

ТОВАРЫ ДЛЯ СИСТЕМ БЕЗОПАСНОСТИ. ПОИСК ИНФОРМАЦИИ В ИНТЕРНЕТЕ

Ю. Гедзберг

Среди специалистов по системам безопасности Интернет становится все более популярен; его очевидными достоинствами являются: неограниченный объем информации, возможность оперативного нахождения нужных сведений. Вместе с тем, необъятность этой информации, неоднородность ее качества, а нередко и сложность ее получения создают определенные трудности. Цель данной публикации – помочь специалистам в области систем безопасности при поиске информации в Интернете.

Что ищут в Интернете

Что чаще всего ищут в Интернете специалисты по системам безопасности? Как правило, целью поисков является:

- нормативно-техническая документация,
- информация для повышения знаний,
- описания, программное обеспечение,
- каталоги оборудования,
- каталоги компаний,
- прайс-листы.

Вначале рассмотрим "наживку" – то бесплатное, что ищут в Интернете посетители сайтов, затем прайс-листы – тот "крючок", на который ловят потенциальных клиентов компании на своих корпоративных сайтах, а в конце посмотрим, как качество сайта влияет на качество размещенной на ней информации.

Но сначала один вопрос:

Сколько стоит информация?

Информация стоит денег: деньги нужны, чтобы дать информацию о компании и продвигаемом ею оборудовании (это реклама) и деньги нужны, чтобы получить информацию. Однако информацию можно получить и бесплатно?..

Действительно, в настоящее время получение информации по системам безопасности в российском Интернете бесплатное. Но ведь закон сохранения материи в силе; где же компании находят средства для массового альтруизма – для свободного размещения на своих сайтах той информации, что ищут специалисты?

Конечно, чудес не бывает, и вся реклама, в том числе и в Интернете, опосредованно включена в стоимость продаваемых компаниями товаров. А вот чтобы "лошадь подошла к реке", то есть, чтобы посетители приходили на сайты компаний, в качестве приманки используется размещенная на них бесплатная информация. В этом нет ничего плохого, но посетителям сайтов следует об этом помнить, поскольку подача подобной информации обязательно будет субъективной (никто не станет рекламировать продукцию конкурента).

Нормативно-техническая документация (НТД)

Потребность в ознакомлении с законами, стандартами, требованиями, указаниями, нормами и т.д. на рынке систем безопасности постоянно высокая. При поиске НТД необходимо обращать внимание на ее редакцию, версию, дату выпуска и т.п., поскольку подобная информация устаревает, а потому она должна периодически обновляться администрацией сайта. Существуют сайты, предлагающие гарантированно актуальную НТД, правда, за деньги.

Информация для повышения знаний

Товары для систем безопасности имеют определенную сложность – для их выбора, установки и эксплуатации требуются специальные технические знания.

В используемой для привлечения посетителей "просветительской" информации в качестве примеров обычно приводится оборудование, продвигаемое лишь данной компанией. Конечно, желательно не отпугнуть клиента, придать ресурсу внешнюю объективность. Одним из приемов, используемым фирмами для этого, является создание так называемого независимого сайта. Нередко это реализуется в виде русскоязычного сайта-донора (с целью продвижения зарубежного бренда). Такой сайт дистанцируется от корпоративного сайта компании, его породившей (впрочем, гиперссылки указывают реальную принадлежность сайта).

Поэтому для получения объективной информации можно рекомендовать посещение нескольких сайтов данной тематики, либо использование информации действительно независимых Интернет-порталов по безопасности.

Все большую популярность приобретают всевозможные он-лайн калькуляторы – как для инженерных расчетов (фокусное расстояние объектива, время записи на жесткий диск и пр.), так и с целью подбора оборудования для определенной конфигурации системы и оценки ее стоимости.

Доски бесплатных объявлений могут быть эффективны при одновременном выполнении двух условий:

- каждый может оставить свое сообщение,
- администрация сайта должна постоянно удалять случайные объявления.

Чтобы быть в курсе последних событий, а также инноваций на рынке систем безопасности, можно использовать новостную информацию (размещаемую как на сайтах, так и в специальных рассылках), хотя подчас содержащаяся в них техническая информация теряется в потоке имиджевой рекламы компаний.

Кроме использования статической информации сайтов, возможно интерактивное получение необходимых сведений - в форумах, конференциях, на страницах вопросов и ответов (FAQ). Однако и здесь заметна явная заинтересованность завсегдаев и модераторов форумов в продвижении определенных продуктов (что совершенно естественно для условно-бесплатной информации).

Более эффективной является форма Интернет-Семинаров по Безопасности, где не скрывается коммерческий интерес организаторов семинара. Однако благодаря "эффекту присутствия" вопросы здесь не забалтываются, и в день проведения семинара каждый посетитель может получить ответ на свой вопрос, причем, непосредственно от технических специалистов компании. При этом материалы Интернет-Семинара по Безопасности остаются в Интернете неограниченно долго и продолжают "работать" после завершения программы семинара.

Описания, программное обеспечение

Описания и инструкции бывают востребованы в следующих случаях:

- когда они необходимы для эксплуатации, инсталляции, ремонта и пр., но оказываются утерянными;
- когда требуется уточнить технические параметры приборов, а служба технической поддержки компании-поставщика работает неэффективно.

Не каждая компания имеет ресурсы для выполнения грамотного перевода инструкций или русификацию программного обеспечения. Поэтому такая информация на сайте является хорошей приманкой (хотя и не гарантирующей, что клиент клюнет на крючок именно данной компании). На некоторых сайтах подобная информация становится доступной только после регистрации посетителя.

Для работы с импортными приборами систем безопасности нередко бывает более практичным использовать англоязычные инструкции, поскольку качество доморощенного технического перевода во многих случаях оставляет желать лучшего. Поэтому ценной информацией могут оказаться адреса в Интернете зарубежных компаний-производителей оборудования.

Каталоги оборудования

На рынке систем безопасности нет поставщиков, предлагающих полный набор товаров для создания законченных систем, причем, с одинаковым соотношением цена/качество. Если поставщик не смог заинтересовать клиента в приобретении у него целиком всего необходимого набора оборудования, клиенту приходится брать товары у разных поставщиков. Вследствие этого проектировщику приходится искать информацию о различных приборах у разных компаний, выяснять возможности их совместимости.

С другой стороны, размещение в Интернете каталогов оборудования – это кропотливый труд, требующий серьезных технических знаний. Посещение подобного каталога может отнять немало времени, а результат окажется малоэффективным, если в нем нет четкого структурирования продукции, отсутствует ее иерархичность, если на-

ИНТЕЛЛЕКТ

возможности безграничны

ВИДЕТЬ...
и распознавать

Система не только отображает информацию с видеокamera, но и самостоятельно проводит анализ изображения, сравнивая с любыми базами данных

ИНТЕЛЛЕКТ автоматически распознает угнанные автомобили из транспортного потока и оперативно передает сигнал на пост автоинспекции

ИНТЕЛЛЕКТ распознает человеческие лица на объектах с высоким уровнем контроля доступа, помогает выявлять преступные элементы в аэропортах и на вокзалах.



АВТОИНТЕЛЛЕКТ

распознавание автомобильных номеров

Распознавание автомобильных номеров
Высокая достоверность распознавания
государственных регистрационных знаков

faceИНТЕЛЛЕКТ

распознавание человеческих лиц

Распознавание человеческих лиц
Устойчивость идентификации



интеллект. технологии. видео.

127018 Москва
ул. Складочная 1, стр. 5, 4 этаж
т/ф: 775-6161 (многоканальный)

Санкт-Петербург
ул. Ефимова, д. 4а, м. «Сенная площадь»
Тел./Факс (812) 441-3322

вигация в каталоге неудобная и нет возможности сортировки и поиска товаров, а сами технические характеристики приборов указаны неточно.

Действительно, можно ли говорить об эффективности поиска в каталоге, где, например, все черно-белые видеомониторы с размером диагонали от 5 и до 20 дюймов "свалены в одну кучу", без подразделов или когда видеомультимплексы не разделены по числу входов и т.д.

Причины возникновения подобных проблем – бурное развитие индустрии безопасности, появление новых технических направлений, отсутствие устоявшейся терминологии, недостаточный технический уровень составителей каталогов.

Но и каталоги могут нести на себе отпечатки пристрастия компаний, которым они принадлежат. На субъективность некоторых Интернет-каталогов, декларируемых как независимые, указывает отсутствие информации по общеизвестным брендам (например, если в поле "Поиск торговой марки" одного из каталогов набрать "Panasonic", следует сообщение: "Найдено результатов: 0").

На некоторых сайтах публикуется информация о распродаже неликвидов для систем безопасности, и это может использоваться для решения экономических проблем компаний.

Каталоги компаний

Специалистам по безопасности нередко требуется оперативно отыскать реквизиты поставщиков определенного вида оборудования (как отечественных, так и иностранных фирм), найти их контактную информацию. Базы данных подобных каталогов должны постоянно обновляться; кроме того, поиск требуемой компании должен быть максимально удобен и прост (по алфавиту, по тематике, по ключевым словам). В противном случае посетители решат, что лучше использовать универсальную поисковую систему, например, "Яндекс".

Прайс-листы

Чтобы выбрать оптимальное по цене оборудование, проектировщик должен ознакомиться с прайс-листами компаний, размещенными на их корпоративных сайтах. На поиск прайс-листов (оформленных самым различным образом), на сопоставление технических характеристик и цен товаров различных производителей и поставщиков тратится время и силы.

Существуют поисковые системы, в которых раздельно представлены прайс-листы компаний по безопасности, однако по удобству поиска информации такое решение ненамного лучше использования прайс-листов корпоративных сайтов.

Поэтому напрашивалось очевидное решение – создать Единый прайс-лист, включающий в себя прайс-листы различных компаний. В этом случае общий дизайн сайта в равной мере сказался бы на продвижении всех товаров без исключения. Что касается вариаций посещаемости самого Единого прайс-листа в различные дни, то для получения уточненной статистики возможно использование свертки популярности различных товарных позиций и посещаемости Единого прайс-листа.

Единый прайс-лист имеет широкий спектр сортировок: по типу, по производителю, по поставщику, по региону, по ценам; возможен поиск по ключевым словам.

Следует отметить, что поле "Техническое описание" в печатных прайс-листах обычно ограничено объемом порядка 200 символов, что влечет за собой при изложении характеристик приборов использование "телеграфного стиля". Единый прайс-лист не имеет таких жестких ограничений, поле "Техническое описание" допускает использование до пяти тысяч символов с целью полноценного представления информации, аналогичное используемому в каталогах.

Наличие изображений товаров повышает информативность, а возможность прочесть отзыв о каждом товаре и оставить о нем свое мнение создает все предпосылки для объективности информации.

Уникальная возможность Единого прайс-листа – это мониторинг рынка систем безопасности (конфиденциальная информация успешности товаров для участников, общедоступная информация о состоянии рынка для посетителей).

Интернет-магазины существуют уже значительное время, однако в основном они используются для приобретения оргтехники, книг, компакт-дисков и пр.; данные о популярности существующих Интернет-магазинов по системам безопасности отсутствуют. Тем не менее, Единый прайс-лист может с успехом поставлять клиентов для таких Интернет-магазинов по безопасности.

Качество информации

Качество информации по системам безопасности определяется качеством сайтов, на которых она размещается. Как, хотя бы ориентировочно, оценить качество сайта?

Первое, на что следует обращать внимание, это то, насколько удобно работать с таким сайтом (то, что определяется термином "usability").

Скорость загрузки

Если сайт грузится долго (такое бывает, когда он перегружен "архитектурными излишествами" типа флэш-анимации, пестрит, как лоскутное одеяло, графическими баннерами, а основной текст закрывается всплывающими рекламными окнами), ясно, что разработчики сайта злоупотребляют вниманием посетителя.

Обновляемость

Об актуальности размещенной на сайте информации можно судить по последней дате новостей сайта. На запуск сайта указывает большое количество устаревших, не работающих гиперссылок, показания счетчика посещений близки к нулю.

Регистрация

Если для доступа к ресурсу вам предлагают зарегистрироваться, то стоит подумать – для чего? Во-первых, на это тратится ваше время, а во-вторых, неизвестно, у кого потом окажутся ваши персональные данные.

Дизайн

Легкий, удобный для восприятия дизайн сайта, конечно, более удобен для работы, нежели сайт, в котором текст, размещается поверх какой-то структуры (составленной, например, из логотипов компании) или когда белыми буквами пишется по темному фону, что утомительно для глаз.

Навигация

Простая, интуитивно понятная навигация, конечно, удобнее той, при которой не всегда удается "выбраться" с каких-то страниц сайта, даже целая "back". Существует негласное правило для грамотно разработанных сайтов: любая информация должна быть достижима в пределах трех кликов.

Посещаемость

Кроме достоверности, актуальности и удобства поиска, не меньшее значение имеет и источник информации – насколько ему можно доверять. При том, что каждая компания стремится, чтобы поисковые машины Интернета в первую очередь указывали посетителям на их сайт.

Одним из устоявшихся стереотипов успешности сайта является его высокая посещаемость. Различные счетчики считают по-разному (некоторые, например, не фиксируют посетителя, если он до этого уже приходил на данный сайт в течение 20 последних минут). Если сотрудники какой-то компании имеют выход в Интернет через прокси-сервер, то вне зависимости от

числа сотрудников компании, посещавших данный сайт, счетчик будет фиксировать лишь одного посетителя. Намного эффективнее информация о посещаемости, если счетчики установлены на всех страницах сайта. Кроме того, немаловажно какие именно страницы посещались (например, сайт может позиционироваться как каталог, а оказывается, что львиная доля посещений приходится на форум).

Для завоевания верхних позиций в рейтингах, веб-дизайнеры идут на различные ухищрения, пытаются обмануть поисковые машины Интернета.

Взять к примеру, участие сайтов в баннерных сетях и рейтингах. Декларируемая при этом цель якобы повышения посещаемости сайтов на самом деле реализуются лишь для сайта одной компании – той, которая организует обмен баннерами или рейтинг, и сама же в них участвует. Поэтому популярность подобного сайта еще не означает востребованности и ценности размещенной здесь информации. Кроме того, обмен баннерами с сайтами отличной от систем безопасности тематики привлекает посторонних, подчас случайных для систем безопасности посетителей, что, в конечном итоге, вводит в заблуждение рекламодателей (а это, собственно, и является конечной целью подобных акций). Потому-то на таких сайтах низка эффективность размещения баннеров (оцениваемая так называемым CTR).

К числу стандартных уловок относится также использование нескольких доменных имен с перекрестными ссылками, насыщение текстов ключевыми словами или гиперссылками (видимыми посетителем и невидимыми).

В простейшем случае, посещаемость сайта можно просто купить. О накрутке счетчиков (когда посещаемость заранее заказывается) можно судить, например, с помощью рейтинга www.mail.ru, по следующим признакам.

- Отличие графика ежедневной посещаемости сайта от графика периодической функции.
- В выходные дни посещаемость сайта чрезмерно мала или чрезмерно велика (она должна составлять примерно 1/3 от посещаемости в будни).
- Сравнительно высокое положение в рейтинге ночью или ранним утром, которое заметно снижается к концу дня.
- Отсутствие корреляции с посещаемостью большинства сайтов, например, при снижении посещаемости на праздниках, летом и пр.
- Резкий, не мотивированный какими-либо изменениями на сайте, всплеск посещаемости.

Следует помнить, что, как всякий обман, накрутка счетчиков подрывает доверие и к самой информации, размещенной на таком сайте.

Авторитетность информации

Авторитетность источника информации определяется по авторству публикаций: кто авторы статей – администрация сайта либо специалисты компании, которые имеют свое отношение к статьям, или большинство публикаций заимствовано из посторонних источников.

Автору совсем не хотелось бы, чтобы у читателя сложилось мнение, будто с информацией в Интернете больше проблем, чем реальных достоинств. Это совсем не так (хотя проблемы, действительно, есть), но если все мы начнем соблюдать правила игры, Интернет станет действительно привлекательной средой для ведения реального бизнеса в области систем безопасности.

И потом. Мы живем в стране, где многие годы все учились читать между строк, сравнивать и анализировать прочитанное, так что едва ли эта статья кого-то отвратит от Интернета. Скорее наоборот – и в этом источник нашего оптимизма!

Иновационная технология видеонаблюдения с обзором на 360 градусов



IPIX SECURITY™

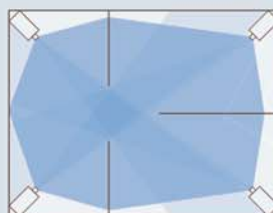


CommandView 360
Полное владение ситуацией

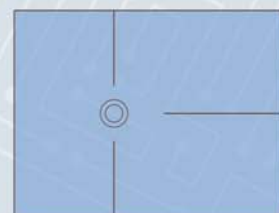


CommandView Dome
Никаких «мертвых» зон

- Регистрация всей окружающей обстановки
- Захват всей окружающей обстановки в цифровом формате
- Цифровое перемещение по наблюдаемой области
- Одновременный многопользовательский доступ к просмотру камеры
- Отсутствие механических устройств наведения
- Отсутствие необходимости в наличии оператора



Типовое решение на основе 4-х обычных телекамер



Решение на основе одной IPIX CommandView Dome



Тел: (095) 792-5110
E-mail: soling@soling.ru
www.soling.ru