В 2012 ГОДУ В МИРЕ БУДЕТ СКАЧАНО БОЛЕЕ 45 МЛН МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ — НА 82% БОЛЬШЕ, ЧЕМ ГОДОМ РАНЕЕ. НЕУДИВИТЕЛЬНО, ЧТО МНОГИЕ РАЗРАБОТЧИКИ ПО-ПРЕЖНЕМУ ВОСПРИНИМАЮТ МАГАЗИНЫ APP STORE И GOOGLE PLAY ЧЕМ-ТО ВРОДЕ КЛОНДАЙКА, СПОСОБНОГО ПРИНЕСТИ МИЛЛИОНЫ ДОЛЛАРОВ. ОДНАКО ВРЕМЕНА «ДИКОГО ЗАПАДА» ДАВНО ЗАКОНЧИЛИСЬ — ТЕПЕРЬ БЕЗ БОЛЬШИХ БЮДЖЕТОВ НЕ ТОЛЬКО НА РАЗРАБОТКУ, НО И ПРОДВИЖЕНИЕ ШАНСОВ НА УСПЕХ У НЕЗАВИСИМЫХ СТУДИЙ СОВСЕМ НЕМНОГО. АЛЕКСАНДР КАРПОВ

БОЛЬШИЕ ЦИФРЫ Магазин мобильных приложений App Store был открыт в 2008 году и, по заявлению главного финансиста Apple Питера Оппенгеймера, прозвучавшему в начале года, принес за все время существования более $5,7 млрд. Согласно правилам, 30% дохода от продаж забирает Apple, так что разработчики получили более $4 млрд. Внушительная сумма. При этом наиболее популярным и прибыльным типом мобильных приложений являются игры. Если верить исследованию сервиса 148apps, в июле 17,62% от общего количество приложений в App Store занимали игры, почти вдвое меньше (9,9%) — программы из категории «Развлечения». При этом в рейтинге десяти самых кассовых российских мобильных приложений App Store на момент написания этих строк восемь позиций занимали именно игры. Объем же мобильного игрового рынка, если верить исследованию Transparency Market Research, к 2015 году вырастет до $117,9 млрд по сравнению с $70,5 млрд в прошлом году.

Однако потрясающие истории об упорных независимых разработчиках и нежданно свалившихся на их головы миллионах долларов — по сути, один из современных аналогов сказки о Золушке — остались далеко в прошлом. В первые годы работы App Store подобные success stories сыпались как из рога изобилия: взять, например, программиста Этана Николаса, в 2008 году в одиночку написавшего игру iShoot и за первый месяц продаж заработавшего более $600 тыс. Сегодня у Николаса не было бы ни малейшего шанса: конкуренция сделала свое дело, и качество продукции в магазинах приложений возросло многократно. Одним из последних сюрпризов такого рода стал непредсказуемый успех примитивной головоломки Bubble Ball, написанной 14-летним подростком: тогда, а в 2011 году в первые две недели ее скачало более 1 млн пользователей. Впрочем, уже тогда эту историю можно было считать редким исключением из правил. По словам Алисы Чумаченко, генерального директора и основателя крупнейшего российского издателя и разработчика мобильных игр Game Insight с выручкой $40 млн в 2011 году, минимальная сумма вложений для вывода среднестатистической игры на вершину рейтинга приложений составляет приблизительно $100 тыс. Это, естественно, не считая бюджета на разработку и другие статьи расходов.

«Для того чтобы игра стала успешной, сегодня не достаточно сделать хорошую игру. Необходим грамотный вывод продукта на рынок,— объясняет госпожа Чумаченко.— Сделать это самостоятельно крайне сложно. Для этого и нужен издатель, который проводит экспертизу приложения, осуществляет его продвижение, в том числе и за счет кросс-промо в других играх, анализирует результаты и корректирует маркетинг в зависимости от условий на рынке. Необходимы соответствующие ресурсы, отдел маркетологов, портфолио игр, бюджеты и многое другое».

По слова директора департамента продуктов для мобильных платформ компании ABBYY Екатерины Солнцевой, также большую роль в продвижении мобильных приложений играет бренд: «Мы видим это по нашим приложениям: у нас есть как приложения с известным брендом, такие как ABBYY Lingvo, так и те, бренд которых мы только выводим на рынок. Очень четко видно, что приложения, выпущенные под известным брендом, сразу набирают огромное количество пользователей, а новые приложения к популярности идут постепенно и набирают ее шаг за шагом. Также в магазинах приложений существует эффект локомотива, когда популярные продукты от известных разработчиков тянут за собой их новые приложения».

РОБОТ, ДЫШАЩИЙ В ЗАТЫЛОК Еще совсем недавно операционная система Android заметно отставала от платформы iOS по общему количеству приложений. Однако пару недель назад корпорация Google с гордостью объявила о том, что количество приложений в интернет-магазине Google Play достигло 675 тыс., а скачиваний — 25 млрд. Для сравнения: за пару недель до этого общее число приложений в магазине App Store раскрыла Apple: оно составило 700 тыс., из которых 250 тыс. были написаны специально для планшетов iPad. Нет никаких сомнений в том, что рано или поздно как минимум по этому показателю Android обгонит конкурирующую концессию: еще во втором квартале смартфоны под управлением этой операционной системы занимали 44% мирового рынка, тогда как на долю iPhone приходилось лишь 17,7%.

По слова Алисы Чумаченко, стоимость привлечения пользователей в обеих платформах практически сравнялась. «Что же касается прибыли с пользователя, то в App Store она немного выше. Но по количественному распределению Android однозначно выигрывает,— комментирует CEO Game Insight. И приводит наглядный пример: — Возьмем одну из наших первых игр, Paradise Island. Количество пользователей iOS среди игроков составляет чуть более 3 млн, в то время как поклонников Android — более 12 млн».

Жан-Батист Годино, региональный менеджер издательства Gameloft по Центральной и Восточной Европе, связывает это не только с господствующим положением Android на рынке смартфонов: дело в том, что пользователь устройства, работающего на этой операционной системе, может устанавливать приложения из многих источников — не только официального магазина Google Play, но и многих других. Например, популярные на американском рынке планшеты Kindle Fire поддерживают скачивание приложений из магазина Amazon App Store, в ассортименте которого игры от Game Insight также присутствуют. Впрочем, по словам господина Годино, в структуре выручки самой Gameloft ($95,2 млн в первом квартале 2012 года) доля, полученная от владельцев iPhone и iPad, доминирует. Правило «владельцев Android больше, но пользователи iOS платят лучше» все еще работает. Во всяком случае — пока. Аналитики IDC прогнозируют, что в 2015 году доля устройств под управлением Windows Phone вырастет с прошлогодних 3,8% до 20,3%. А в таком случае у разработчиков и издателей мобильных приложений появится как минимум еще один гарантированный источник дохода. ■

НАДЕЖНОСТЬ

Надежность – это спокойствие и уверенность, гарантия качества при любых условиях

Информационная система – это ключевой элемент для управления предприятием. Компания АйТи – это надежный, стабильный партнер, стремящийся реализовывать ИТ-решения, обеспечивающие безотказную поддержку бизнеса.

АйТи

Москва, ул. Ленинская Слобода, д. 19, стр. 6
+7 [495] 974-7979 | 974-7980 | e-mail: info@it.ru | www.it.ru
20 региональных офисов в России

Уральский филиал АйТи:
Уфа, ул. Ст. Кирова, д. 52, этаж 5
+7 (347) 293-79-79 | e-mail: ufa@it.ru | www.ural.it.ru

КОНСАЛТИНГ | БИЗНЕС-ПРИЛОЖЕНИЯ | ИТ-СЕРВИСЫ | ИНФРАСТРУКТУРА ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Реклама

ПЕРВОЕ

деловое радио

107,5 BUSINESS FM

первое деловое радио

Business FM – первое деловое радио. Все, что необходимо для Вашего бизнеса и Ваших денег: обзор текущих событий в стране и мире, новости рынков, обзор котировок ценных бумаг, курсов валют, информация об отставках и назначениях, новости и события ведущих российских и зарубежных компаний и корпораций. Все новости бизнеса за 20 минут на 107,5 FM

BUSINESS FM. Держитесь курса!

www.bfmufa.ru

Реклама. Лицензия РВ №13188 от 13.03.2008 г.

РЕКЛАМА / WWW.RADO.COM

RADO
SWITZERLAND

RADO CENTRIX JUBILÉ
AUTOMATIC

ЭЛЕГАНТНЫЙ ДИЗАЙН

Прэго

Часовой магазин „Прэго“, пр. Октября, 68, тел. (347) 248-71-00, www.diter.ru