

PCWEEK RUSSIAN EDITION

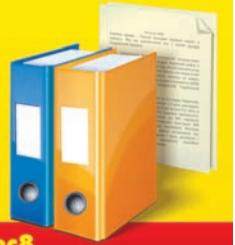


ЕЖЕНЕДЕЛЬНОЕ ИЗДАНИЕ • 23 ФЕВРАЛЯ — 1 МАРТА • 2010 • № 6 (708) • МОСКВА

<http://www.pcweek.ru>

1С:ДОКУМЕНТООБОРОТ

НОВОЕ РЕШЕНИЕ НА ПЛАТФОРМЕ 1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8.2



www.v8.1c.ru/doc8

Кризисный рост: отраслевой аспект

ПЕТР ЧАЧИН

Каких итогов добилась отрасль связи и массовых коммуникаций в 2009 г.? В докризисные времена, как правило, уже в декабре были известны предварительные результаты хозяйственной деятельности предприятий ин-

СВЯЗЬ фокоммуникационной сферы, и министерские чиновники не жалели времени на комментарии по поводу очередных успехов вверенного им ведомства. Однако на этот раз такого не случилось, и до сих пор мало что можно сказать о достигнутых отраслевых показателях. Оно и понятно — кризис все-таки!

Тем не менее на прошедшей в Москве февральской международной конференции «Телекоммуникационная отрасль: преодоление последствий глобального экономического кризиса и задачи дальнейшего развития» прозвучали первые цифры, которые дают некоторое представление о результатах прошедшего года. Объем российской отрасли информационно-коммуникационных технологий, по словам директора департамента экономики и финансов Минкомсвязи Алек-



Игорь Щёголев: «Прирост объема услуг электросвязи на 19% — совсем не плохо по кризисным временам»

сандра Нарукавникова, в 2009-м вырос на 2% и составил 1,796 трлн. руб.

«Доля ИКТ в ВВП страны достигла 4,6%, — сказал он. — Доля доходов от телекоммуникационных услуг в обороте отрасли составила порядка 70%. Доходы от услуг связи в 2009-м выросли на 6,3%, до 1,3 трлн. руб.». Определенные данные назвал в своём выступлении и министр связи и массовых коммуникаций Игорь Щёголев: «Прошедший год был непросто для всей экономики, — признал он. — Но теперь можно сказать, что самое трудное позади. Отрасль связи по-прежнему проявляет себя как одна из наиболее динамично развивающихся. Это плод коллективной работы всех связистов. Если в докризисный период темпы прироста объемов услуг электросвя-

зи составляли в среднем 22% в год, то в прошлом году, по предварительным подсчетам, эта цифра составила 19%, что совсем не плохо по кризисным временам».

Доволен г-н Щёголев и итогами работы «Связьинвеста». Предпринятые меры позволили существенно улучшить экономические показатели. «И выручка выросла, продолжение на с. 6 ▶»

Приоритеты ИТ-директоров в 2010 году

ЕЛЕНА ГОРЕТКИНА

Согласно результатам опроса ИТ-директоров, проведенного аналитической компанией Gartner, в 2010-м корпоративные ИТ-бюджеты вырастут в среднем на 1,3% по сравнению с прошлым годом, когда затраты предприятий на высокие технологии упали на 8,1%.

СТРАТЕГИИ

Такое медленное восстановление не позволит ИТ-бюджетам вернуться на уровень 2008-го, а лишь даст возможность достигнуть состояния 2005-го.

В опросе приняли участие более 1500 ИТ-директоров из 41 страны и 27 отраслей. Результаты показали, что 2009-й был для них самым трудным годом начиная с 1999-го, когда впервые стали проводиться эти исследования. Руководителям ИТ-отделов пришлось решать проблемы сокращения бюджетов, отложенных расходов и повышения требований к ИТ-обслуживанию со стороны других подразделений. Но в 2010-м ожидается улучшение ситуации и изменение роли ИТ-отделов: высоко-

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 23 ▶

Приоритетные направления с точки зрения бизнеса и технологий

ОСНОВНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ БИЗНЕСА	РЕЙТИНГ	ОСНОВНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ ПО ТЕХНОЛОГИЯМ	РЕЙТИНГ
Улучшение бизнес-процессов	1	Виртуализация	1
Сокращение корпоративных затрат	2	Облачные вычисления	2
Расширение использования информации и аналитики	3	Web 2.0	3
Повышение производительности труда сотрудников	4	Сетевые коммуникации с передачей голоса и данных	4
Привлечение и удержание новых клиентов	5	Бизнес-аналитика	5
Управление инициативами, связанными с переменами	6	Мобильные технологии	6
Создание новых продуктов или услуг (инновации)	7	Управление данными и документами и их хранение	7
Более эффективная работа с клиентами и рынком	8	Сервисно-ориентированные приложения и архитектура	8
Консолидация бизнес-операций	9	Технологии защиты	9
Улучшение отношений с имеющимися клиентами	10	ИТ-управление	10

Источник: Gartner.

В НОМЕРЕ:

Анонсирована Windows Phone 7 Series **2**

В ожидании агрессивного роста **7**



Как конкурировать с Apple iPad **10**

Каковы шансы Microsoft на рынке виртуализации **13**

Ситуация на рынке хранилищ данных **16**

Мобильное телевидение в России **20**

ИТ-итоги 2009 года в мире и России

АНДРЕЙ КОЛЕСОВ

Прошедший год был очень сложным для всей мировой экономики, и ИТ-отрасль не стала исключением. Однако сейчас эксперты уверенно утверждают то, о чем еще прошлой осенью говорили очень осторожно: основные проблемы остались в 2009-м, рынок — в том числе и ИТ — стал восстанавливаться. Более того, концовка прошлого года превзошла даже краткосрочные ожидания аналитиков, которые стали оперативно корректировать свои прогнозы на новый, 2010-й.

Так, IDC еще в октябре говорила, что падение ИТ-продаж по итогам 2009 г. по сравнению с 2008-м в целом составит 8%, а уровень 2008-го (1,5 трлн. долл.) будет достигнут лишь в 2012-м. Но сейчас, в начале февраля, агентство представило уже несколько иных сведения: снижение по итогам 2009 г. равно 4,5%. В текущем году, по мнению экспертов из IDC, рынок вырастет на 3% — до величины 1,48 трлн. долл., т.е. практически достигнет докризисной отметки. Ожидается, что расходы на аппаратные средства увеличатся на 5%, на ПО и услуги — соответственно на 2 и 3%.

Примерно такую же динамику предсказывает Gartner: по ее оценкам, спад в прошлом году составил 4,6%, а в наступившем ровно на такую же долю ИТ-рынок должен вырасти. Что касается от-



Рис. 1. Прогноз динамики развития российского ИТ-рынка

дельных сегментов, то здесь мнение ее аналитиков заметно отличается от точки зрения коллег из IDC: Gartner считает, что наибольшего роста следует ожидать в сфере ИТ-услуг (5,6%), далее следуют ПО (4,9%) и телекоммуникации (4,7%); увеличение поставок компьютерного оборудования составит лишь 1,6%.

Но еще более значительные расхождения между двумя ведущими группами

ИТ-аналитиков можно увидеть в абсолютных оценках ИТ-рынка: Gartner прогнозирует объем ИТ-расходов в 2010 г. на уровне 3,4 трлн. долл. Скорее всего, это объясняется разным пониманием самого понятия «ИТ-рынок» (Gartner включает в него и телекоммуникационную отрасль).

ИТ-лидеры в кризисных условиях

Так или иначе, но главное — дно кризиса достигнуто и начинается подъем. Эти обобщенные исследовательские оценки подтверждаются и вполне конкретными фактами на уровне финансовой отчетности ряда ведущих мировых ИТ-компаний (см. табл. 1).

По этим данным хорошо просматривается общая динамика развития мировой ИТ-ситуации: в III квартале 2008-го кризис практически еще не отразился на результатах поставщиков, но потом пошло общее снижение продаж (точнее, темпов роста продаж в годовом разрезе). «Дно» пришлось на III квартал 2009-го, а потом началось восстановление поставок. Несмотря на снижение доходов, ИТ-лидеры продемонстрировали высокий уровень устойчивости своего бизнеса: почти все они сохранили прибыльность, хотя этот показатель по сравнению с докризисным периодом снизился.

Что было в России

По довольно единодушным мнениям экспертов, высказываемым в течение про-

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 6 ▶

ISSN 1560-6929



10006



9 771560 692004

Москва делает ставку на открытые электронные аукционы

ВЛАДИМИР МИТИН

Возможно, уже с 1 июля нынешнего года правительство Москвы с целью усиления борьбы с коррупцией и повышения эффективности расходования бюджетных средств станет приобретать товары и услуги, утвержденные распоряжением Правительства РФ № 1996-р от 17 декабря 2009 г. (www.government.ru/gov/results/8664/), исключительно через открытые аукционы в электронной форме, исключая личные контакты между органами власти и поставщиками на стадии размещения заказа.

Именно с такой инициативой выступил Департамент г. Москвы по конкурентной политике, о чем 5 февраля заявил его руководитель Геннадий Дёгтев на пресс-конференции «Борьба с антиконкурентными соглашениями в сфере госзаказа. Картельный сговор и правоприменительная практика».

В качестве электронной торговой площадки для реализации данной инициативы ведомство г-на Дёгтева предлагает использовать «Единую электронную торговую площадку» (ЕЭТП), созданную постановлением правительства Москвы № 369-ПП от 28 апреля 2009 г.

Напомним, что ЕЭТП является одной из пяти торговых площадок, отобранных в январе этого года Правительственной

комиссией по проведению административной реформы для проведения электронных конкурсов и аукционов в рамках обеспечения государственных закупок в строгом соответствии с Федеральным законом № 94-ФЗ от 21 июля 2005 г. «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд».

Вообще говоря, с 1 июля 2010 г. привычные для чиновников классические аукционы должны быть заменены электронными только при приобретении товаров и услуг для федеральных ведомств. В масштабах страны аналогичные перемены для региональных и местных ведомств планируется осуществить лишь в 2011 г.

Но Москва собирается бежать на полгода «вперед паровоза». Чем же вызвана такая спешка? «Картельные сговоры наносят серьезный экономический вред, вызывающий ряд негативных последствий, — сказал Геннадий Дёгтев. — Вот лишь один пример. 21 января 2010 г. на ЕЭТП прошли аукционы на строительство детских садов. В них приняли участие свыше 50 компаний. Суммарная стартовая цена превысила 3,5 млрд. руб. Разыгрывалось 19 лотов. При этом часть компаний, которые пришли на торги именно за получением городского заказа, в добросовестной конкурентной борьбе дали

среднее снижение 19,2%, а вот у пяти компаний среднее снижение по восьми лотам составило всего 2%. Здесь никакой конкурентной борьбы не наблюдалось. Таким образом, можно говорить о явных признаках сговора. Также на обозначенных выше торгах конкурсная комиссия зафиксировала факты снижения цены ниже себестоимости. Выполнение качественных работ в этом случае становится невозможным».

Конкретные участники этих торгов названы не были, однако было объявлено, что по итогам данного аукциона Гендерный комитет Москвы счел возможным обратиться в УФАС России с просьбой провести расследование и оценить действия участников аукциона на предмет сговора. Решение антимонопольной службы должно быть получено в I кв. 2010 г. Если оно будет положительным, город расторгнет договор с победителями конкурса, а участники сго-

вора попадут в реестр недобросовестных поставщиков.

Г-н Дёгтев также сообщил, что в 2009 г. в соответствии со статьей 11 Федерального закона № 135-ФЗ от 26.07.2006 г. «О защите конкуренции» материалы по 70 торгам направлены в Московское УФАС России для проверки фактов сговора участников размещения заказа. Объявлен и эмпирический критерий выявления факта сговора. «Если на торгах будет отмечено снижение меньше 5%, оно будет расцениваться комиссией как наличие косвенных признаков картельного сговора и соответствующие материалы будут сразу же передаваться в УФАС России», — говорит г-н Дёгтев.

Ещё одним инструментом в этой борьбе правительство Москвы считает организацию горячей телефонной линии «Антисговор». Её номер: 680-2897. Среди прочих по данному номеру принимаются и анонимные звонки.

Стартует Windows Phone 7

АНДРЕЙ КОЛЕСОВ

На февральской международной выставке-конференции Mobile World Congress 2010 в Барселоне (Испания) была впервые публично продемонстрирована очередная версия мобильной платформы Microsoft — Windows Phone 7 Series. Представляя эту новую ОС, генеральный директор Microsoft Стив Балмер особо под-

черкнул, что ее отличительной чертой является интеллектуальный дизайн и интегрированные сервисы, включая игры Xbox LIVE, медиаплеер Zune и видеоприложение. Он сообщил при этом, что партнеры корпорации, в том числе такие известные произ-



Windows Phone 7 Series People Hub является центральным коммуникационным узлом новой мобильной платформы Microsoft

ных задач. В Windows Phone 7 Series имеется шесть информационных компонентов, отражающих наиболее частые действия пользователей. Для социального общения используется элемент «Люди», который объединяет всю информацию, касающуюся какого-либо определенного человека, в том числе его записи и комментарии в социальных сетях, а также фотографии. Через него выполняется

централизованный доступ к таким сетям, как Facebook и Windows Live. Компонент «Картинки» управляет процессом обмена фотографиями и видеороликами в социальных сетях, объединяя все фотографии пользователя, хранящиеся в Интернете или в компьютере. «Игры» предоставляют первый

официальный игровой сервис Xbox LIVE, включающий в себя собственно игры, возможность видеть аватар и профиль другого игрока, а также список достижений друзей. Медиасреда «Музыка + Видео» объединяет средства проигрывателя Zune, локальный медийный контент, музыкальные онлайн-сервисы и встроенное FM-радио. С помощью функции Zune Social можно общаться с другими меломанами и делиться с ними своими предпочтениями и рекомендациями. Еще один компонент — Marketplace — позволяет находить и загружать лицензионные приложения и игры. И наконец, среда Office обеспечивает прямой доступ к решениям Office Mobile, SharePoint и OneNote.

По данным IDC WW Mobile Phone Tracker, текущая версия мобильной платформы Microsoft — Windows Phone 6.5 — занимает в России более 25% рынка подобных средств. Руководитель департамента по продвижению потребительского программного обеспечения и онлайн-продуктов Microsoft в России Павел Черкашин сообщил, что в ближайшее время в нашей стране будет доступен магазин приложений Marketplace.

ДЕНИС ВОЕЙКОВ

В последних числах января Microsoft объявила о запуске инициативы по повышению компьютерной грамотности и развитию ИТ-компетенций граждан России «Твой курс». Проект рассчитан на три года, в его рамках планируется обучить порядка 1 млн. человек.

По словам президента Microsoft в России Николая Прянишникова, для реализации анонсируемых планов компания продолжит открывать у нас в стране свои учебные центры начального уровня на базе вузов и публичных библиотек, рассчитанные на самые широкие слои населения. К концу года их число должно вырасти с 60 до 100, а их география охватит все субъекты Российской Федерации.

Бесплатное обучение можно будет проходить как очно, так и дистанционно по специально разработанным учебным материалам, включающим в себя электронные курсы, тесты, ссылки на внешние источники информации и др., сгруппированным по темам и уровням владения ИТ-инструментами. На едином портале проекта любой человек сможет протестировать свои знания, получить рекомендацию и выбрать подходящий курс. После завершения обучения его участники получат специальные сертификаты, что, как надеются в Microsoft, станет для выпускников конкурентным преимуществом на рынке труда.

Для более продвинутых пользователей в рамках «Твоего курса» компания планирует удвоить число своих ИТ-академий, доведя их количество до 400. Эти академии функционируют на базе российских вузов и в настоящий момент предлагают порядка 500 курсов повышения компьютерной грамотности не только студентов, но и преподавателей.

И для ИТ-специалистов Microsoft намерена дополнительно открывать свои сертифицированные учебные центры. Правда, их точное количество не уточняется.

За первый год действия инициатива должна охватить около 300 тыс. человек.

Общие инвестиции в проект за три года составят 5 млн. долл. Впрочем, в компании считают, что если их начинание окажется успешным и им заинтересуется власть, то масштабы проекта могут вырасти.

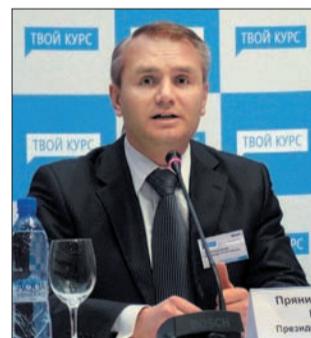
По всей видимости, эти надежды Microsoft во многом связаны с декларируемым сегодня на всех уровнях государственным курсом на общую информатизацию. По никому не удивившему признанию заместителя председателя Комиссии по вопросам развития институтов гражданского общества Совета Федерации Александра Починка, в вопросах компьютерной грамотности мы пока существенно отстаем от цивилизованного мира. И это при том, что ИТ-компетенция граждан, как считает г-н Починков, является ключевым фактором решения множества актуальных проблем — от роста ВВП до децентрализации страны (развития регионов).

Более конкретно о величине нашего отставания

высказался председатель совета директоров Института развития информационного общества Юрий Хохлов. Мы привыкли слышать о небывалых успехах отечественных программистов на всевозможных мировых чемпионатах. Однако, по данным г-на Хохлова, если взять репрезентативную выборку, то выяснится, что российская молодежь владеет информационными технологиями в два раза хуже, чем их сверстники в Европе, и в четыре — по сравнению с молодежью Северной Америки. В результате и в международном рейтинге готовности к так называемому электронному правительству Россия продолжает топтаться в конце шестого десятка, поднышывая за прошедший год с 60-го на 59 место.

В общем, на поприще обучения наших соотечественников компьютерной грамотности начального уровня Microsoft работы явно хватит. И по сообщению пресс-службы компании, первый учебный центр на 20 рабочих мест непосредственно в рамках инициативы «Твой курс» был открыт уже 1 февраля в Ульяновске.

Курсы Microsoft для миллиона россиян



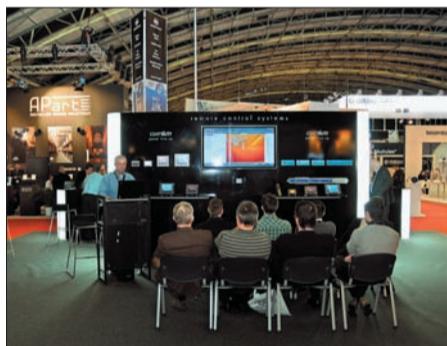
Николай Прянишников: «Инвестиции в инициативу в ближайшие три года составят около 5 млн. долл.»

ISE демонстрирует зрелость мирового АВ-рынка

ВАЛЕРИЙ ВАСИЛЬЕВ

Как считают специалисты, очередная выставка Integrated Systems Europe 2010, ориентированная на аудиовизуальные (АВ) технологии, продемонстрировала более успешный по сравнению с другими отраслями выход мировой АВ-отрасли из состояния экономической рецессии. Так, по оценкам компании InfoComm International, оборот этой отрасли будет расти на 8% ежегодно и достигнет к 2012 г. объема примерно в 65 млрд. евро. Этому способствует неумолимый рост доли видео в трафике Интернета, которая, как полагает Мартин де Бир, старший вице-президент компании Cisco, руководитель подразделения по разработке перспективных технологий, к 2013 г. будет составлять 90%. При этом, будучи изначально нишевой, АВ-отрасль постоянно расширяет свои границы, что подтверждают и результаты выставки ISE. Помимо увеличения интереса к ней (только во второй день из трех ее посетило 13,5 тыс. человек, что на 20% больше, чем в прошлом году), она переходит от демонстрации технологий к предложению готовых приложений для коммуникаций.

Амстердамский выставочный комплекс RAI, где проходила ISE, конечно, не преминул воспользоваться специализацией этого мероприятия для того, чтобы улучшить условия работы стендистов и облегчить осмотр посетителям выстав-



ки. Благодаря правильному выбору и монтажу аудио- и видеооборудования постоянные презентации на стендах не мешали друг другу, многочисленные разновеликие проекционные экраны не закрывали один другой, а посетители, используя распределенные по десяти зонам выставки 32-дюймовые мониторы с тащпанелями, микрофонами и стереоакустикой системы Electronic Virtual Assistant, новинки компании Kindermann, испытывали минимальные затруднения с ориентацией в протяженном пространстве ISE и со сбором информации об экспозициях, докладах в конференц-залах и расписании «уроков» обучающей секции ISE.

Некоторые новинки

Как и положено выставке, ISE стала местом презентации новых продуктов и технологических достижений. Так, компания Tandberg, входящая в число лидеров в области разработки оборудования для ВКС высокой четкости, предложила вниманию посетителей новый аппаратный кодек S40. Реализованный на базе устройства C90, новый кодек ориентирован на расширение возможностей использования систем ВКС высокого разрешения и, как заявляет разработчик, в состоянии из любой переговорной комнаты обеспечить высококачественную видеоконференцсвязь и даже телеприсутствие для компаний любой величины. Согласно описанию, устройство S40 поддерживает разрешение до 1080p, в нем реализована поддержка многоточечных конференций с индивидуальным транскодированием сигнала, несколько микрофонных и аудиовходов, набор расширенных интерфейсов прикладного программирования.



Заявлено, что S40, как и другие кодеки Tandberg серии C, совместим с любыми системами ВКС и телеприсутствия, построенными на базе открытых стандартов и платформ унифицированных коммуникаций, таких как, например, Microsoft Office Communicator.

Разработанный компанией Biamp Systems новый алгоритм подавления эха (АЕС) под названием Sona призван улучшить качество звука в аудиосетях. ПО, реализующее его, можно установить, обновив микропрограммы систем конференцсвязи производства Biamp, или получить его в составе карты расширения AudioFLEX AEC-2HD.

Развивая направление проекторов Short Throw с короткофокусными объективами, корпорация Hitachi предложила пока еще не имеющую названия концепцию интерактивных «белых досок» с обратным проецированием изображения с помощью зеркала на экраны больших размеров. Специалисты Hitachi утверждают, что эта технология увеличивает яркость по сравнению с обычными «белыми досками» и к тому же избавляет от теней. Hitachi демонстрировала также прототип лазерного проектора, умеющего строить SVGA-изображение (в будущем разработчик обещает увеличить разрешение) на вращающихся неровных поверхностях неправильной формы. Изображение в нем фокусируется за счет сканирующего проекционную поверхность лазера.

Mitsubishi Electric продемонстрировала возможность использования светоизлучающих диодов (LED) в своих проекционных видеокубах 70-й серии. Как сообщили представители компании, новая опция реализуется путем несложного апгрейда с обычных источников света на светодиоды. Отмечается, что для повышения точности передачи цвета в демонстрируемом варианте устройства RGB-источники управляются отдельно, кроме того, для экономии электроэнергии предусмотрены три яркостных режима, поддерживаемых автоматически.

Samsung, возможно, вдохновленная успешными продажами в коньюмерском сегменте (как заявил директор направления B2B в Европе Памми Мудхар, в 2009-м компания отгрузила мониторов, дисплеев большого формата и ТВ-продукции для отелей на 100% больше, чем в предыдущем году), позволила себе организовать самый большой на ISE стенд (с двумя филиалами). Г-н Мудхар также сообщил о намерениях Samsung расширить усилия в сегменте B2B. В подтверждение этих слов компания предложила посетителям выставки для ознакомления несколько новых B2B-продуктов, среди которых проектор F10, использующий в качестве источника света LED. По словам г-на Мудхара, это первое в мире использующее технологию LED устройство, достигшее светового потока в 1 тыс. лм. Были представлены также LED-дисплеи большого формата — модели 460EX(n) и 550EX(n). Согласно данным разработчика, имея толщину ме-

нее 40 мм, они претендуют называться самыми тонкими в своем классе устройствами, к тому же они на 40% экономичнее своих конкурентов по энергопотреблению.

Технологические прогнозы

По мнению Эрика Хенике, директора по международным продажам и маркетингу компании Eyevis, рынок профессиональных решений для отображения информации претерпит в 2010 г. ряд технологических изменений. Прежде всего, как он предполагает, LED прочно обоснуются в видеокубах с обратной проекцией изображения. Заметно улучшатся возможности автокоррекции изображения и увеличится время службы источников света, что позволит пользователям снизить совокупную стоимость владения дисплеями. Согласно оценкам г-на Хенике, время непрерывной службы проекционных устройств увеличится до



60 тыс. ч. LED-технология преодолет единственную препопу для применения в видеокубах — более низкую по сравнению с традиционными лампами яркость. Светодиоды заменят ртутные лампы не только в устройствах с обратным, но и с прямым проецированием, хотя на протяжении еще нескольких лет производители будут вынуждены поддерживать обе технологии освещения — традиционную и LED.

Согласно данным Cisco, ее продукт TelePresence стал для корпорации самым успешным по динамике роста заказов на него начиная с октября 2006 г., когда он только появился на рынке; корпорация продолжает активно продвигать его и в настоящее время. Вместе с тем Алан Бьёрнстад, вице-президент по развитию бизнеса компании Tandberg, сообщил:

«Я буду очень удивлен, если продажи систем телеприсутствия превысят 5% от всего объема бизнеса видеокommunikаций». С учетом того, что системы телеприсутствия очень дорогие, говорить об их массовом применении не приходится.

Изменения в расстановке игроков

Изменения на АВ-рынке происходят не только в технологических приоритетах, но в расстановке игроков. Так, представитель корпорации Sony сообщил, что, работая последние несколько месяцев в условиях «беспрецедентного спада европейской экономики, который оказывает постоянно увеличивающееся давление на весь регион EMEA, Sony решила закрыть свое направление ВКС в регионе EMEA начиная с марта 2010 г.» Аналитики из Wainhouse Research полагают, что этот шаг — следствие того, что Sony, фокусируя все усилия на основном бизнесе, закрывает направления, которые не приносят ожидаемых результатов и не являются стратегическими. Это согласуется со сделанным два года назад заявлением Sony о том, что компания намерена прекращать бизнес в любом сегменте, в котором не сможет занять 10% рынка, а согласно данным Wainhouse Research, которая исследует рынок ВКС уже на протяжении десяти лет, Sony еще ни разу не удавалось достичь этого уровня.

Неуспех компании Sony исследователи Wainhouse Research объясняют недостаточными инвестициями в направление ВКС из-за чрезмерной надежды на свой бренд, неудачным подбором персонала, неправильным изначальным позиционированием продуктов. Вместо ориентирования решений на малый и средний бизнес, Sony позиционировала свои продукты для крупных предприятий, где ей пришлось соревноваться с такими лидерами рынка, как Tandberg и Polycom. Недавняя переориентация Sony на сегмент СМБ, для которого, как считает Wainhouse Research, решения компании подходят больше, была проведена в то время, когда этот сегмент рынка оказался гораздо более насыщенным, нежели несколько лет назад. Пока остается открытым вопрос о судьбе направления ВКС Sony в Азиатско-Тихоокеанском регионе. □

ВКРАТЦЕ

СИСТЕМЫ ХРАНЕНИЯ

NetApp надеется на звездных партнеров

В нынешнем году компания NetApp отметит пятую годовщину открытия своего московского офиса. Хотя, по словам его руководителя Романа Волкова, последние два квартала объемы продаж NetApp в России превысили результаты аналогичного периода более чем на 10%, позиции компании на российском рынке систем хранения данных (СХД) намного слабее, чем в среднем по миру и в регионе EMEA. Если, согласно последним исследованиям IDC, сейчас на долю NetApp приходится около 13% поставок внешних СХД в мире, то в России доля компании составляет чуть больше 3%.

Руководство NetApp надеется, что в ближайшие два-три года ему удастся вывести российский бизнес на средний для EMEA уровень продаж за счет более активной работы с местными партнерами. Как сказал г-н Волков, если раньше компания в нашей стране и СНГ ориентировалась в своей работе на заказчиков, то теперь она будет основное внимание уделять партнерской сети.

Нынешняя система рейтинга партнеров NetApp предусматривает четыре статуса — звездный, платиновый, золотой и серебряный. Для получения высшего статуса годовые продажи оборудова-

ния NetApp должны быть не менее 7,5 млн. долл., платинового — 1,5 млн., золотого — 0,5 млн. долл., а партнеры с меньшим объемом продаж автоматически получают серебряный статус. В настоящее время в России у компании один локальный платиновый партнер («Ай-Тек») и четыре золотых («Инфосистемы Джет», «Техносерв», «Микротест» и «Открытые Технологии»). Таким образом, основные российские партнеры принесут компании в год не менее 3,5 млн. долл. Кроме того, в России оборудование NetApp поставляет и корпорация Fujitsu Technology Solutions, имеющая статус звездного партнера по результатам продаж во всех странах EMEA (стоит упомянуть, что с 2003 г. СХД NetApp по своим каналам поставляет и IBM, однако эта корпорация в отличие от Fujitsu продвигает OEM-версию этих продуктов и является только технологическим, но не торговым партнером NetApp).

NetApp собирается направить инвестиции в развитие партнерской сети, которые должны активизировать работу с основными российскими партнерами и в то же время привлечь новых партнеров второго уровня. Как надеется Роман Волков, в ближайшие два-три года ему удастся утроить объем продаж NetApp в нашей стране и вывести по крайней мере двух российских партнеров на звездный статус. **Л. Л.**

НОВОСТИ

- 1 **Телекоммуникационная отрасль:** итоги и уроки кризисного года
- 1 **Какие задачи будут приоритетными** для СIO в 2010 г.
- 1 **Мировая ИТ-индустрия** пережила 2009 г. лучше, чем прогнозировалось
- 2 **Правительство Москвы** планирует распределять госзаказы через открытые аукционы
- 2 **На Mobile World Congress** представлена новая мобильная платформа — Windows Phone 7 Series
- 2 **Microsoft объявила** о запуске инициативы “Твой курс” для граждан России
- 3 **ISE’2010:** мировая АВ-отрасль выходит из состояния экономической рецессии

ИТ-БИЗНЕС

- 7 **Asustek Computer** ожидает агрессивного роста продаж с III кв. нынешнего года
- 8 **“АйТи” усилила** бизнес-направление “Системы цифровой печати” решениями Preo Software
- 8 **Российский рынок устройств** для организации интернет-доступа пополнится решениями компании AirTies
- 9 **Axios Systems** не удовлетворена темпами роста на российском рынке систем ITSM

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ

- 10 **KX-MB2020** — универсальное МФУ для малых и средних рабочих групп

КОРПОРАТИВНЫЕ СИСТЕМЫ

- 16 **Рынок хранилищ данных** в преддверии финальной битвы за титул чемпиона

ЭКСПЕРТИЗА

- 17 **Решение Kase Networks** поможет крупным организациям осуществить переход на Windows 7
- 18 **Опыт комплексной автоматизации** в ракетно-космической корпорации “Энергия”
- 19 **Что необходимо учесть** для успешного перехода на VoIP

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- 20 **ИТ-рынок на фоне восстановления** экономики после спада
- 20 **Есть ли перспективы** у мобильного ТВ на базе DVB-H в России
- 21 **Может ли сервисная модель** бизнеса обеспечить выживание российских Linux-компаний

- 10 **Есть ли шансы** у конкурентов Apple iPad

ИНФРАСТРУКТУРА

- 11 **Влияние сертификации** на уровень защищенности и бизнес компаний
- 12 **Optical Core Switch:** предложение значительно опережает спрос со стороны операторов
- 13 **Сможет ли Microsoft** изменить соотношение сил в сфере виртуализации в свою пользу
- 14 **Новые версии пакетов** резервного копирования от Symantec для SMB
- 14 **ПО Acronis Backup & Recovery 10** теперь доступно российским пользователям
- 14 **Внедрение инноваций в ЦОДах** не очевидно, что отпадает необходимость в управлении

САПР & ГИС

- 15 **Рынок средств GPS-трекинга** переживает подъем

УПОМИНАНИЕ ФИРМ В НОМЕРЕ

АйТи	8	Aflex Software	14	GlobalSat Russia	15	Notion Ink	10
ВымпелКом	12,15,20	AirTies	8	Hewlett-Packard	21	Nvidia	10
КБ РЭТ	15	Alcatel-Lucent	12	Hitachi	3	Oracle	16
Комкор	12	Apple	10	Huawei	12	Panasonic	10
Комстар-ОТС	12	Asustek Computer	7	IBM	16	Polycom	3
M2M Телематика	15	Axios Systems	9	ICD	10	Preo Software	8
МегаФон	15	Biamp Systems	3	Kase Networks	17	Qnap	12
МТС	12,15	BMC Software	14	Lenovo	21	Sony	3,21
МТТ	12	CA	14	Marvell	21	Sybase	16
Ростелеком	12	Cisco	3,12	McAfee	11	Symantec	14
Синтерра	12	Dell	21	Microsoft	2,13,14,16	Tandberg	3
Скай Линк	15	Eyevis	3	Mitsubishi Electric	3	Teradata	16
Скартел	20	Foxconn	10	MSI	10,21	VMware	14
Транстелеком	12	Freescall	10	Netezza	16	ZiiLabs	21
Acronis	14	Fujitsu	12	Nortel	12	ZTE	12

ЦИТАТА НЕДЕЛИ

Пока не выработано окончательное решение, называть цифру, конечно, рано. Но какая бы цифра там ни была, ее надо делить на 107 миллионов избирателей. И если разделить любую цифру, получается где-то три доллара на человека.

Член ЦИК Геннадий Райков

МАКСИМ БУКИН: КОЛОНКА РЕДАКТОРА

Отложенный разговор над облаками



Очень вероятно, что на очередном заседании Госкомиссии по радиочастотам (ГКРЧ) будет принято принципиальное решение о возможности выделять частоты в диапазонах 1710—1785 и 1805—1880 МГц для организации микросетей сотовой связи в самолетах. Правда, радоваться тому, что через пару кварталов российские авиакомпании смогут

запустить хотя бы тестовые проекты подобного рода в своих самолетах на внутренних и международных рейсах, еще рано. Да и рассчитывать, что за этим, как в США, последует оснащение воздушных судов доступом в сеть Интернет, не приходится: для пользователей сигнал будет раздаваться по Wi-Fi.

Все дело в том, что в настоящий момент для реализации подобных интересных проектов не внесены изменения в Правила регистрации радиоэлектронных средств и высокочастотных устройств. Учитывая тот факт, что их утверждает Правительство РФ и в данном случае требуется обязательное согласование с ФСБ и ФСО, песня эта долгая. Как пишет в своем интернет-блоге очевидец обсуждения данного вопроса на согласительной комиссии ГКРЧ генеральный директор компании “Сетьтелеком” Сергей Пехтерев: “...Вопрос затянется минимум на год”.

Известно, что первые проекты “телефонизации” и предоставления доступа в Интернет для авиапассажиров (к примеру, компании Boeing) окончились неудачей исключительно из-за малого числа электронных гаджетов на руках у пассажиров. Сейчас же некоторые крупные (Delta, Air France, Lufthansa, Emirates Airlines и т. д.) и многочисленные маленькие перевозчики бизнес-класса предлагают своим пассажирам если не звонки по телефону на борту самолета, то как минимум SMS-обслуживание или доступ в Сеть для мобильных

ПК по Wi-Fi (большую часть рынка здесь занимают операторы Telenor Mobile Aviation и OnAir Switzerland Sarl). И это вполне выгодные проекты — правда, с большим сроком окупаемости.

За последние годы появилось несколько схем оснащения самолетов оборудованием для выхода в сотовую сеть и Интернет. В салоне можно проложить специальный излучающий кабель, поставить выносные антенны для микросотовой базовой станции, а также фемтосоты. К примеру, OnAir предлагает целый комплект “железа”, которое состоит из приемопередающей антенны спутниковой связи, маршрутизатора, селектора и микробазовой станции, создающей мини-соту в салоне самолета. В целом логика подобных проектов определяется величиной воздушного судна и длиной его салона, а также мерами безопасности по экранированию кабины пилотов. Очень помогает тот факт, что оборудование базовых станций стало миниатюрным и потребляет небольшое количество электроэнергии. Кроме того, все подобные проекты могут работать только на высоте свыше 3 км, когда они не мешают наземным каналам связи между центрами воздушного движения и самолетами.

Связь с опорными сетями наземных операторов в большинстве случаев поддается через спутники. Многие производители уже отработали и сертифицировали подобные системы, поэтому заказчику явно есть из чего выби-

рать. Классическое решение — на базе системы Inmarsat с индексами Aero I, H, H+, Mini M и самым современным Aero-SB Lite. Правда, средняя скорость здесь составляет несколько десятков килобит в секунду, причем на всех пассажирах, которые находятся на борту: для нескольких голосовых каналов хватит, но не более того. Такие системы обычно используются на небольших частных самолетах, а также с помощью примерно аналогичного оборудования (в L-диапазоне) задействуются станции правительственной связи “Контакт-СМ”. На базе той же сети есть решение Swift 64, где скорость достигает 256 кбит/с, и SwiftBroadband, которое обеспечивает уже 432 кбит/с, то есть как минимум четыре человека могут одновременно загружать информацию из Интернета (на скорости 32, 64 или 128 кбит/с), отправлять SMS-сообщения и говорить по телефону. Еще один вариант — Iridium Aero со схожими техническими характеристиками, но здесь всё “загочено” на использование голосовой связи. И наиболее скоростное решение — Yondersm Ku-band Mobile Broadband Service, которое реализуется с помощью VSAT; в этом случае скорость загрузки из Интернета может достигать 30 Мбит/с, что позволяет на борту самолета обеспечить локальную сеть для множества пользователей, подключить по радиоканалу внешние устройства, стационарное и мобильное телефонное оборудование, технику видеоконференцсвязи и т. д. Это решение включает в себя гиростабилизированные платформы или фазированные решетки для адекватной ориентации антенны во время полета авиалайнера. К слову, именно такой вариант очень устроил бы российских VSAT-операторов, поскольку он может быть установлен в салонах широкофюзеляжных аэробусов A310, 330, 340, 380, а также в Boeing 747, 767, 777, 787, которые уже сейчас используются отечественными авиакомпаниями. Но пока нет решения ГКРЧ о применении VSAT на борту морских и воздушных судов, дело с места не сдвинется.

Однако даже несмотря на техническую возможность предоставления услуги, единое мнение о том, насколько это действительно необходимо, пока не сложилось. Без сомнения, для деловой публики и мобильного широкополосный доступ, и телефонная связь необходимы — еще в своем прошлогоднем летнем исследовании компания Google отмечала, что небольшие самолеты бизнес-класса становятся местом все более продуктивной работы топ-менеджеров крупных компаний, причем три четверти опрошенных руководителей назвали опцию доступа в Интернет на борту самолета очень ценной: глобальную сеть они прежде всего используют в качестве основного источника информации, для связи с коллегами и личных контактов.

В больших же самолетах постоянные звонки по телефону наверняка будут раздражающим фактором, особенно учитывая манеру многих пользователей говорить громко и долго, даже несмотря на цену в 2—3 долл. за минуту. Скорее авиакомпании последуют примеру той же Delta Air Lines, которая фокусируется на модернизации своего воздушного флота, включая оснащение самолетов системами демонстрации аудио- и видеопрограмм по требованию и беспроводного доступа в Интернет с помощью небольших мониторов, вмонтированных в спинки впереди стоящих кресел.

Кроме того, владельцам авиакомпаний давно пора подумать о том, чтобы размещать розетки для зарядки электронных гаджетов пользователей рядом с креслами даже в салонах экономкласса. К примеру, японская авиакомпания ANA уже организовала такой сервис, правда, только для iPhone и iPod, хотя больше подошли бы разъемы microUSB, принятые как стандарт для многих новых моделей “умных мобильных”. Именно такие технические мелочи стоят недорого, но пассажирами ценятся, поскольку при прочих равных позволяют не терять в полете время. □



Сергей Коротков
"Вимм-Билль-Данн"
директор управления
информационных технологий

Светлана
менеджер филиала

Борис
менеджер проекта



Свободное общение, доступ к информации и обмен идеями —
удобно и безопасно.

Иногда необходимая нам информация хранится на жестком диске, иногда — в головах других людей. Разверните единую систему коммуникаций Microsoft® Unified Communications, портал SharePoint® и систему безопасности Forefront™, чтобы сократить расходы и позволить сотрудникам оставаться на связи в любой точке планеты, обеспечив им безопасный доступ к нужной информации. Ваши сотрудники смогут эффективно работать в единой команде откуда угодно, свободно и безопасно обмениваясь идеями и информацией.

Чтобы узнать, как сделать общение и совместную работу более эффективными, безопасными и удобными, посетите www.everyperson.ru/improve



Учредитель и издатель
ЗАО «СК ПРЕСС»

Издательский директор

Е. АДЛЕРОВ

Издатель группы ИТ

Н. ФЕДУЛОВ

Издатель

С. ДОЛЬНИКОВ

Директор по продажам

М. СИНИЛЬЩИКОВА

Генеральный директор

Л. ТЕПЛИЦКИЙ

Редакционный директор группы ИТ

Э. ПРОЙДАКОВ

Шеф-редактор группы ИТ

Р. ГЕРР

Редакция

Главный редактор

А. МАКСИМОВ

Заместители главного редактора:

И. ЛАПИНСКИЙ —

1-й заместитель главного

редактора,

И. КОНДРАТЬЕВ —

шеф-редактор

Научные редакторы:

М. БУКИН, В. ВАСИЛЬЕВ,

Е. ГОРЕТКИНА, Л. ЛЕВИН,

О. ПАВЛОВА, С. СВИНАРЕВ,

П. ЧАЧИН

Обозреватели:

О. БЛИНКОВА, Д. ВОЕЙКОВ,

С. ГОЛУБЕВ, С. БОБРОВСКИЙ,

А. КОЛЕСОВ, М. ФУЗЕЕВА

Специальный корреспондент:

В. МИТИН

Корреспондент:

М. ФАТЕЕВА

PC Week Online:

А. ЛИВЕРОВСКИЙ

Тестовая лаборатория: А. БАТЫРЬ

Ответственный секретарь:

Е. КАЧАЛОВА

Литературные редакторы:

Н. БОГОВЛЕНСКАЯ,

Т. НИКИТИНА, Т. ТОДЕР

Фотограф:

О. ЛЫСЕНКО

Художественный редактор:

Л. НИКОЛАЕВА

Компьютерная графика:

Н. ГУЩИНА

Группа компьютерной верстки:

С. АМОСОВ, А. МАНУЙЛОВ

Техническая поддержка:

К. ГУЩИН, С. РОГОНОВ

Корректор: Л. МОРГУНОВСКАЯ

Оператор: Н. КОРНЕЙЧУК

Тел./факс: (495) 974-2260

E-mail: editorial@pcweek.ru

Отдел рекламы

Руководитель отдела рекламы

С. ВАЙСЕРМАН

Тел./факс:

(495) 974-2260, 974-2263

E-mail: adv@pcweek.ru

Распространение

ЗАО «СК Пресс»

Отдел распространения, подписка

Тел.: +7(495) 974-2260

Факс: +7(495) 974-2263

E-mail: distribution@skpress.ru

Адрес: 109147, Москва,

ул. Марксистская, д. 34, к. 10,

3-й этаж, оф. 328

© СК Пресс, 2010

109147, Россия, Москва,

ул. Марксистская, д. 34, корп. 10,

PC WEEK/Russian Edition.

Еженедельник печатается по лицен-

зионному соглашению с компанией

Ziff-Davis Publishing Inc.

Перепечатка материалов допускается только

с разрешения редакции.

За содержание рекламных объявлений и

материалов под грифом "PC Week promotion"

и "Специальный проект" редакция ответ-

ственности не несет.

Editorial items appearing in PC Week/RE that

were originally published in the U.S. edition

of PC Week are the copyright property

of Ziff-Davis Publishing Inc. Copyright 2010

Ziff-Davis Inc. All rights reserved. PC Week is

trademark of Ziff-Davis Publishing Holding Inc.

Газета зарегистрирована Комитетом РФ

по печати 29 марта 1995 г.

Свидетельство о регистрации № 013458.

Отпечатано в ОАО "АСТ-Московский

полиграфический дом", тел.: 748-6720.

Тираж 35 000.

Цена свободная.

Использованы гарнитуры шрифтов

"Темза", "Телиос" фирмы TypeMarket.

ИТ-итоги...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 1

шлого года и подкрепленным рядом объективных данных, российская ИТ-отрасль пережила кризис тяжелее, чем мировой ИТ-рынок в целом. Однако, говоря о количественных оценках ситуации в нашей стране, нужно отметить один важный момент. Для таких оценок используются разные денежные единицы (обычно рубли и доллары), причем порой без уточнения, какие именно. Это вызывает существенную путаницу при сравнительном анализе сведений, полученных из разных источников. Нужно иметь в виду, что курс доллара в рублевом эквиваленте в 2009-м увеличился примерно на треть по сравнению с 2008-м (и довольно серьезно поменялся во втором полугодии по сравнению с первым).

Руководитель профильного государственного ведомства — Минкомсвязи — Игорь Щеголев в середине января на встрече с журналистами со ссылкой на аналитическое подразделение министерства сообщил, что, по предварительным данным, спад ИТ-отрасли составил 8% (в рублях), что примерно соответствует уровню общего снижения ВВП страны. На этой встрече министру был задан вопрос: как такие резуль-

таты согласуются с прогнозом его же ведомства, обещавшим в мае 2009-го рост отрасли на 30% по итогам года? Игорь Щеголев ответил: никак не согласуются,

поскольку в прошлогоднем прогнозе была допущена техническая ошибка (о которой СМИ узнали только сейчас). В начале февраля Минкомсвязи официально представило бо-

лее детальные сведения о ситуации в стране за прошедший год. Из них следует, что объем российского ИТ-рынка в 2009-м составил 500 млрд. руб. (28% от общего объема подведомственной министерству отрасли, остальные составляют услуги связи). Ориентировочные подсчеты, с учетом ранее опубликованных данных, говорят о спаде продаж ИТ примерно на 14%.

Примерно в это же время почти аналогичные данные (возможно, те же самые, но поданные в несколько ином формате) дало Минэкономразвития: объем ИТ-рынка — 496,5 млрд. руб., 87% от уровня 2008 г. На сегмент аппаратных средств приходится 51,4%, ПО — 20%, услуг — 28,6%.

Признанный авторитет в области анализа российского ИТ-рынка, компания IDC дает свои оценки в долларовой исчислении. В феврале 2009-го она прогнозировала спад на 20%, однако через полгода выдала более мрачное предсказание: в октябре говорилось о спаде по итогам года на 46% и о возможности перекрытия уровня 2008 г. (на 1%)

лишь в 2013-м. В начале февраля в российских СМИ со ссылкой на IDC появились несколько иные данные: снижение ИТ-продаж в 2009 г. на 43%, с 24,8 в 2008-м до 14,1 млрд. долл. в 2009-м, в том числе услуги — с 5,2 до 2,6 млрд. долл., ПО — с 3,2 до 2,0 млрд. долл., оборудование — с 16,4 до 9,5 млрд. долл.

Своим видением ситуации на рынке еще в середине января поделилось также московское отделение Microsoft, сообщив, что ее сведения базируются на данных IDC и собственных оценках (рис. 1). Отметим, что эта информация дает более оптимистичную картину 2009-го (общий спад на 30% в долларовом выражении) и по перспективам восстановления отрасли (уже в 2012 г. уровень 2008-го будет перекрыт почти на 9%).

И в завершение нужно сказать еще об одной оценке ситуации на российском ИТ-рынке, которую в конце декабря представил журналистам директор фирмы "IC" Борис Нуралиев (рис. 2 и 3, табл. 2). Здесь нужно обратить внимание на довольно серьезное расхождение этих сведений с данными IDC по сегменту аппаратных средств, а также по направлению ИТ-услуг ("IC" оценивает продажи техники заметно ниже, а вот по услугам в 2009-м видит существенно более оптимистичную картину).

Кризисный...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 1

и чистая прибыль увеличилась на 18,9% по сравнению с 2008 г., — радуется министр. — Так или иначе, результатом реорганизации должна стать компания с полным спектром услуг связи. И конечно же будет получен синергетический эффект и достигнуто существенное сокращение расходов на дублирующую инфраструктуру и лишние управленческие уровни".

Год назад, на предыдущей конференции, участники пытались понять, какие направления ИКТ в условиях кризиса будут разви-

В результате кризиса обострились проблемы распределения дохода между компаниями, создающими цепочки стоимости.

ваться, а какие явно подвержены спаду. Сейчас уже накопился определенный опыт кризисного управления отраслью, который позволяет сделать некоторые выводы. Кризис показал, считает заместитель министра связи и массовых коммуникаций Наум Мардер, что к угрозам национальной и информационной безопасности добавились угрозы безопасности экономической, связанные с уменьшением инвестиционных возможностей различных компаний.

Кризис преподал нам некоторые уроки, продолжил он. Во-первых, жить надо по средствам, считать деньги и ресурсы. Во-вторых, в погоне за новейшими технологиями операторам, может быть, есть смысл отменить некоторые ранее принятые амбициозные решения и оптимизировать структуру затрат. В-третьих, все участники телекоммуникационного рынка научились считать деньги не только в своем, но и в чужом кармане. И обострились проблемы распределения дохода между различными компаниями, создающими цепочки стоимости.

Как выяснилось, кризис сблизил позиции двух отраслей экономики, работающих под эгидой Минкомсвязи и Минпромторга. "За последние два года у нас установились хорошие отношения с Минкомсвязи, — сказал заместитель министра промышленности и торговли Юрий Борисов. — Приятно констатировать, что меры, которые принимаются для продвижения отечественного оборудования на соответствующие рынки, представляют согласованную позицию двух ведомств".

Юрий Борисов выступил с инициативой обнулить таможенные пошлины на всю комплектацию, которая не производится в России. "Сегодня пошлины на компоненты составляют от 5 до 10% стоимости и создают неконкурентные условия для российских производителей телекоммуникационного оборудования", — сообщил г-н Борисов. При этом он считает, что необходимо поднять налоги на ввоз конечной продукции, аналоги которой производятся в стране.

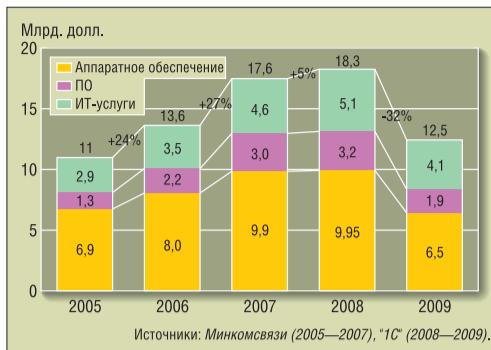


Рис. 2. Изменение структуры российского ИТ-рынка в 2005—2009 гг.

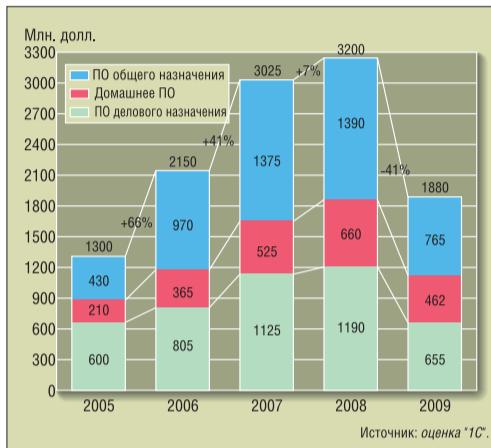


Рис. 3. Изменение структуры рынка лицензионного ПО в 2005—2009 гг.

Таблица 1. Финансовые показатели ведущих игроков ИТ-рынка за последние шесть кварталов

КОМПАНИЯ	ДОХОД, МЛРД. ДОЛЛ. / ИЗМЕНЕНИЕ ОТНОСИТЕЛЬНО АНАЛОГИЧНОГО ПЕРИОДА ГОДИЧНОЙ ДАВНОСТИ					
	III кв. 2008	IV кв. 2008	I кв. 2009	II кв. 2009	III кв. 2009	IV кв. 2009
Microsoft	15,05 / +9%	16,63 / +2%	13,65 / -6%	13,10 / -17%	12,92 / -14%	19,02 / +14%
IBM	25,3 / +5%	27,01 / +6,4%	21,71 / -11%	23,3 / -13%	23,57 / -7%	27,23 / +0,8%
Intel	10,2 / +1%	8,20 / -19%	7,1 / -26%	8,0 / -12%	9,4 / -8%	10,6 / +28%
EMC	3,7 / +13%	4,02 / +5%	3,15 / -9%	3,26 / -11%	3,52 / -5%	4,1 / +2%
SAP (данные в евро)	2,76 / +16%	3,51 / +8%	2,40 / -2%	2,58 / -10%	2,51 / -9%	3,19 / -9%
VMware	0,472 / +32%	0,515 / +25%	0,470 / +7%	0,456 / 0%	0,490 / +4%	0,608 / +18%
Google	5,54 / +39%	5,7 / +18%	5,51 / +6%	5,52 / +3%	5,94 / +8%	6,67 / +17%
Apple	7,895 / +8%	11,880 / +6%	8,163 / +8%	8,337 / +12%	9,870 / +25%	15,68 / +32%
Среднее изменение объема продаж по восьми компаниям	+15,4%	+6,4%	-4,2%	-6,0%	-0,7%	+12,8%
HP	31.10.08 / 33,6 / +19%	31.01.09 / 28,8 / +1%	30.04.09 / 27,4 / -3%	31.07.09 / 27,5 / -2%	31.10.09 / 30,8 / -8%	
Cisco	25.10.08 / 10,3 / +8,1%	24.01.09 / 9,1 / -7,5%	24.04.09 / 8,2 / -17%	25.07.09 / 8,5 / -17,6%	25.10.09 / 9,0 / -13%	24.01.10 / 9,8 / +8%
Oracle	30.11.08 / 5,33 / +4%	28.02.09 / 5,45 / +2%	31.05.09 / 6,86 / -5%	31.08.09 / 5,05 / -5%	30.11.09 / 5,86 / +4%	

Таблица 2. Изменение структуры российского ИТ-рынка в 2005—2009 гг.

ГОД	ИТ В ЦЕЛОМ		ИТ-УСЛУГИ		ПО		АППАРАТНЫЕ СРЕДСТВА	
	ОБЪЕМ, МЛРД. ДОЛЛ.	РОСТ, %	ОБЪЕМ, МЛРД. ДОЛЛ.	ДОЛЯ В ПРОДАЖАХ ИТ, %	РОСТ, %	ОБЪЕМ, МЛРД. ДОЛЛ.	ДОЛЯ В ПРОДАЖАХ ИТ, %	РОСТ, %
2005	11,0		2,9	26		1,3	12	
2006	13,6	24	3,5	26		2,2	16	63
2007	17,6	29	4,6	26		3,0	17	46
2008	18,3	5	5,1	28		3,2	18	7
2009	12,5	-32	4,1	33		1,9	15	-41

Источники: данные Минкомсвязи (2005—2007), оценки "IC" (2008—2009).

“Агрессивный рост продаж ПК начнется в III квартале”

Состояние рынка ПК можно считать одним из индикаторов общей ситуации на ИТ-рынке России. Этот сегмент одним из первых отреагировал на кризисные явления в экономике, и улучшение ситуации в нем

ИНТЕРВЬЮ будет говорить о многом. Компания Asustek Computer входит в число ведущих игроков на российском рынке ПК, а также представлена во многих других сегментах ИТ-рынка. О своем видении текущей ситуации и ближайших планах компании глава представительства Asustek Computer в России Алекс Ким рассказал 1-му заместителю главного редактора PC Week/RE Игорю Лапинскому.

PC Week: 2009 г. остался позади. Что он значил для поставщиков ПК в России и как изменил этот рынок?

АЛЕКС КИМ: Для всех вендоров 2009 г. стал проверкой на прочность — очень многие производители, включая крупнейших, использовали свои технологические мощности менее чем наполовину. Представьте себе ситуацию: 50 тыс. рабочих, загрузка — 30%, зарплата выплачивается не в полном объеме... Справиться с такой ситуацией было очень непросто.

Негативные процессы в начале года очень сказались и на российских сборщиках ПК, поскольку государство и другие структуры резко сократили число тендеров. Потребительский сектор пострадал меньше, и сегмент ноутбуков прошел этот период легче, хотя средняя цена по этому продуктовому направлению заметно снизилась. В целом первые признаки оживления на российском рынке появились только в июле — августе. IV квартал оказался заметно лучше, чем годом ранее, но нужно иметь в виду, что в 2008-м он был полностью провален. Поэтому если сравнивать 2009 г. с предыдущим, то, я думаю, изменение в объеме рынка ПК окажется в пределах от 0 до -10%.

PC Week: Российским сборщикам Asus поставляют комплектующие. Очевидно, это направление вашего бизнеса тоже сильно пострадало?

А. К.: Действительно, компьютерные компоненты всегда были и являются нашим коньком, в частности в сегменте материнских плат наша доля в России достигала 60%. В начале прошлого года она сократилась где-то до 45% как раз из-за сокращения поставок локальным сборщикам (на них приходилась значительная доля наших продаж), а также из-за снижения средней цены на комплектующие. Это вполне закономерно. Во время кризиса лидер всегда страдает больше других, поскольку спрос уходит в нижний ценовой сегмент. Например, в 2000 г., когда на мировом рынке ПК также наблюдались кризисные явления, на общем фоне производителей комплектующих выделилась компания ECS, а в прошлом году в силу тех же тенденций заметно поднялась наша дочерняя фирма ASRock. Тем не менее могу сказать, что сейчас ситуация для нас более или менее выравнивается.

PC Week: Вы считаете, что российский рынок ПК выходит из кризиса? Худшие времена закончились?

А. К.: Думаю, да, судя по тому, что происходит на ИТ-рынке в последние месяцы. Спрос восстанавливается, и многие наши дистрибьюторы и партнеры уже готовятся к тому, чтобы в III квартале обеспечить резкий рост объемов продаж. В данном случае я имею в виду не плавный и устойчивый рост по сравнению с предыдущими кварталами, а уже вполне серьезный рынок.

PC Week: Кризисный год как-либо повлиял на общую стратегию Asus?

А. К.: Теоретически наша стратегия, ранее сформулированная как 3С (computers,



Алекс Ким

consumer products, communications), осталась прежней. Но с наступлением кризиса, а точнее, в апреле прошлого года, компания была разделена на три группы — System Business Group (ноутбуки, нетбуки, неттопы), Components (материнские платы, видеокарты, LCD-мониторы и сетевые устройства), Handheld Devices (карманные устройства). Вы наверняка знаете, что мы объединились с Garmin, в результате чего и была образована третья группа. В марте она представит очень интересные продукты. Такая реорганизация была проведена как раз для успешного выживания во время кризиса, когда нужно действовать особенно оперативно. Большому “мамонту” это трудно, а в рамках разделенных групп, фактически представляющих собой виртуальные компании с отдельным бюджетом и собственным штатом, намного проще.

PC Week: Своим знакомым, которые планировали осенью купить ноутбук, я советовал дожидаться выхода Windows 7. Можно было ожидать, что так поступят многие. Вы ощутили всплеск продаж ноутбуков после 22 октября?

А. К.: Да, в последние два месяца 2009 г. продажи ноутбуков заметно подскочили — процентов на 20. Безусловно, кто-то ждал появления новой ОС на рынке и соответственно ноутбуков с предустановленной Windows 7, но что тут больше сыграло роль — Windows 7, появление новых моделей ноутбуков или приближение новогодних праздников, — сказать трудно. Тем не менее я не умаляю роль Windows 7, поскольку интерес к ней среди пользователей действительно большой.

PC Week: На рынке мобильных ПК наибольшую устойчивость к кризису продемонстрировал сегмент нетбуков. Asus здесь является первооткрывателем, но компания не удержала лидерство за собой. Почему так получилось?

А. К.: Дело в том, что этот сегмент рынка из “голубого океана” (в терминологии бизнес-концепции, выдвинутой профессорами в области стратегического менеджмента У. Чан Кимом и Рене Моборном и изложенной в книге “Стратегия голубого океана”) быстро превратился в “багровый океан”. Asus нащупала перспективную нишу, свободную от конкурентов, но уже через полгода она, образно говоря, была просто залита кровью. Конкуренция тут стала даже более острой, чем на рынке ноутбуков. Все ринулись осваивать новую площадку, и очень скоро для некоторых производителей она даже перестала быть интересной, поскольку цены были “убиты”.

PC Week: Но если посмотреть на цены, то сейчас они не такие уж низкие.

А. К.: Все правильно. Но ведь было время, когда нетбук можно было купить и за 5000 руб. Те, кто хотел приобрести себе

такое устройство, его купили, и фактически рынок насытился. Вообще, ситуация с нетбуками развивается довольно необычно. Изначально они позиционировались как новая категория мобильных устройств с невысокой ценой, затем цены на них упали ниже предполагавшегося уровня, а теперь они плавно растут, а сами нетбуки становятся все более похожими на ноутбуки. Некоторые модели уже стоят даже дороже младших моделей ноутбуков. Я думаю, что уже через год-два нетбуки превратятся в разновидность ноутбуков нижней ценовой группы.

PC Week: Как вы считаете, сегмент нетбуков сейчас развивается в ущерб младшим моделям ноутбуков?

А. К.: Нижний сегмент ноутбуков представлен моделями с диагональю экрана 15 дюймов. У нетбуков — максимум 11 дюймов. Поэтому явной конкуренции тут мы не наблюдаем. Но как только размер экрана нетбука приблизится к 14 дюймам, ситуация изменится и фактически произойдет слияние этих двух сегментов. К этому идет.

PC Week: Какой у вас сейчас расклад по продажам нетбуков и ноутбуков?

А. К.: В России расклад примерно 1:3. А, например, в Европе соотношение другое — 1:2. Казалось бы, в России этот сегмент еще недоделал свое, но мы считаем, что российский рынок в целом насытился нетбуками, и вряд ли здесь пропорция будет меняться в их пользу. В значительной мере это, видимо, связано с тем, что нетбуки не оправдали своего первоначального предназначения как первого компьютера домохозяйки или студента и превратились в третий компьютер бизнесмена — своего рода увеличенный карманный компьютер.

PC Week: В семействе Eee довольно много и других устройств — EeeTop, EeeBox, Eee Stick, Eee Videophone. Оправдывают ли они ожидания компании? В частности, в прессе появились сообщения о вероятном закрытии направления игровых манипуляторов Eee Stick...

А. К.: Направление Eee Stick не закрывается. Есть планы модернизировать данный продукт и выйти на рынок уже с новым вариантом. Что касается других продуктов семейства Eee, то спрос на них постоянно растет, но такой революционной волны, как в сегменте нетбуков, мы тут не ждем. Например, у нас очень успешно продаются устройства Eee Videophone, предназначенные для организации связи через Skype. Для пожилых людей это очень удобное коммуникационное устройство, поскольку оно не требует никаких специальных знаний.

PC Week: Судя по количеству выпущенных моделей, большие надежды вы связываете с неттопами EeeBox и ПК EeeTop категории all-in-one. Но пока не видно, чтобы Asus их активно продвигал, по крайней мере в России.

А. К.: Пока мы видим, что EeeBox продаются все лучше и лучше. В основном в домашний сегмент, где их чаще берут на роль второго компьютера. Главное их достоинство — не шумит, занимает меньше места и собирает меньше пыли. Что касается EeeTop, то первые модели были буквально нарасхват. Но на данный момент мы не можем понять, какой размер экрана предпочтительнее для рынка. Одно время здесь хорошо шли 16-дюймовые модели, потом, возможно, в силу влияния рынка ЖК-мониторов, лучше стали продаваться 19-дюймовые. А у нас уже есть и 22-дюймовые. В целом EeeTop — это очень хороший продукт, но, с одной стороны, этот сегмент подвержен влиянию рынка мониторов, а с другой — разные страны демонстрируют в нем разные предпочтения, что сильно осложняет

жизнь производителям. В России уже исчезли 19-дюймовые модели и продаются 21- и 22-дюймовые. А в Польше 18,5-дюймовые занимают 60% рынка. В Чехии продаются только 19-дюймовые. Так что поймать спрос очень сложно. Возможно поэтому производителей таких продуктов в России пока немного. И рынок не раскручен.

PC Week: Аналитики Digitimes Research прогнозируют резкий рост данного сегмента уже в нынешнем году — до 15 млн. шт., тогда как в прошлом году, по их оценкам, было продано всего 6,5 млн. В России такого роста ждать не приходится?

А. К.: Я думаю, если этот прогноз оправдается, то в основном за счет таких стран, как Япония и Китай, где традиционно очень небольшие жилища и компактные бесшумные ПК там очень к месту. Серьезных оснований рассчитывать на то, что в России ПК категории all-in-one могут стать массовым продуктом, пока нет. Сейчас их покупают в основном энтузиасты.

PC Week: Успех нетбуков и сенсорных коммуникаторов в полном соответствии со “стратегией голубого океана” наглядно демонстрирует, что наибольшие возможности для развития можно ожидать в новых сегментах рынка и с новыми технологиями. Предложит ли Asus что-то особенное в ближайшем времени?

А. К.: Сейчас Asus намерена инвестировать значительные средства в мультимедиа. Я имею в виду прежде всего устройства для чтения электронных книг (eBook reader). На данный момент в этом сегменте не так уж много производителей и Asus — в их числе. Мы очень рассчитываем, что наш eBook reader станет бестселлером, поскольку мы постараемся сделать его весьма конкурентоспособным и по характеристикам, и по цене — вполне допускаю, что она составит примерно 200 долл. В наших устройствах будет и Wi-Fi, и сенсорный экран, планируется и модель с цветным экраном. Первые новинки мы продемонстрируем в марте на СеВIT. А на рынке они появятся, я думаю, в июне — июле. Кроме того, мы вскоре выпускаем на рынок Eee keyboard — это клавиатура со встроенными в нее компьютером и небольшим сенсорным дисплеем. Для нормальной работы ее лишь нужно подключить к монитору — на наш взгляд, это очень удобно. Большой интерес любители мультимедиа проявили к выпущенному осенью на рынок медиаплееру O!Play, хотя в нем нет встроенного накопителя. Теперь мы планируем выпустить версию с накопителем, на который можно будет загрузить, например, фильмотеку. Более того, предполагается, что новые манипуляторы Eee Stick тоже будут подключаться к O!Play и позволят использовать медиаплеер для игр.

PC Week: А что-либо вроде планшета iPad, только что представленного Apple, Asus готовит?

А. К.: То, что сделала Apple, конечно, очень интересно. Но ключевой момент тут заключается в привязке iPad, как и предыдущих разработок Apple, к онлайн-магазину App Store. Что-то подобное у нас планируется в рамках проекта по смартфонам с Garmin (анонс, я думаю, состоится в марте). Предусматривается создание интерактивного сервера развлечений с библиотекой мультимедиа-контента.

PC Week: А в традиционных своих сегментах на что вы будете делать упор в нынешнем году?

А. К.: В прошлом году по традиционным сегментам прошли цунами, рынок несколько освободился и образовалась почва для роста сильных игроков. В сегменте ноутбуков у нас уже сильные позиции. Данные, которые мы получаем от парт-

“АйТи” укрепляет направление цифровой печати

ИГОРЬ КОНДРАТЬЕВ

В начале февраля компания “АйТи” сообщила о получении статуса официального партнера фирмы Preo Software, специализирующейся на разработке решений для управления корпоративной печатью.

ПЕЧАТЬ Новое соглашение позволит “АйТи” усилить открытое в августе прошлого года бизнес-направление “Системы цифровой печати”, для развития которого на российском рынке руководство компании видит большие возможности. “АйТи” намерена заниматься предоставлением спектра услуг, связанных с поставкой, инсталляцией и технической поддержкой систем цифровой печати. Важное место отводится также разработке и интеграции корпоративных решений с использованием современных программно-аппаратных комплексов цифровой печати.

Продуктовый портфель бизнес-направления “Системы цифровой печати” компании “АйТи” до сих пор был представлен оборудованием и решениями InfoPrint Solutions. В арсенале российской компании уже имеется несколько реализованных в разных госучреждениях проектов, выполненных с применением продукции этого авторитетного в области печати (офисной, коммерческой, для вертикальных отраслевых сегментов) поставщика. В минувшем году фирма InfoPrint Solutions установила стратегические партнерские отношения с разработчиком ПО Preo Software, взяв на себя миссию популяризации и поставки программных продуктов последнего. Его флагманское ПО Printelligence хорошо дополняет фирменные решения InfoPrint Process Director и InfoPrint Manager в области управления процессами печати. И таким образом, пополнение продуктового портфеля “АйТи” программными разработками Preo Software стало вполне закономерным шагом.

ПО Printelligence, построенное с применением Web-интерфейса, помогает организовать на предприятии централизованное управление процессами печати доку-

ментов и сделать эти процессы полностью прозрачными и в максимальной степени экономичными. Эти программные средства дают возможность организациям оценивать, анализировать и контролировать структуру затрат на корпоративную печать, в том числе позволяют измерять реальные издержки на печать для каждого пользователя сети, в расчете на каждое пе-

пользователей (сказывающегося на изменении их поведения вследствие большей информированности о реальных расходах на печать) объем печатаемых документов в масштабе предприятия менее чем за два месяца может быть уменьшен на 22%.

Особый инструментарий, которым оснащено программное решение Printelligence, дает возможность рассчитать себе-

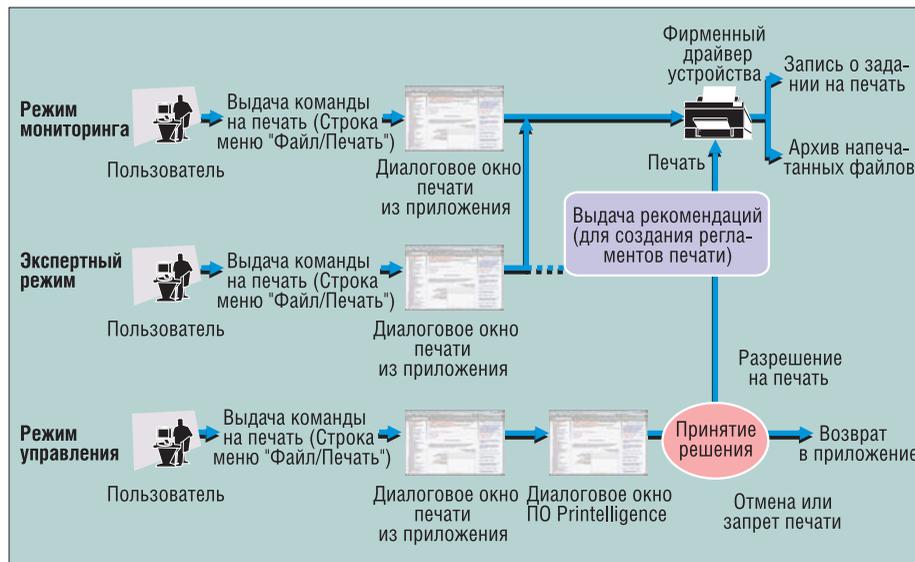
оптимизации процесса печати организации: суммарные объемы печати, список самых объемных работ и наиболее активно печатающих сотрудников, количество пользователей принтеров, суммарные расходы на печать, аннулированные работы, интенсивность использования бумаги, историю очередей печати.

“Выбирая оборудование для печати, отечественный корпоративный пользователь прежде всего обращает внимание на такие его параметры, как надежность, цена, возможность интеграции и себестоимость получаемого отпечатка, — сказал Михаил Степанов. — И хотя себестоимость отпечатка стоит пока на четвертом по важности месте, примечательно, что она уже появилась в списке критериев выбора”.

Поскольку благодаря мониторингу и управлению печатью, а также созданию правил печати Printelligence содействует заметному сокращению корпоративных расходов на печать, это ПО, по мнению директора направления цифровой печати компании “АйТи”, на российском рынке будет востребовано. Компания уже ведет несколько проектов, в которых используется Printelligence, и обещает в ближайшее время обнародовать их результаты.

Для заказчика стоимость Printelligence (кстати говоря, это ПО локализовано) складывается из одноразовой оплаты серверной части данного продукта (20 тыс. долл.) и ежегодного взноса за подключение к системе мониторинга оборудование (ориентировочно 20 долл. за каждое рабочее место).

По условиям партнерского соглашения “АйТи” получила право не только использовать программные продукты Preo Software при реализации собственных проектов, но и взяла на себя функции официального дистрибьютора в нашей стране. И хотя “АйТи” не нацелена, по крайней мере на данном этапе, на активное строительство сбытовой дилерской сети, она, как заметил Михаил Степанов, готова поддерживать (в частности, оказывать консультационную помощь) тех, кто захочет сам продавать продукцию Preo Software. □



ПО Printelligence позволяет осуществлять мониторинг и управлять процессами корпоративной печати, а также выработать регламенты для пользователей

читающее устройство и т. п. Важно при этом, что Printelligence осуществляет мониторинг не только сетевых, но и локальных печатающих устройств, причем выпускаемых различными производителями.

Одно из важных достоинств этого ПО — возможность создания для сотрудников организации регламентов или правил печати. По словам Михаила Степанова, директора бизнес-направления “Системы цифровой печати” компании “АйТи”, в отечественных организациях до сих пор на такого рода регламенты либо совсем не обращают внимания, либо тратят на их выработку большие силы и средства.

Между тем, как свидетельствует Preo Software, только за счет “воспитания”

стоимость каждого отпечатка, проанализировать объемы печати и на основе полученной информации (себестоимость печати, использование цвета, количество страниц документа, применение двусторонних отпечатков, использование локальных или сетевых печатающих устройств) создать для пользователей многоуровневые правила работы (делящиеся на три типа: предупреждающие, обучающие и запрещающие).

Кроме того, система Printelligence позволяет сформировать разного рода отчеты (в настоящее время возможностями ПО предусмотрена выдача двух десятков отчетов), содержащих полезную информацию для принятия управленческих решений по

Туманные планы AirTies

МАКСИМ БУКИН

Несмотря на мировой финансовый кризис, потенциал роста российского рынка интернет-доступа остается притягательным для производителей из других стран. В конце января о своем решении выйти на него объявила

СЕТЕВЫЕ РЕШЕНИЯ турецкая компания AirTies, которая самостоятельно разрабатывает и продвигает на рынке электронные устройства широкополосного доступа для провайдеров, малого и среднего бизнеса и домашних пользователей в четырех основных категориях. Зона интересов AirTies — “железо” для высокоскоростного доступа в Интернет, беспроводные локальные сети (WLAN), интернет-телефония (VoIP) и интернет-телевидение (IPTV). А вот о WiMAX/Wi-Fi или UMTS/Wi-Fi компания ничего не говорит, хотя позиционирует себя как производителя решений именно беспроводной связи для “умных домов”. Отметим, что в середине 2009-го фирма начала операции на Украине, еще раньше — в Греции. Правда, оборот её невелик — 60 млн. долл. в прошлом году.

Основная новация AirTies, по словам её руководства, — это готовность “железа” компании грамотно организовать подключение новых устройств к беспроводной сети дома или офиса из сектора СМБ (средний и малый бизнес). Очень вероятно, что AirTies действительно увеличила радиус

беспроводного покрытия своих хотспотов в бетонных зданиях (обычно это делается за счет простого повышения мощности), а простота построения частной сети “одним нажатием кнопки” обеспечена за счет и правда удобного мастера настройки решения, локализации всех систем управления на русском языке, а также добавления в свои устройства настроек более чем 195 российских интернет-провайдеров. Кроме того, в решениях AirTies реализован интересный функционал по автоматической переконфигурации сети, когда все связанные друг с другом сетевые устройства при изменении настроек перестраивают к себе новые правила и установки оперативно и самостоятельно. Хотспоты AirTies можно использовать как USB-хосты для подключения сетевых устройств и внешних жестких дисков — отдельные радиомодули для этих устройств стоят куда дороже. Шифрование при работе с “беспроводкой” включается автоматически и “прозрачно” для авторизованных пользователей. Но какого-то очевидного прорыва в организации локальной беспроводной сети не отмечено: у других игроков рынка подобные решения тоже есть.



Бюлент Челеби оптимистичен и хочет завоевать 10% российского рынка абонентских устройств беспроводного широкополосного доступа до конца 2010 г.

Продажами в России AirTies будет заниматься по смешанной модели. Основные каналы сбыта — обычная розничная сеть и целевые корпоративные поставки. Региональным дистрибьютором фирмы в России избрана компания “ТехноТренд”.

Кроме того, по-видимому, решен вопрос с гарантийным обслуживанием: еще летом 2009 г., когда AirTies изучала условия работы на российском рынке, речь шла о совместных действиях в этом направлении с “Сетью компьютерных клиник” (70 точек присутствия в 53 городах России), и эта информация была подтверждена на состоявшейся в Москве пресс-конференции. Правда, тезис о том, что “Сеть компьютерных клиник” “...способна заменить любой продукт AirTies всего за пять дней на всей территории России” (как это указано в официальном пресс-релизе), вызывает скепсис: для этого нужна товарная позиция должна быть на местном складе либо за данный срок туда

доставлена. О партнерстве с операторами связи, которые могут продавать “железо” в комплекте с тарифным планом, генеральный директор AirTies Бюлент Челеби предпочел не говорить, ограничившись замечаниями о том, что “переговоры идут — мы находимся на стадии тестирования оборудования”. Как показывает практика, такое тестирование может годами длиться с десятками операторов и так и не выйти на сколь-нибудь значимые поставки:

слишком жесткая конкуренция и по цене, и по условиям поставок.

Неясным осталось также, за счет каких конкурентных преимуществ AirTies сможет в первый же год работы занять 10% российского рынка по количеству устройств беспроводного широкополосного доступа, — Эврим Онк, директор компании AirTies по международным розничным продажам, загадочно улыбалась и повторила, как мантру, что всевозможные “D-Link, Netgear и Huawei тоже были в Турции, однако нам удалось их победить”, и вполне традиционно приводила в пример тот факт, что у AirTies “4 млн. счастливых клиентов” (эта цифра с середины 2009 г., когда компания выходила на рынок Украины, почему-то не меняется).

В любом случае завоевать рынок компании AirTies помогут, конечно, ее небольшие размеры (в головном офисе работает всего 180 человек, из которых треть занимается R&D), концентрированная линейка именно беспроводных решений, а также тщательное изучение местных рыночных условий. Но будет ли оправдан оптимизм руководства AirTies относительно положения дел в России с её специфическими правилами ввоза телекоммуникационной техники (продукции AirTies, к слову, в списке на упрощенную регистрацию пока нет), большими расстояниями и суровыми условиями эксплуатации — покажет время. Совершенно точно можно сказать, что без партнерства с крупными торговыми сетями и операторами связи захватить даже один процент рынка представляется практически нереализуемой задачей. □

У Axios Systems серьезные намерения

СЕРГЕЙ СВИНАРЕВ

На состоявшемся год назад открытии в нашей стране представительства компании Axios Systems его генеральный директор Хирко Груневеген пообещал к 2012 г. вывести Axios на вторую позицию (очевидно, вслед за HP) на российском рынке систем ITSM. Однако, подводя итоги первого года работы на местном рынке, он посетовал, что планируемых темпов роста представительству достичь не удалось. И это несмотря на то, что продажи Axios за отчетный период удвоились!

Остается, впрочем, загадкой, каким образом через два года будут оцениваться позиции игроков на нашем рынке систем ITSM. Сегодня этим никто всерьез не занимается, что и неудивительно: абсолютные финансовые показатели по регионам вендорами обычно не разглашаются. А Axios Systems, будучи частной британской компанией, не публикует и свою консолидированную отчетность. Известно лишь, что доходы ее в прошлом году выросли на 15%. Как признался сам Хирко Груневеген, он недавно прочитал в одной из английских газет, что годовой оборот Axios составляет около 25 млн. фунтов стерлингов (40 млн. долл.). Близкую величину (34 млн. долл.) дает и агентство Zoom Information. А это, если верить оценке главы московского офиса Axios, сопоставимо с объемом всего российского рынка ITSM (25—40 млн. долл.). Иными словами, чтобы контролировать, скажем, 10% нашего рынка, вклад российского представительства в оборот головной компании должен быть при-

мерно таким же. Следует отметить, что даже достижение планки в 1% от общемировых продаж многие присутствующие в России международные вендоры считают большим успехом.

Поскольку московский офис Axios Systems объявил год назад о чисто партнерской модели продвижения своих решений на базе продукта assyst, можно было ожидать существенного расширения партнерской сети. Однако она сохранилась в прежнем составе и включает четыре московские (КРОК, ЛАНИТ, “Ситроникс ИТ”, Inline) и две региональные (“Ниеншанц”, “Сапфир”) компании. Число же клиентов удвоилось. За год появилось пять новых заказчиков: Russia Today, “Русская телефонная компания”, “Лаборатория Касперского”, неназванное государственное ведомство и “Ситроникс”. Отметим, что из девяти клиентов Axios Systems три компании (“Ситроникс”, “Ниеншанц” и ЛАНИТ) выступают сразу в двух ролях — партнера и заказчика.

Об одном из наиболее крупных проектов по управлению ИТ-услугами на платформе assyst, стартовавшем в конце 2009 г. в “Лаборатории Касперского”, рассказал заместитель ее директора по ИТ Харлан Волд. Данный проект является одним из элементов программы реструктуризации, цель которой — вывод ИТ-департамента из отдела разработки и создание на его основе самостоятель-

ной структуры, способной предоставлять ИТ-услуги надлежащего качества всем бизнес-подразделениям и зарубежным представительствам (их сегодня 28).



Хирко Груневеген: “Продажи Axios Systems в России по итогам 2009 г. удвоились”

На первом этапе, который завершается в феврале, в рамках assyst v8 осуществлена автоматизация процессов управления инцидентами и проблемами, а также начато развертывание версии assyst v9, в которой впервые реализованы функции формирования и поддержки каталога услуг. Наличие этой функциональности, впервые формализованной в последней редакции методологии ITIL v3, явилось одним из главных аргументов в пользу выбора системы assyst.

Другое важное качество assyst, принявшее во внимание заказчиком, — его “коробочный” статус, который, по мнению вендора, существенно сокращает трудоемкость и сроки внедрения. По словам Хирко Груневегена, обычно стоимость услуг по внедрению assyst составляет около 25% от стоимости лицензий. Харлан Волд на примере проекта в “Лаборатории Касперского” оценил стоимость услуг внешних консультантов (в их роли выступали специалисты “Ситроникс ИТ” и Axios Systems Global Services) в те же 25—30%, однако отметил, что во внедрении участвовала также группа сотрудников заказчика. Известная аналитическая компания Butler Group, характеризующая решение Axios Systems с точки зрения затрат на внедрение, приводит цифру 40% и подчеркивает, что общая

стоимость соответствующих проектов варьируется в пределах от 150 тыс. до 4 млн. долл. Бюджет проекта в “Лаборатории Касперского” не раскрывается.

Следует обратить внимание на одну важную инициативу: начиная с 2010 г. Axios Systems будет предоставлять свои решения по управлению ИТ-услугами в рамках модели SaaS. Планы эти распространяются и на Россию. Крупным компаниям предлагается решение assyst SaaS Enterprise, мелким и средним — assyst SaaS Professional. Первое будет развернуто в одном из западноевропейских дата-центров, а второе — на площадке российского партнера, которого Хирко Груневеген не назвал, сославшись на незавершенность переговоров по этому вопросу.

Агрессивный рост...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 7

неров и из ритейла, пока говорят о том, что у нас продажи идут неплохо, но посмотрим, что скажут независимые аналитики. Главным для нас в этом сегменте будет запуск новых продуктов. Серьезные планы у нас в отношении сетевых устройств, а также на рынке мониторов. Если раньше наша доля по мониторам составляла 1—4%, то сейчас будем претендовать на цифры вплоть до 8%. Задача состоит в том, чтобы вернуться в первую четверку поставщиков. Сейчас для этого есть и внутренние возможности, поскольку произошло разделение департаментов и теперь этим направлением будет заниматься отдельное подразделение со своим маркетингом. Надеемся, все у нас получится.

PC Week: Спасибо за беседу.

Windows®. Жизнь без преград. ASUS рекомендует ОС Windows 7.

Ноутбуки ASUS серии N Чистый звук. Яркий цвет.

Современная мультимедийная платформа
с интерфейсом USB 3.0

- Подлинная ОС Windows® 7 Домашняя расширенная
- Новый процессор 2010 года Intel® Core™ i7
- Превосходный звук с технологией SonicMaster
- Идеальное воспроизведение видео с технологией Video Magic

Ноутбук ASUS N61J, оснащенный процессором Intel® Core™ i7 и подлинной операционной системой Windows® 7 Домашняя расширенная, открывает двери в мир компьютерных развлечений. Он идеально подходит для современных мультимедийных приложений. Так, его высокоскоростной интерфейс USB 3.0 позволяет передавать файлы в 10 раз быстрее, чем USB 2.0. Просмотр телевизионных передач и видео в форматах HD, прослушивание MP3 — все это доступно с ноутбуком ASUS N61J. Мультимедийные качества моделей серии N впечатлят любого пользователя. Реализованные в них технологии SonicMaster и Video Magic обеспечивают поразительное качество звука и четкое, яркое изображение. С новым ноутбуком ASUS серии N мир компьютерных развлечений предстанет перед вами в совершенно новом свете и звуке.

www.asus.ru Всемирная гарантия 2 года Горячая линия ASUS: (495) 23-11-999

Информацию о том, где купить ноутбуки ASUS в Москве и Санкт-Петербурге, можно найти на сайте www.asusnb.ru

Владивосток: В-Лазер (4232) 218-000; ДНС (4232) 300-454; Владимир: Компьютер-Имидж (4922) 33-19-66; Воронеж: РЕТ (4732) 77-93-39; Екатеринбург: Буква (343) 22-22-025; Клокс (343) 216-17-01; Норд 8-800-2000-787; Ижевск: Корпорация «Центр» (3412) 91-88-11; Казань: Ноутбукфф (843) 264-39-32; Киров: Технополис (8332) 480-888; Краснодар: Владос (861) 210-10-01; Красноярск: Аверс (3912) 560-561; Старком (3912) 49-11-11; Липецк: Регард-тур (4742) 220-555; Новосибирск: ГОТТИ (383) 362-00-44; Ливел (383) 212-00-05; НЭТА (383) 304-10-10; Техносити (383) 22-33-770; Нижний Новгород: Алтэкс (831) 411-87-87; Норильск: Юрмала-М (3919) 46-73-36; Омск: РИТМ (3812) 20-05-08; Пермь: Ноутбукфф (342) 270-01-11; Ноутув (342) 210-10-84; Ростов-на-Дону: Имагно (863) 240-40-32; Санрайз (863) 243-65-65; Самара: Прагма (846) 270-17-01; Саратов: АТТО (8452) 444-111; Сургут: Компьютерный супермаркет «ПЕРВЫЙ» (3462) 247-000; Томск: Интант (3822) 56-00-56; Тюмень: Арсенал+ (3452) 797-070; Ульяновск: Симбирск-М+ (8422) 420-003; Уфа: Кламас (347) 291-21-12; ФортеВД (347) 260-00-00; Чебоксары: Квартон (8352) 62-55-51; Якутск: Респект (4112) 44-55-44

Intel, логотип Intel, Intel Inside, Intel Core и Core Inside являются товарными знаками корпорации Intel на территории США и других стран.



Товар сертифицирован, на правах рекламы.

Panasonic KX-MB2020: универсал для малых и средних рабочих групп

НИКОЛАЙ ЗАОСТРОВСКИЙ

Компания Panasonic недавно выпустила новое МФУ KX-MB2020RU (8700 руб.), ориентированное на эксплуатацию в малых и средних рабочих группах. Аппарат предлагается в двух цветовых исполнениях корпуса —

ПЕРВЫЙ ВЗГЛЯД черном и белом и объединяет в себе функции монохромного лазерного принтера, цветного планшетного сканера, копира, телефона и факса (включая PC-факс). Иными словами, пользователь получает законченное решение для работы по сети, удовлетворяющее наиболее часто возникающие офисные потребности. Органы панели управления МФУ промаркированы не условными обозначениями (которые порой только озадачивают, а не помогают), а крупными текстовыми надписями с цветовым выделением. Это делает аппарат особенно удобным при коллективной эксплуатации пользователями, имеющими разный опыт работы с офисной техникой.

В отличие от ряда других принтеров и МФУ установка ПО у этой модели не

подразумевает никаких особых действий и проходит успешно даже при соблюдении стандартной процедуры, предлагаемой Windows при автоматическом определении нового устройства, хотя в документации и рекомендуется от неё отказаться. Более экономному расходованию средств на обслуживание способствует раздельная конструкция тонер-картриджа с барабаном (рассчитанным примерно на 6000 стр.). А вот ресурс стартового картриджа, входящего в комплект поставки МФУ и заполненного лишь на четверть от стандартного объема, мог быть и побольше: 500 стр. — это совсем немного (при максимальной ежедневной нагрузке аппарата 10 000 стр.).

Печатающий механизм с паспортным быстродействием 24 стр./мин обеспечивает вывод с разрешением 600 и 300 точек на дюйм. Любопытно, что при выборе значения 300 точек на дюйм растр получается действительно в два раза бо-



МФУ Panasonic KX-MB2020RU

лее крупным, чем при 600, что среди лазерных принтеров встречается нечасто. Испытания предоставленного на тестирование образца полностью подтвердили заявленную скорость печати. Ни на одном контрольном задании KX-MB2020RU не допустил её снижения. Время выхода первой страницы колебалось между 9 и 11 с, а на “пробуждение” из состояния ожидания МФУ необходимо 13 с. Аппарат отлично справляется с печатью мелкого текста (он остаётся разборчивым до размера 1 кегль) и с печатью на “оборотках” (которые у других устройств зачастую вызывают проблемы). Нарекание вызывают лишь заметные полосы на сплошных и градиентных заливках.

Сканирующий модуль выполнен на контактом датчике (CIS) и имеет оптическое разрешение 600×1200 точек. Устройства автоматической подачи оригиналов не предусмотрено, прижимная крышка име-

ет небольшую свободу в местах крепления, что позволяет оцифровывать не слишком толстые брошюры и журналы. Нужно лишь быть готовым к не очень высокому быстродействию сканера: обработка страницы формата А4 при “экранном” разрешении (75 точек на дюйм) длится около 17 с, а при 300 и 600 точек на дюйм — 40 с. Возможно сканирование на FTP-сервер и в сетевые папки. При использовании МФУ в качестве копира изготовление одной копии занимает порядка 17 с, а 10 копий с одного оригинала изготавливаются за 41 с.

Телефонный аппарат имеет функции идентификации звонящего (АОН и Caller ID), а факсимильный модуль предоставляет все наиболее востребованные функции, включая массовую рассылку, приём сообщений при отсутствии бумаги, отложенную передачу и приём/отправку факсов непосредственно с ПК.

В целом новый аппарат Panasonic производит впечатление добротно выполненного, стабильно работающего изделия, которому найдётся место в небольшом офисе.

Восемь способов превзойти Apple iPad

ДЖОНАТАН АНДЖЕЛ

Только что анонсированный Apple планшет iPad официальные представители корпорации снабдили громкими эпитетами: “волшебный”, “поразительный”, “революционный”. Однако ключевые особенности новинки остаются конкурентам достаточно возможными для создания даже более интересных устройств под управлением Windows CE, Windows Mobile, Linux или Android.

Сейчас нет необходимости говорить о плюсах iPad, поскольку в СМИ об этом уже много сказано, порою с мессианским рвением. Новинка представляет собой планшетный компьютер с 9,7-дюймовым мультисенсорным экраном и 1-ГГц процессором A4 (разработка приобретенной Apple в 2008 г. компании P.A. Semi), который, подобно меньшему по размерам iPod Touch, работает под управлением операционной системы iPhone.

Очевидным образом побив все индустриальные рекорды по количеству преувеличений, сайт Apple описывает новинку как “фантастическое и революционное устройство с невероятно низкой ценой”. В качестве ключевых достоинств модели приводятся следующие: небольшая масса (680 г для обычной версии и 726 г для версии с 3G-модулем); малая толщина корпуса (1,27 см); экран на базе IPS-матрицы, обеспечивающей, как утверждается, повышенную точность передачи цветов и расширенные углы обзора; длительное время работы от батареи (“до 10 ч”).

Особо отмечается, что iPad работает под управлением iPhone OS и способен исполнять “почти все” приложения (а их, по данным Apple, более 140 тыс.), уже написанные для iPhone и iPod Touch. Apple также анонсировала специально написанные для iPad приложения Pages, Keynote и Numbers по цене 10 долл., обеспечивающие функции текстового процессора, презентационного приложения и электронных таблиц.

Ни одно устройство других производителей не способно выполнять приложения для iPhone, что дает iPad ключевое преимуще-

ство. Тем не менее iPad вторгается не на пустую территорию. На январской выставке потребительской электроники (CES) планшеты были в центре внимания, но и в предшествующие годы многие вендоры создали множество планшетных компьютеров на базе Linux, различных версий Windows CE и Windows Mobile, а совсем недавно и на базе платформы Android.

В планшетах с экранами, подобными по размеру экрану iPad, как правило, используются x86-совместимые процессоры и полноценные десктопные ОС, что исключает данные устройства из соревнования, если во главу угла ставятся такие характеристики, как длительность автономной работы и удобство использования. Однако множество меньших по размерам устройств, отнесенных к категории MID (mobile internet device), уже сочетают в себе сенсорные экраны и ARM-процессоры и снабжаются Linux или Windows CE. Причем многие способны работать от батареи не меньше времени, чем iPad.

Сейчас появились возможности для дальнейшего совершенствования подобных устройств благодаря выпуску так называемых “систем на кристалле” (SoC) вроде недавно объявленного компанией Nvidia решения Tegra 250. Новый кристалл Tegra содержит двухъядерную версию ARM-процессора Cortex-A9 и кодер/декодер HD-видео и позволяет увеличить время работы от батареи до нескольких дней. Nvidia также обещает удвоенную графическую производительность по сравнению с предшествующими версиями Tegra, поддержку OpenGL ES 2.0 и аппаратное ускорение для Adobe Flash 10.1.

На выставке CES компания Nvidia продемонстрировала на своем стенде целый ряд планшетных устройств на базе Tegra 250, включая Linux-планшет от Foxconn и модели на базе Android от компаний Notion Ink и ICD. В числе других представленных на выставке планшетов можно также отметить референсную планшетную модель “смартбука” компании Freescale, работающую под управлением Linux или Android и базирующуюся на SoC i.MX515, основу которого составляет 1-ГГц процессор Cortex-A8.

В чем другие планшеты могут обойти iPad

Сторонники Apple скажут, что ни одно другое устройство не сравнится с iPad в эксплуатации, даже если будет иметь схожую аппаратную основу. Однако нам кажется, что благодаря ряду ошибок iPad может оказаться не таким успешным, как ожидалось. Ниже перечислены восемь проблем iPad, которые оставляют шансы для конкурентов.

• **Малое разрешение дисплея.** Мультисенсорность и IPS — это, конечно, хорошо, но при разрешении 1024×768 пикселей экран iPad вмещает лишь чуть больше, чем экран типового нетбука. (Если вы обладаете одной из последних моделей, то знаете, что многие веб-страницы не очень хорошо вписываются в экран с таким разрешением.)

Стремясь обеспечить возможность просмотра видео и чтения электронных книг, Apple снабдила iPad экраном с соотношением сторон 4:3, а это означает, что при просмотре кинофильмов в верхней и нижней частях экрана будут оставаться черные полосы. В то же время мы не уверены в том, насколько удобен будет экран для чтения книг. Дисплей E-Ink в данном случае не подходит, а вот двухрежимные трансфлективные экраны Pixel Qi позволяют обеспечить в будущих планшетах четкое изображение даже при ярком солнечном свете.

• **Отказ от многозадачности.** Упорное нежелание Apple реализовать в iPhone OS возможность исполнения приложений (за исключением, конечно, некоторых собственных) в фоновом режиме выливается в большой недостаток для iPad. Это досаждало не только погруженным в компьютеры занудам, но и обычным людям, желающим во время просмотра интернет-страниц слушать музыку или общаться через IM-приложение.

• **Изуродованный видеовыход.** Планшетное устройство должно быть снабжено выходом HDMI для упрощения подключения к внешнему ТВ-экрану, что может понадобиться не только для просмотра фильмов. Кроме того, с помощью дополнительных компонентов или композитных видеокабелей устройство

позволяет вывести видео с разрешением не выше 576р. Это совершенно не нужное ограничение, введенное, очевидно, для того, чтобы заставить тех, кто желает приобрести фильмы через iTunes, купить отдельное устройство Apple TV.

• **Отсутствие камеры.** Как минимум, планшет должен иметь обращенную к пользователю встроенную камеру для видеочатов. И в общем-то нет причин отказываться в таком устройстве от обычной камеры для фотосъемки. В iPad ничего этого вы не найдете.

• **Нет поддержки Adobe Flash.** Apple расхваливает iPad как наилучший инструмент для работы с Интернетом. Однако, как выяснилось уже при первой демонстрации новинки, iPad не поддерживает технологию Adobe Flash, и Apple, похоже, не планирует устранить данный недостаток. Flash имеет множество противников, но эта технология является составной частью многих веб-сайтов, которые становятся недоступными для устройств, не поддерживающих технологию. Отсутствие такой поддержки в меньших по размеру iPhone и iPod Touch простительно. Но для устройства с 9,7-дюймовым экраном это абсурд.

• **Отсутствие стандартного USB-порта или SD-слота.** Такое ограничение было ожидаемым, поскольку iPhone и iPod Touch были снабжены проприетарными коннекторами для подключения к док-станции, и Apple с большой неохотой добавила SD-слот лишь в одну модель MacBook. SD-слот, который обязательно был бы встроен любым другим производителем, очень пригодился бы для переноса в iPad фотографий и других медиафайлов, а также для расширения внутренней памяти устройства. Apple обещает продавать переходник для подключения SD к разъему iPad, но это еще одна вещь, которую придется купить и которой может не оказаться под рукой в нужный момент.

Что касается USB-порта, то таковой мог бы быть реализован с поддержкой функций концентратора и оконечного устройства. В этом случае он позволил бы подключать к iPad сравнительно недорогие проводную клавиатуру, универсальное зарядное устройство или даже внешний жесткий диск, а также обеспечил бы возможность для подключения планшета к ПК. В принципе, то же самое в большинстве случаев можно реализовать с помощью собственного кабеля Apple, но отсутствие USB подчеркивает закрытую

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 19 ▶



Apple iPad



10-дюймовый планшет MSI на базе Tegra (Источник: DigitTimes.)



Планшет Ultra компании ICD на базе платформы Android

“Затягивание сертификации на руку злоумышленникам”

Институт сертификации средств защиты информации является для государства мощным рычагом регулирования этой жизненно важной области, значимость которой возрастает по мере формирования в нашей стране информационного общества. Для потребителей наличие у ИБ-продукта необходимого образца означает гарантию его качества, возможность его использования в оговоренных условиях эксплуатации.

ИНТЕРВЬЮ Однако у сертификации есть и оборотная сторона: как всякая процедура проверки, она сопряжена с расходом ресурсов. Для современного противостояния киберпреступности и индустрии разработки средств защиты информации особую важность приобретает временной фактор.

Своим мнением о влиянии сертификации на уровень защищенности заказчиков, на ход бизнеса компании, на общую ситуацию с защитой информации в России старший вице-президент по международному управлению продвижением продуктов компании McAfee **Брайен Фостер** и генеральный директор компании McAfee RUS **Владимир Ларин** поделились с научным редактором PC Week/RE **Валерием Васильевым**.

PC Week: Со дня открытия московского офиса McAfee прошло без малого два года. Есть ощущение, что он медленно набирает обороты. Брайен, как вы оцениваете работу своих московских коллег за прошедшие два года?

БРАЙЕН ФОСТЕР: Не могу согласиться с вашими ощущениями. Мы довольны результатами работы московского офиса. Конкретнее о них расскажет Владимир. От себя только замечу, что за последние два года сотрудниками McAfee в вашей стране было много сделано для распространения информации о нашей компании, для генерации спроса в таких ключевых сегментах, как телекоммуникации и финансы, для которых у McAfee есть отличные вертикальные решения. Кстати, компании, представляющие эти сегменты, хорошо откликаются на наши предложения.

ВЛАДИМИР ЛАРИН: Для начала хочу уточнить: формально первые три человека были приняты на работу в московский офис только в сентябре 2008 г., а костяк офиса формировался на протяжении всего 2009-го.

Основная наша задача — расти быстрее российского ИБ-рынка. Как мне помнится, по данным IDC, в 2008 г. ИБ-рынок в нашей стране вырос на 35—40%, мы же в тот год поднялись на 50%. В 2009-м IDC объявила о том, что ИБ-рынок “просел” на 20%, а мы на 20% выросли. В этом году IDC прогнозирует рост в 18—20%, а мы хотим вырасти на 50%. Поэтому замечание о медленном “наборе оборотов” могу принять только как следствие недостаточных инвестиций в рекламу. Думаю, наша активность и в этом направлении будет расти по мере зарабатывания денег на него.

PC Week: Какие российские отрасли помимо телекома и финансового сегмента демонстрируют сегодня активность в области ИБ?

В. Л.: Разумеется, мы стараемся работать в России во всех отраслях, где у заказчиков есть средства на инвестиции в ИБ. По понятным причинам эти средства сегодня не те, что были в 2007 г. Но тем не менее мы видим для себя большой потенциал, предлагая такие решения, которые позволяют компаниям наиболее эффективно использовать бюджеты на ИБ. Я имею в виду наши интегрированные комплексные моновендорные решения с единой консолью управления, стоимость сово-



Брайен Фостер

купного владения которыми в разы ниже, чем у решений, построенных из разрозненных продуктов, поставляемых разными вендорами и закрывающих отдельные конкретные проблемы. Замечу, что наша открытая платформа ePolicy Orchestrator с позиции централизации управления поддерживает продукты и других производителей. В пестрой многовендорной корпоративной инфраструктуре с учетом затрат на администрирование, поддержку обновлений, зарплату ИБ-персонала ее применение в зависимости от размеров ИТ-среды заказчика может дать экономию в 25—40%.

PC Week: Как со времени открытия московского офиса изменились запросы российских корпоративных пользователей на средства защиты информации?

Б. Ф.: Спрос в области ИБ в России изменяется примерно так же, как и в других странах. В вашей стране тоже принимают законы, призванные защищать критичную корпоративную информацию, личные данные людей. Законодатели реально заставляют компании должным образом защищать информацию. Мы рассчитываем, что к 2011 г. в вашей стране будут приняты новые законы, регулирующие область ИБ. Чтобы следовать им, компании должны знать, какими данными они располагают, где они их хранят, для чего и кем эти данные используются. У McAfee есть предложения для решения этих задач.

PC Week: Какие законы вы имеете в виду, называя рубез 2011 г.?

Б. Ф.: В России вектор законодательного регулирования защиты информации такой же, как и в других странах. Принимаемые в этой области законы направлены на то, чтобы личные данные граждан и корпоративная информация компаний были защищены от киберпреступников адекватным образом.

В. Л.: Диктовать появление новых законов будет развитие информационного общества. Так, по ходу реализации идеи предоставления частными компаниями и государством электронных услуг отдельным гражданам, бизнесу и госструктурам обязательно будут разрабатываться и внедряться новые законы, определяющие порядок оказания этих услуг и их качество, в том числе и безопасность. Например, как только у нашей медицины появится возможность массово обслуживать население в удаленном режиме с использованием мощных современных ИТ, всплывет потребность в законах, аналогичных Health Insurance Portability and Accountability Act (HIPAA).

PC Week: Брайен, мне сообщили, что основная цель вашего визита в Москву — конкретизация



Владимир Ларин

задач по сертификации в России продуктов McAfee. Означает ли это, что свою ближайшую стратегическую задачу в России компания видит именно в сертификации?

Б. Ф.: Сертификация — вспомогательная, а не стратегическая задача для нас. Она дает пользователям наших продуктов уверенность в том, что они выполняют именно те функции, о которых мы заявляем. А нашей стратегией является разработка все более совершенных продуктов, повышающих уровень защищенности наших клиентов и одновременно снижающих совокупную стоимость владения средствами защиты.

PC Week: Какие продукты и по каким категориям McAfee намерена сертифицировать в первую очередь?

Б. Ф.: Первыми в очереди на сертификацию стоят продукты, предназначенные для защиты конечных точек корпоративной ИТ-инфраструктуры. Мы уже запустили сертификацию продуктов McAfee Total Protection for Endpoint и активно начаты работы по сертификации McAfee Host Data Loss Prevention.

PC Week: Во всем мире соответствие требованиям государственного и отраслевого регулирования области ИБ стало не так давно для бизнеса и госструктур одной из главных задач. Как вы оцениваете его влияние?

Б. Ф.: Государственное регулирование обязывает решить три задачи. Прежде всего организации должны установить, где находятся их корпоративные данные, затем нужно классифицировать их, чтобы разграничить как объект защиты, и, наконец, адекватно критичности защитить. McAfee в состоянии помочь своим клиентам в экономном выполнении каждой из этих трех задач. Получается, что госрегулирование выгодно для нашего бизнеса.

PC Week: В России сегодня все озабочены выполнением требований закона “О персональных данных”, среди которых основную сложность представляет применение сертифицированных средств защиты информации. Как вы оцениваете влияние этого закона на развитие российского рынка ИБ?

В. Л.: Закон “О персональных данных” — манна небесная для тех, кто занимается ИБ как разработчик, консультант, интегратор. Что же касается операторов персональных данных — это наведение порядка “сверху” в том ИТ-зоопарке, который образовался у многих компаний за годы их существования, систематизация ИТ-ресурсов, приведение их в такое состояние, чтобы в итоге не страдали клиенты, чтобы те данные, которые они доверяют компаниям и организациям, были надежно защищены и могли использоваться в электронных услугах. Эффект от закона

в итоге должен быть положительный, но путь к итогу будет затратный.

PC Week: Какие специфические национальные особенности в области ИБ вы отмечаете в России?

Б. Ф.: Российские потребители благодаря глобализации процессов обмена информацией похожи на потребителей других стран — они подвергаются тем же ИБ-угрозам, и ИБ-запросы у российских пользователей те же, что и у пользователей во всем мире. Уникальным для России является язык — в русле процессов глобализации он порождает задачи локализации ИБ-продуктов и их поддержки. Но это только технические проблемы.

В. Л.: Руководители нашей страны часто заявляют о готовности привлекать иностранных инвесторов и иностранные компании. Однако нужно понимать, что эти компании надеются, что законы, действующие в тех странах, где размещаются их штаб-квартиры, соблюдаются и в России. Это относится и к законодательному регулированию области ИБ. Стране нужна инфраструктура, которая обеспечит защиту тех зарубежных фирм, которые приходят к нам со своими сложившимися требованиями к защите данных, со своей корпоративной ИБ-политикой. Это тоже нужно учитывать.

В сертификации ИБ-продуктов мы должны использовать международный опыт. Нам нужно учитывать те процедуры сертификации и правила игры, которые действуют и вне нашей территории, нужна гибкость при восприятии экспертизы, которую приносят сюда зарубежные компании вместе со своими деньгами. Идеально, если процесс сертификации станет глобальным. Разумеется, для структур, обеспечивающих национальную безопасность, российские законы должны иметь высший приоритет.

PC Week: Некоторые зарубежные компании уже столкнулись в России с проблемой больших сроков проверки (до нескольких лет) отдельных своих продуктов на отсутствие недеklarированных возможностей (НДВ). Какой выход из этой ситуации вы рекомендовали бы?

В. Л.: Для начала хотелось бы, чтобы сроки сертификации зарубежных продуктов были адекватны срокам сертификации российских. К сожалению, сейчас они сильно различаются.

Б. Ф.: Темпы развития области высоких технологий растут потрясающе. Но этими технологиями пользуются и киберпреступники. Гонка между ними и разработчиками средств защиты становится все более напряженной. Конечно, нужно проверять ИБ-продукты на НДВ, но нельзя забывать об этой гонке. Мы не должны из-за затянутой сертификации отставать от злоумышленников. Может быть, имеет смысл сертифицировать продукты, а не каждый их релиз?

Конечно, нужно по-разному подходить к разным пользовательским сегментам. Одно дело коммерческие компании, для которых все нужно делать быстро. Другое дело силовые структуры, государственные учреждения, в которых изменения в ИТ-инфраструктуре происходят медленнее. У военных операционные системы не меняют раз в один-два года, как в бизнес-компаниях. Там, как правило, рабочий цикл ИТ-продукта исчисляется десятком лет. Для тех заказчиков, у которых срок эксплуатации ИБ-продукта рассчитан на десять лет, можно позволить и более строгую сертификацию, занимающую полгода.

Многие компании, в том числе и McAfee, рассматривают Россию как перспективный рынок, и этот интерес стимулирует поиски способов оптимизации

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 13 ▶

Рынок Optical Core Switch: в ожидании новых поставок

МАКСИМ БУКИН

Кроме увеличения пропускной способности каналов для магистральных линий до 10, 40 и даже 100 Гбит/с крупные операторы связи, действующие в масштабах всей страны, размышляют над приобретением или модернизацией устройств класса Optical Core Switch. Именно это “железо” помогает решить вопросы быстрейшего как уже построенных, так и планируемых к запуску в самое ближайшее время оптических сетей. По прогнозам исследовательской фирмы Enterprise Strategy Group, до конца 2010 г. глобальные темпы роста пропускной способности увеличатся более чем до миллиона гигабайт (или одного петабайта) в месяц и немалая часть этого трафика, в том числе и от клиентов операторов беспроводного широкополосного доступа, придется на Россию.

Позиция в сети

Как показывает практика, Optical Core Switch — это масштабируемые оптические системы с функцией мультиплексора ввода-вывода, функциональностью широкополосных SDH/Sonet-сетей и коммутацией на уровне 2 (L2), поддерживающие кольцевую и смешанную архитектуру и обеспечивающие динамическое управление.

По словам Андрея Савченкова, директора по технологическому развитию компании “ВымпелКом”, чаще всего оборудование уровня Optical Core Switch используется в ядре сети и для стыковки магистральных каналов связи с сетями уровня города у крупных и средних операторов, обладающих как фиксированными, так и мобильными активами.

“Основная мотивация для использования такого оборудования, — утверждает технический директор компании “Синтерра” Александр Ильин, — возможность быстрой коммутации оптических каналов. Необходимость в этом может возникнуть у магистрального оператора при

значительном количестве заказов на аренду большой емкости, со стороны корпоративных клиентов, между городами и различными странами.”

“При этом проблем с совместимостью между оборудованием различных производителей не стоит, потому что технология уже достаточно зрелая и коммутаторы работают по единым утвержденным стандартам и протоколам”, — говорит Станислав Кокорев, менеджер по маркетингу компании Huawei.

Вообще терминология Optical Core Switch не является полностью устоявшейся, и русскому уху более привычно понятие “кросс-коммутация”. Обычно кросс-коммутатор предназначен для организации межстанционных соединительных линий и построения сетей и узлов

доступа к высокоскоростным цифровым магистралям (к примеру, типа SDH). Кроме оптимизации пропускной способности оптических сетей это оборудование, рынок которого даже сейчас, по самым осторожным прогнозам, в мировом масштабе составляет 2 млрд. долл., обеспечивает провайдером телекоммуникационных услуг высокую связность сетевых элементов и разумное резервирование предоставляемых ими сервисов и каналов. По сути — чем больше степень связности, тем более эффективно используются ресурсы сети и лучшей доступности сервисов можно достичь. Кроме того, стабильность этого рынка основана прежде всего на том, что оборудование оптической коммутации способно обеспечить наивысшее в отрасли качество сервиса, тот самый QoS, недостаток которого в развивающихся сетях часто становится проблемой для оператора.

Решения Optical Core Switch аналитики IDC вполне правильно включают в общую категорию “Sonet /SDH/MSPP and crossconnects”: этот узкий, но стабильный сегмент вполне подпадает в понятие кросс-коннектов. “Для производителей фраза “Optical Core Switch” представляет собой коммерческий термин, а не реальную технологию, — уточняет Сергей Фишкин, глава представительства Nortel по России и странам СНГ. — Собственно говоря, оптический сигнал вошел, оптический сигнал вышел из другого порта, вот вам и оптический коммутатор. Или оптика вошла, отразилась от зеркала, потом сигнал поместился в другой канал, и это тоже оптический коммутатор”. На рынке этого оборудования, по данным IDC, активно игра-



Оборудование класса Optical Core Switch помогает решить вопросы оптимизации пропускной способности как уже построенных, так и планируемых к запуску оптических сетей

ют в основном крупные компании — Alcatel-Lucent (доля в 21,4% по итогам 2008 г.), Huawei (15,5%), Fujitsu (8,6%), ZTE (7,6%), Cisco (6,4%). Хотя поля деятельности небольших производителей также вполне хватает — к примеру, Ciena или Transmode показывают небольшой, но уверенный рост: с 2005-го по 2008 г. их рыночные доли увеличились с 0,9 до 2,4% и с 0 до 0,9% соответственно. Разумеется, цифры за первый год финансового кризиса могут серьезно изменить эту картину, но вряд ли перемены будут коренными — небольшие компании постепенно отвоёвывают определенную часть рынка у крупных вендоров.

Самые значительные контракты подобного рода в России — это оборудование Optical Core Switch в “Транстелекоме”, (поставщики — Huawei, Lucent), “Ростелекоме” (Huawei) и “ВымпелКоме” (Huawei); возможно, после слияния с “Комстар-ОТС” к этому списку примкнет и МТС.

Перспектива на будущее

В основном Optical Core Switch пригодятся для обеспечения таких задач, как разгрузка магистральных маршрутизаторов, работа в сети распределения цифрового контента (несжатое видео студийного качества), организация сервисов Ethernet первого уровня (ELINE) для бизнес-пользователей. Это “железо” можно использовать также для передачи голосового трафика, аренды протяженных TDM-линий и предоставления сервисов с высокой дифференциацией (множество уровней SLA).

А основные требования, которые предъявляются к оборудованию Optical Core Switch, — надежность сети, резервирование сервисов, высокая связность сетевых элементов. “Кроме того, операторов интересует комплексность решения и управляемость транспортной сети в целом с помощью единой системы управления, а также возможность эволюционного движения к полностью пакетной передаче данных”, — добавил Станислав Кокорев.

Правда, особенность этого рынка в России состоит в том, что предложение производителей значительно опережает спрос со стороны операторов, уверен Андрей Савченков. Крупные операторы пока только присматриваются к Optical Core Switch, поскольку в настоящее время массовое внедрение такой техники вряд ли окупится из-за отсутствия спроса на услуги, для которых оно предназначено.

К примеру, специфика деятельности МТТ сегодня не предполагает применения подобных решений. “Дело в том, что для обеспечения связности своих узлов и

передачи TDM-трафика компания МТТ использует оптические мультиплексоры и оборудование уплотнения каналов, — поясняет Дмитрий Гуркин, директор по развитию сети компании “Межрегиональный ТранзитТелеком”. — Обмен пакетным трафиком осуществляется с помощью оборудования маршрутизации пакетов, а также Ethernet-карт, расширяющих функционал традиционных SDH-мультиплексоров”.

Аналогичного мнения придерживаются и другие игроки рынка. “В случае технологии SDH в этом нет необходимости, поскольку трафик равномерно распределен в сети. Что касается DWDM, то мы рассматриваем возможность использования в 2010—2011 гг. мультиплексоров ROADM, позволяющих коммутировать оптические сигналы без организации фиксированных соединений”, — считает Сергей Епифанов, директор по эксплуатации и развитию выделенных сетей компании “Комкор”.

Схожая позиция и у “Синтерры” Как сказал Александр Ильин: “Использование решений Optical Core Switch предполагает потребности большого количества клиентов в значительной сетевой емкости или необходимости оперативного и частого переключения каналов с минимальной емкостью 10 Гбит/с. Однако каналы с такой пропускной способностью востребованы небольшим количеством клиентов, в основном крупными операторами связи, поэтому существующая ныне топология магистральной сети пока полностью удовлетворяет их запросы”.

Между тем сетевая инфраструктура оператора — от потребителя до ядра сети — определяется постоянно растущими потребностями как частных лиц, так и организаций в увеличении пропускной способности. Но все опрошенные нами эксперты сошлись в том, что оборудование Optical Core Switch для России представляет собой скорее послезавтрашний день развития коммуникаций.

Одно из возможных направлений роста — средние операторы связи. “Не тому нужна оптическая кросс-коммутация, кто назвался крупным оператором, а тому, кто реально предоставляет услугу высокоскоростной надежной коммутации, пусть и в рамках отдельного региона, пусть и ограниченному числу конечных клиентов”, — уверен Сергей Фишкин.

А вот крупные операторы имеют в виду будущее использование решений Optical Core Switch на крупных узлах магистральной сети, где сходятся множество оптических каналов с разных направлений. Дмитрий Шемякин, старший системный инженер компании Ciena, Россия и СНГ, поясняет: “Подобные решения — основа гибкой и надежной сетевой инфраструктуры, что отвечает основным задачам операторов в оптимизации транспортных сетей с учетом поддержки современных сервисов”.

В целом коммутатор, рассматриваемый как отдельный сетевой узел, не может обеспечить требования надежности сети, резервирования сервисов и высокой связности сетевых элементов. Обычно эти вопросы анализируются в комплексе — в масштабе всей сети, которая состоит из коммутаторов, каналообразующего оборудования, контрольных и управляющих механизмов. К примеру, оператор AT&T, начав внедрение решений Optical Core Switch в 2005 г., к 2009-му достиг экономии своих операционных расходов на 44%: для работы с новым, более “продвинутым” “железом” его службам эксплуатации потребовалось куда как меньше квалифицированных кадров. Вполне возможно, аналогичные цифры ожидают и российских операторов. В недалеком будущем.

ВКРАТЦЕ

СИСТЕМЫ ХРАНЕНИЯ

Новая линейка Qnap для СМБ

Тайваньская компания Qnap, осенью прошлого года открывшая представительство в Москве, в феврале вывела на российский рынок новую серию своих сетевых NAS-систем хранения TS-x59 Pro,



Восьмидисковая TS-859 Pro — новая флагманская модель Qnap

предназначенную для компаний малого и среднего бизнеса. В эту серию, как и в ее предшественницу TS-x39 Pro, входят четыре настольные модели, рассчитанные на установку двух, четырех, шести и восьми жестких дисков SATA диаметром как 2,5, так и 3,5-дюйма. (Сами диски не входят в комплект поставки продукта, и владелец устройства должен самостоятельно приобрести для него накопители в соответствии со списком винчестеров, которые Qnap сертифицировала для использования со своими NAS.) Все модели оборудованы 1 Гб оперативной памяти DDR2 и 512 Мб флэш-памяти, в которой хранится резервная копия ОС устройства, двумя интерфейсами Gigabit Ethernet с возможностью балансировки сетевого трафика и резервирования, пятью порта-

ми USB 2.0 и двумя eSATA. За исключением младшей модели, они поддерживают объединение дисков в RAID-массив нулевого, первого, пятого или шестого уровня (из двух дисков TS-259 Pro можно построить только RAID 0 и RAID 1).

Если в NAS-системах Qnap, предназначенных для домашних сетей, основной акцент делается на работу с развлекательным мультимедиа-контентом и его загрузкой из Интернета, то при разработке TS-x59 Pro инженеры компании постарались расширить поддержку в этих системах активно применяемых в бизнесе технологий серверной виртуализации и iSCSI.

Новые продукты Qnap сертифицированы на совместимость с платформой виртуализации VMware vSphere 4, а также с системой “1С:Предприятие”. Они одновременно могут функционировать и как файловый-сервер NAS, и как система хранения в сети хранения на базе iSCSI. TS-x59 Pro поставляются с усовершенствованной версией микрокода, которая реализует поддержку набора команд SCSI Primary Command-3 (SPC-3), операций ввода-вывода по нескольким сетевым маршрутам (MPIO) и множественных соединений на сессию (MC/S).

По сравнению с TS-x59 Pro за счет использования новейшего двухъядерного процессора Intel Atom D150 1,66 ГГц до 60% выросла производительность NAS и на 40% энергоэффективность.

В России младшая модель новой серии двухдисковая TS-259 Pro будет стоить 870 долл., а старшая четырехдисковая TS-859 Pro — около 2300 дол. В апреле Qnap планирует представить стоечные модели TS-x59. Л. Л.

“Виртуализация является неотъемлемым компонентом ОС”

Несмотря на то что на поле средств виртуализации выступает большое количество игроков (включая почти всех из категории ИТ-лидеров), все же основная интрига развития этого рынка определяется

ИНТЕРВЬЮ конкуренцией между общепризнанным лидером, компанией VMware, и Microsoft, которая выступает в роли “догоняющего”. Сможет ли Редмонд изменить соотношение сил в этой сфере в свою пользу? Эксперты пока явно не спешат давать однозначные ответы на данный вопрос. Что думает по этому поводу Microsoft? Это и пытался выяснить обозреватель PC Week/RE Андрей Колесов в беседе с главным менеджером программы продвижения Windows Server корпорации Microsoft Джеффом Вулси.



Джефф Вулси

PC Week: Microsoft ни в коем случае нельзя назвать новичком на рынке средств виртуализации, но при этом складывается впечатление, что ей никак не удается ликвидировать разрыв с лидером. Ситуация стала меняться лишь полтора года назад, когда появился Hyper-V. Многие эксперты считают, что корпорация явно запоздала с выпуском этого решения и теперь ей приходится наверстывать упущенное время. А что вы скажете по этому поводу?

ДЖЕФФ ВУЛСИ: Наверное, я скорее не согласен с таким мнением. Мы не опоздали с выходом на рынок серверной виртуализации, более того, мы вышли на него как раз в нужный момент. На сегодняшний день в мире виртуализировано всего лишь 17% серверов, при том что потенциальная доля может составлять величину, близкую к 100%. То есть сейчас фактически только заканчивается, если можно так выразиться, пилотный этап виртуализации и начинается “промышленный” период. Есть большие сегменты, где нашли применение средства виртуализации, в частности предприятия малого и среднего бизнеса. Это направления с огромным потенциалом, которые просто не могли позволить себе использование инструментов VMware вследствие немалой стоимости данного решения. Наш Hyper-V — это вполне реальная возможность для SMB повысить эффективность затрат на ИТ. Да и крупные клиенты сейчас проявляют большой интерес к нашему продукту.

Мы считаем, что средства виртуализации являются неотъемлемым компонентом операционных систем — так же, как, скажем, стек технологий TCP/IP для сетевой работы или Web-браузер. Причем, хочу обратить внимание, это мнение не только Microsoft, но и других поставщиков ОС, например Red Hat.

PC Week: Кажется, сейчас заказчиков уже больше волнует не собственно виртуализация — тут всё уже вполне понятно и никого не нужно убеждать в ее эффективности, — а вопросы управления виртуальными средами.

ДЖ. В.: И не только виртуальными средами, но и ИТ в целом! В том-то все и дело, что проблема управления никак не ограничивается кругом задач управления виртуальными машинами. Ведь заказчик имеет дело даже не столько с инфраструктурой, сколько с приложениями. К тому же кроме серверной инфраструктуры имеется еще настольная, огромный парк ПК, управление которым является главной головной болью для большинства предприятий.

Впрочем, тут я в какой-то степени готов согласиться с тем, что нам стоило бы выйти на рынок виртуализации немного раньше. Но зато мы появились на нем, имея полный арсенал средств для клиентов. И базовый набор этих технологий заказчики получают от нас бесплатно.

PC Week: VMware тоже стремится снизить затраты потребителей, в частности, за счет исключения необходимости приобретения ОС как таковой. В ее планах, причем не очень отдаленных, эта задача обозначена очень четко.

ДЖ. В.: Мы знаем, что говорит по этому поводу VMware, но нас интересует в первую очередь мнение клиентов, а они настроены совсем иначе. Наши клиенты строят свою ИТ-инфраструктуру на стеке Windows, и речь тут идет даже не об ОС, а о целом наборе базовых решений, таких как SQL Server, Exchange, SharePoint. Сейчас в нашем арсенале появилась Azure, полноценная облачная система.

PC Week: Насколько можно догадываться, технологически Azure строится на базе Hyper-V?

ДЖ. В.: Не совсем так. Скорее Azure и Hyper-V имеют одну технологическую основу, у них одни и те же предки, но все же это разные средства.

PC Week: Вы говорите о том, что стек Windows включает всё необходимое для заказчиков. Но в жизни предприятия имеют дело с гетерогенными средами, одной Windows они обойтись не смогут. Осторожное отношение к средствам Microsoft со стороны клиентов во многом определяется ориентацией вашей компании на поддержку только своих технологий. Что вы скажете по этому поводу?

ДЖ. В.: Я скажу, что такое мнение базируется на давно устаревших представлениях. Hyper-V поддерживает в качестве гостевых ОС работу Linux, в том числе от Red Hat и Novell, а наши средства System Center могут управлять ими. Мы открыли коды драйверов Hyper-V по лицензии GPL, что позволяет третьим разработчикам создавать инструменты управления нашим гипервизором. Со своей стороны наш Virtual Machine Manager поддерживает работу с виртуальными машинами на базе Linux. Кроме того, мы уже почти два года участвуем в отраслевом проекте OpenPegasus, через который передаем независимым разработчиками коды своих программ по открытым моделям лицензирования, и, в свою очередь, получаем доступ к технологическим ресурсам, которые позволяют, например, реализовать в System Center Operations Manager управление решениями на базе UNIX/Linux.

PC Week: Что вы можете сказать о сотрудничестве с Sun в области обеспечения виртуализации? Года два назад об этом говорилось довольно много, но в последнее время о такой работе что-то не слышно.

ДЖ. В.: Действительно, такие работы велись довольно активно, но сейчас наступила некоторая пауза в связи с приобретением Sun корпорацией Oracle. К сожалению, эта сделка никак не завершится, что дале-

ко не лучшим образом сказывается на возможностях технологического сотрудничества. Мы со своей стороны готовы к продолжению работ в данном направлении.

PC Week: В последние годы почти вся тема виртуализации сосредоточена на серверной стороне ИТ-инфраструктуры предприятий, и вопросы настольных систем, с которыми и начиналось применение виртуализации для компьютеров x86, отошли куда-то на задний план. Насколько актуальными сейчас представляются вам задачи виртуализации рабочих станций?

ДЖ. В.: Начну с того, что виртуализация серверов и виртуализация ПК — это различные задачи, ориентированные на достижение разных целей. Причем трудно сказать, какая из них технически сложнее. Основная задача серверной виртуализации — решение вопросов консолидации оборудования, повышение эффективности его использования. Для клиентской консолидации ключевым вопросом является поддержка унаследованных приложений, одна из главных трудностей тут состоит в необходимости поддерживать огромный спектр периферийного оборудования разных производителей.

Как делать серверную виртуализацию — на этот вопрос сейчас уже имеются типовые ответы. А вот подходов к виртуализации ПК очень много, и никто не может уверенно сказать, какие из них лучшие. Именно поэтому Microsoft сегодня предлагает целый набор решений для виртуализации персональных компьютеров, и главная задача подразделения корпорации, которое занимается клиентским направлением, — выяснить у заказчиков, что же им на самом деле нужно в этой области.

Наше последнее предложение в плане клиентской виртуализации — реализация поддержки режима Windows XP в среде Windows 7. Такая возможность включена в три выпуска Windows 7: “Профессиональный”, “Корпоративный” и “Максимальный”. Сейчас нам очень важно понять истинную востребованность такого функционала со стороны клиентов.

PC Week: Но в последние два-три года много разговоров ведется о принципиально ином подходе к виртуализации ПК — исполнении клиентских задач на серверной части систем. О том, что получило название Virtual Desktop Infrastructure (VDI). Насколько широко эта идея получила применение на практике, каков ее реальный потенциал?

ДЖ. В.: Да, многие вендоры — как программные, так и аппаратные — заявляют о том, что у них есть решения класса VDI. Но опыт нашей работы с заказчиками говорит о том, что подобные системы в жизни используются в очень незначительной степени. В основном это пилотные проекты, в промышленной эксплуатации таких решений очень немного. Одна из главных причин в том, что VDI-решения в итоге получаются слишком дорогими. Мне кажется, у VDI есть только одно явное преимущество перед распределенными ПК — защита данных за счет их централизованного хранения. Все остальные аспекты в плане достоинств очень спорны, а по цене такой вариант получается точно дороже. Хотя бы потому, что VDI требует дорогих систем хранения данных.

Наш опыт говорит, что VDI могут применять географически распределенные команды разработчиков, но для обычных конечных пользователей такой подход не является оптимальным.

PC Week: Вернемся к серверной виртуализации. Как вы оцениваете конкурентную ситуацию на этом рынке? Ощущаете ли угрозы для себя со

стороны других, помимо VMware, поставщиков, таких как Citrix, Red Hat, Sun?

ДЖ. В.: Перечисленные вами компании все же относятся скорее к категории нишевых игроков на этом рынке. Конечно же главным соперником для нас тут является VMware — нынешний безусловный лидер. Но мы полны решимости со временем занять первую позицию и можем констатировать, что разрыв на рынке быстро сокращается. Вот, например, такой отрадный для нас факт: половина тех, кто применяет средства VMware, одновременно использует и наш Hyper-V. Мы видим очень быстрые темпы принятия рынком наших предложений в этой области. Данный процесс ускорился с выпуском версии Hyper-V 2008 R2, в котором, в частности, реализована функция живой миграции виртуальных машин.

PC Week: А каковы планы развития средств виртуализации Microsoft? Раньше в презентациях сотрудников корпорации почти всегда присутствовал график с дорожной картой продуктов на два-три года вперед. Четко сформулированная стратегия технологического развития — в этом всегда была сильная сторона корпорации. Но прошедшей осенью я обратил внимание на отсутствие подобных слайдов в презентациях Microsoft.

ДЖ. В.: Да, это вы очень точно подметили. Действительно, мы сейчас находимся в такой глубокой фазе планирования, когда говорить о конкретных намерениях еще рано. Нам сейчас нужно хорошо изучить отзывы клиентов, проанализировать опыт применения наших новых продуктов. Только после этого можно будет сформулировать целевые задачи для следующей версии того же Hyper-V и намечать сроки его выпуска. Конечно, у нас уже есть определенные намечки, но обнародовать их пока рано. Однако про одну характеристику нового Hyper-V можно сказать вполне определенно: это решение будет оставаться бесплатным.

PC Week: Спасибо за беседу.

Затягивание...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 11

сроков сертификации, расшивки узких мест. Кстати, по продолжительности сертификации Россия не чемпион на мировом ИБ-рынке — есть страны, где эти процедуры длятся вдвое дольше.

PC Week: Готова ли ваша компания включиться в процесс сертификации на максимально ранних стадиях разработки своих продуктов, еще до его завершения?

Б. Ф.: Это как раз является частью моей задачи. Я хотел бы, чтобы сертификация, подобно процессу локализации, началась как можно раньше по ходу проекта разработки продуктов. В локализации мы добились существенных успехов в этом направлении. Именно поэтому одновременно с английской версией мы выпускаем версии на других наиболее распространенных языках, т. е. о локализации мы думаем с самого первого дня разработки, запускаем ее параллельным процессом. Таким же образом хотелось бы наладить и сертификацию. Сейчас я принимаю на работу людей, которые будут заниматься сертификацией непосредственно в процессе разработки продуктов. Увы, завершить сертификацию в тот же день, когда мы объявляем выход продукта, нереально. Однако хотелось бы максимально сократить отставание и по возможности автоматизировать процесс сертификации.

PC Week: Благодарю за беседу.

Symantec совершенствует дедубликацию

ЛЕВ ЛЕВИН

Корпорация Symantec представила новые версии своих пакетов резервного копирования Backup Exec и NetBackup, предназначенных соответственно для защиты данных в сетях компаний СМБ (средний и малый биз-

РЕЗЕРВНОЕ КОПИРОВАНИЕ

нес) и крупных предприятий. Главным усовершенствованием, реализованным в этих продуктах, являются расширенные возможности применения дедубликации, т. е. сокращения объема резервных копий за счет устранения повторного резервного копирования идентичных наборов данных. В настоящее время многие компании начинают вместо магнитной ленты использовать для резервного копирования жесткие диски, однако стоимость хранения одного 1 Гб резервной копии при этом существенно увеличивается, поэтому растет интерес к технологиям дедубликации, снижающим требования к емкости систем, на которые записываются резервные копии. Хотя Symantec в последние годы уверенно лидирует на рынке ПО резервного копирования, некоторые

аналитики считают, что позиции корпорации за прошедший год ослабли из-за того, что в пакетах конкурентов CommVault Simpana, IBM Tivoli Storage Manager (TSM) и CA ARCserve Backup используются более мощные средства дедубликации.

Backup Exec 2010 поддерживает дедубликацию как на стороне источника данных, так и на медиасerverе (сервер, управляющий записью резервных копий на носители данных). Первый вариант удобен тем, что снижает объем резервных копий, передаваемых по сети, однако он создает дополнительную нагрузку на процессоры клиентской машины, которые должны искать дубликаты данных. Во втором варианте задача поиска дубликатов перекладывается на медиасerver, но больше загружает сеть и требует дополнительной емкости сервера для временного хранения резервных копий, среди которых ведется поиск. Кроме того, Backup Exec 2010 совместим со специальными приставками для аппаратно реализуемой дедубликации, выпускаемыми третьими фирмами. Этот вариант позволяет сократить сетевой трафик, связан-

ный с передачей резервных копий, и не создает дополнительную нагрузку на мощные клиентской машины, но он дороже дедубликации, реализуемой на уровне ПО.

Помимо расширенных функций дедубликации для пользователей Backup Exec 2010 предлагается новая опция архивирования в специальном хранилище редко запрашиваемых данных в соответствии с заданными пользователем правилами на основе технологий, применяемых Symantec в ее продукте Enterprise Vault (однако без возможности полной версии Enterprise Vault по поиску в архиве и его индексации), и гранулярное резервное копирование (Granular Recovery Technology) виртуальных серверов VMware и Microsoft Hyper-V. Гранулярное резервное копирование позволяет по резервной копии всей машины восстанавливать отдельные объекты без восстановления содержимого всей копии. Поддержка этой технологии для обслуживания виртуальных серверов была реализована в NetBackup 6.5, а предыдущая версия Backup Exec 11d поддерживала ее только для физических серверов.

В NetBackup 7 в дополнение к функции дедубликации на стороне медиа-сервера, реализованной в предыдущей версии пакета, теперь предлагаются дедубликация на стороне источника данных, непрерывная защита данных на основе репликации и усовершенствованные процедуры резервного копирования виртуальных серверов, включая специальную программу-мастер для восстановления виртуальной машины, которая позволяет пользователю сделать выбор между восстановлением отдельных файлов, всей виртуальной машины или всех виртуальных машин, установленных на физическом сервере. Symantec представила также функцию VMware Block Optimization для резервного копирования виртуальных машин с помощью NetBackup 7. Эта функция создает единый образ виртуальной машины и снабжает специальными метками ее неиспользуемые блоки, которые можно исключить из резервного копирования, что повышает скорость резервного копирования на величину до 20%.

В США NetBackup 7 в начальной конфигурации (Enterprise Server и пять клиентских лицензий) стоит около 8 тыс. долл. Цена Backup Exec 2010 начинается от 1174 долл. за лицензию на медиасerver; с функцией дедубликации пакет стоит от 2708 долл., а с опцией архивирования — от 3888 долл.

Acronis Backup & Recovery выходит в Enterprise-сегмент

ВЛАДИМИР МИТИН

Aflex Software, официальный представитель Acronis в России и СНГ, объявила о выходе на отечественный рынок Acronis Backup & Recovery 10 (ABR 10) — семейства продуктов для резервного копирования и аварийного восстановления

ИНФРАСТРУКТУРНОЕ ПО

данных в физических и виртуальных средах. Оно пришло на смену семейству Acronis True Image Echo (ATI Echo). По словам директора по продажам Aflex Software Артема Хазова, если семейство ATI Echo было ориентировано на использование преимущественно в сегменте СМБ, т. е. на предприятиях, имеющих не более 100 автоматизированных рабочих мест, то линейка ABR 10 может применяться и в секторе Enterprise, т. е. в организациях, насчитывающих многие тысячи компьютеров. При этом, как утверждают разработчики, как и прежде, в основу новой линейки заложена фирменная технология создания образов дисков и восстановления их на “голое железо”.

Продукты новой корпоративной линейки обеспечивают резервное копирование и восстановление серверов и рабочих станций, работающих под управлением ОС Microsoft или Linux, до полностью работоспособного состояния после любых программных сбоев. При этом восстановить можно как целиком содержимое жесткого диска, включая операционную систему, приложения, настройки и пользовательские данные, так и отдельно выбранные файлы и папки.

Разработчики также утверждают, что решения семейства ABR 10 поддерживают работу с системами виртуализации VMware, Microsoft, Citrix и Parallels. Эти решения включают в себя новый серверный агент резервного копирования виртуальных машин, позволяющий создавать и разрезать резервные копии в рабочем режиме через API-интерфейсы VMware vSphere и Microsoft Hyper-V без установки клиента на каждой виртуальной машине.

“Расширение области применения средств резервного копирования Acronis потребовало не только переписывания примерно 60% кода соответствующих программных продуктов, но и расширения самой линейки, — говорит менеджер по продажам Aflex Software Дмитрий Шерстнев. — Если в семействе ATI Echo было пять основных продуктов и один дополнительный (своего рода опция), то в семействе ABR 10 количество основных продуктов увеличено до семи, а дополнительных — до двух”.



Артем Хазов: “Теперь решения Acronis могут применяться в сегменте Enterprise”

Пользователи продуктов семейства ATI Echo, у которых ещё не истек срок действия годовой подписки на пакет технической поддержки, могут перейти на аналогичный по функциональности продукт линейки ABR 10 бесплатно. Остальные же владельцы легальных копий продуктов ATI Echo могут приобрести решения ABR 10 со скидкой. Продукты из линейки Acronis Backup & Recovery 10 лицензируются по количеству агентов, будь то рабочие станции, ноутбуки или серверы.

Acronis представила и новый продукт для домашних пользователей под названием Acronis True Image Home 2010 (ATI Home 2010), он поддерживает ОС Windows 7 и идет на смену решению ATI Home 2009. Популярности данных продуктов способствует их невысокая цена, установившаяся в нашей стране на уровне примерно 500 руб. за “коробочный” или “онлайнный” экземпляр. За рубежом эти продукты продаются дороже — в США примерно за 50 долл., а в Европе — за 50 евро. “Скорее всего, мы повысим цену, — сказал Артем Хазов. — Но до какого уровня, ещё не решено”.

Среди основных достоинств новинки Дмитрий Шерстнев называет более высокую надежность работы и возможность расширения функциональности за счет дополнительных опций, предлагаемых за отдельную плату. В ATI Home 2009 возможность расширения функций за счет подключения дополнительных модулей не предусматривалась.

Предприятия хотят управлять виртуальными средами

ДЖЕФФРИ БЕРТ

Когда Стивен Эллиот, вице-президент отдела управления и автоматизации инфраструктуры в СА, обсуждает с руководителями ИТ-подразделений различных компаний вопросы виртуализации ЦОДов, в разговорах все чаще затрагиваются проблемы

ИССЛЕДОВАНИЯ

управления, снижения риска, методологии и контроля. Приступая к виртуализации и руководствуясь при этом совокупностью классических причин (к ним относятся сокращение капитальных и текущих затрат), руководители в первую очередь обращают внимание на управление виртуальными средами, отмечает Эллиот.

Недавнее исследование, проведенное институтом ИТ-процессов, которое финансировали корпорация СА и крупнейший производитель продуктов для виртуализации VMware, подтверждает впечатление, сложившееся у Эллиота и других сотрудников СА.

“Важнейший вывод исследования, приятно удививший нас, заключается в том, что в настоящее время клиенты заранее задумываются о необходимости управлять своими виртуальными инфраструктурами, — заявил Эллиот в интервью. — Внедрение инноваций в ЦОДах не означает, что отпадает необходимость в управлении”.

Исследование, в котором обработаны данные о 323 ИТ-подразделениях в Северной Америке, указывает на риски, связанные с виртуализацией серверов, начиная с беспорядочного роста числа виртуальных машин и появления единой точки отказа и заканчивая проблемами, связанными со сложностью и конфигурированием системы, соблюдением нормативных требований и распределением вычислительной мощности.

Как констатирует исследование, 72% опрошенных виртуализируют производственные серверы, а 58% из них на какое-то время приостанавливали переход к виртуальной инфраструктуре, чтобы усовершенствовать операционные процедуры. Кроме того, 64% опрошенных сообщили, что они не сталкиваются с проблемами при виртуализации серверов, выполняющих важнейшие бизнес-функции.

В отчете даются рекомендации по снижению рисков в зависимости от степени зрелости виртуальной среды. Это приобретает растущее значение по мере того, как компании быстро переходят от использования виртуализации для тестирования и разработки приложений к переносу рабочих процессов в виртуальные среды, сказал Эллиот.

С ним согласен Шикар Айяр, вице-президент VMware по сотрудничеству в области инфраструктуры. “Результаты исследования подтверждают то, что говорят нам наши клиенты, которые считают, что, для того чтобы получить максимальный эффект от использования технологии виртуализации VMware, необходимы мощные инструменты управления и автоматизации”, — заявил Айяр.

Для тех предприятий, которые используют виртуализацию для консолидации серверов и перенесения основных бизнес-систем в виртуальную среду, в исследовании выделяется 11 управленческих приемов, в том числе “горячий доступ”, управление конфигурацией и выделением ресурсов, распределение виртуальных машин между пользователями.

Если компании перешли на следующий уровень и хотят использовать виртуализацию для обеспечения высокой доступности и восстановления после катастрофы, им следует воспользоваться такими управленческими приемами, как стандартизация настроек, выделение пользователям виртуальных машин в комплекте с их утвержденными образами и применение стратегии “доверяй, но проверяй” при использовании настроек и внесении в них изменений, говорится в исследовании.

Наконец, тем организациям, которые хотят более динамично управлять ресурсами, исследование рекомендует обратить внимание на экспликацию настроек, согласование и отслеживание вносимых изменений, управление вычислительной мощностью и производительностью, расширение автоматизации.

По словам Эллиота, руководители ИТ-подразделений понимают, что нужно расширять возможности управления, и обращаются за помощью к наиболее авторитетным компаниям, таким как СА, BMC Software и другие.

Спутниковый контроль за автопарком

МАКСИМ БУКИН

Рынок “электронных абонентов” у операторов связи обычно не на виду: большинство контрактов там организуется на уровне B2B, а о крупных внедрениях интеграторы и провайдеры телекоммуникационных услуг предпочитают отдельно не рассказывать, чтобы не вести дополнительные “бои” с конкурентами за однажды найденных клиентов. Между тем, кроме банкоматов, телеметрических устройств, передающих данные по беспроводной сети (у операторов все они входят в сегмент “электронных абонентов”), рынок отслеживания транспортных средств в режиме реального времени с помощью спутниковой навигации достиг вполне весомых показателей. По мнению игроков рынка, число автомобилей корпоративных клиентов, оснащенных ГЛОНАСС/GPS-трекерами, несмотря на финансовый кризис, к концу этого года достигнет 98—100 тыс. ед. При этом ежегодный рост рынка в будущем будет приближаться к 40%, а средняя цена оборудования одной единицы транспорта системой мониторинга — около 20—23 тыс. руб. Несмотря на то что такие проекты начали развиваться еще пять лет назад, особенно бурное увеличение числа клиентов отмечается в последнее время.

Конфигурация рынка

Современная система мониторинга в основном делится на три части, считает Евгений Белянко, главный конструктор “М2М Телематика”. Во-первых, это телематический терминал с базовым функционалом — он определяет координаты объекта и параметры его движения. Как известно, GPS-мониторинг работает “на стыке” двух технологий — глобального позиционирования и беспроводной передачи данных (часто — по каналам сотовой связи). Существуют как моноблочные устройства (так называемый GPS-трекер — портативный GPS-приемник, объединенный с модулем GSM/GPRS), так и различные “связки” из GPS-приемника и телефона, а также GPS-приемника, встроенные в смартфон или коммуникатор. Координаты, определяемые приемником, с определенной периодичностью отсылаются по SMS либо GPRS в АСУ компании. Это дает возможность отслеживать перемещение объекта на электронной карте в режиме реального времени. В некоторых моделях трекеров имеется микрофон и возможность односторонней звуковой связи (такие решения часто применяются корпоративными пользователями), а также “тревожная кнопка” для немедленной передачи координат по SMS на заранее запрограммированные номера телефонов. Во-вторых, набор датчиков, выбор которых определяет заказчик, — обычно может контролироваться до 12 различных параметров тех же автомобилей, они подключаются через специальные входы или шлюз к самому терминалу. В-третьих, терминал может иметь интеллектуальную шину расширения, позволяющую подключать к системе мониторинга значительное число дополнительных устройств и интеллектуальных датчиков. “Несмотря на то что число датчиков и их набор могут быть различными, — рассказал г-н Белянко, — мы обычно рекомендуем клиентам выбирать одну и ту же модель базового блока системы для всего проекта, что позволяет

развивать систему после развертывания, проводить дооснащение транспортных средств датчиками и обеспечивает защиту инвестиций”.

Наиболее восприимчивы к GPS-трекингу, даже в условиях кризиса, транспортные компании (пассажирские и грузовые перевозки, автобусы — дальние для транспортировки легковых автомобилей), финансово-кредитные учреждения (инкассаторские броневики) и службы ЖКХ (дорожная техника). Кроме того, специфические проекты развиваются органами правопорядка и муниципальной власти (в основном специальный и общественный транспорт). В базовом варианте GPS-мониторинг в данном случае выполняет не только функции контроля, но и помогает сокращать эксплуатационные расходы. “Самой востребованной “связкой” на корпоративном рынке является GPS-трекер и датчик топлива, — отметил Александр Патров, генеральный директор GlobalSat Russia, — в среднем внедрение системы контроля местоположения, где конечным оборудованием выступает указанная “связка” оборудования, приводит к экономии до половины расходов на горюче-смазочные материалы: 30% за счет предотвращения его сливов и 20% за счет оптимизации движения транспорта и сокращения его пробега”.

Однако это далеко не единственный вариант получения информации. К примеру, с помощью решения BN-City можно организовать не только непрерывный контроль движения транспортного средства по маршруту, но и широкие возможности контроля оборудования — от частоты подъема кузова, выдвижения стрелы автокрана до включения таксометра, срабатывания штатной сигнализации, отключения аккумуляторной батареи, нажатия тревожной кнопки и т. д. Причем все действия можно привязать к контролю времени и места погрузки/выгрузки, начала/окончания движения, к периодам работы спецтехники, к графику посадки/высадки пассажиров, к нарушению условий аренды автомобиля (к примеру, выезд за ограниченную территорию, превышение пробега или ДТП).

Есть и отдельные системы, нацеленные в основном на безопасность транспорта, они разработаны с учетом российской специфики угонов, разбойных нападений и грабежей. Наиболее типичный представитель — продукты серии F-Line (Finder, Escort и Premium), которые представляют собой противоугонные комплекты, контролирующие значительную часть систем автомобиля, что дает возможность оператору системы предпринять какие-то оперативные действия при попытке угона, кроме банального звонка в правоохранительные органы. Спектр возможностей широк — от блокировки двигателя в дистанционном режиме до закрытия дверей и активации sireны автомобиля. Эти же системы позволяют мгновенно оповещать диспетчерский центр о нештатной ситуации при помощи скрыто установленной “тревожной кнопки” в режиме “паника”, создавать для техники зоны рабочих объектов и маршруты передвижения между ними и т. д.

Нужно сказать, что эффективность работы системы и полнота использования собираемых данных во многом зависят от квалификации заказчика — часто системы GPS-мониторинга внедряются “пото-

му, что надо” — данные в АСУ собираются формально и никак не используются. “Многие учатся работать по “бразильской системе”, — уверен Евгений Белянко, — т. е. на собственном опыте. Хорошо, если по мере получения такого опыта возникают все новые задачи и требования, которым система благодаря её расширяемости может успешно соответствовать”.

Кстати, одна из интересных тенденций 2009 г. — тотальный переход предприятий госсектора и муниципальных служб на навигацию с помощью ГЛОНАСС. Как утверждает Александр Патров, эта тенденция наблюдается уже четыре квартала, причем последний контракт на GPS-трекинг у компании был больше полугода назад. А “рынок ГЛОНАСС-оборудования — совершенно отдельный, со своими правилами игры, своими специфическими поставщиками”, — отметил он. Кроме того, большинство проектов внедрения систем для госсектора, независимо от того, есть там ГЛОНАСС или нет, напоминают полноценные научно-технические разработки — формально там требуются интегрированные решения (не только “железо”, но и “обвязка” — специальное ПО для управления, серверная часть и т. п.). Причем эффективность внедрения таких решений под вопросом, а сами проекты стартуют на основе тендеров, схемы принятия решения по которым несколько отличаются от принятых на коммерческом рынке.

На рынке в настоящий момент можно найти навигационно-информационные системы мониторинга и управления для разных спецпотребителей. К примеру, для транспортных средств ЖКХ, выездных бригад скорой и неотложной медицинской помощи, нарядов органов внутренних дел субъектов РФ. Можно контролировать перевозки особо опасных грузов, управлять транспортом региональных и местных структур МЧС. Именно за счет таких решений доля терминалов с поддержкой ГЛОНАСС непрерывно растет — по данным аналитиков, сейчас в России уже порядка 30 тыс. инсталляций систем мониторинга, использующих сигнал именно этой спутниковой группировки. Кроме административного ресурса потенциал роста определяет тот факт, что на рынке уже есть минимальный набор оборудования для телематических систем на базе ГЛОНАСС.

Технические особенности работы

Чаще всего аппаратно-программный комплекс системы GPS-мониторинга строится на базе телематической платформы, серверного и клиентского ПО, абонентского оборудования с использованием связи. Абонентские терминалы, применяемые в системах мониторинга и управления транспортом, представляют собой две большие группы устройств: с одной стороны, это серийно производимые профессиональные приборы, с другой — самосборные комплекты. Наиболее часто приобретаются такие производимые серийно модели, как M2M-Cyber (GX, GLX), BN-City (GT, GT New, LS), Portman (GT2000, GT2100, GT8300), SureLinx 8100, eTrac, BigWatcher, GenLock-31, FM-3101, IntelliTrack (X1, X8), SPT100, Condor, оборудование разработчики КБ РЭТ, Omega, “Геликс-2”, BIN-02, TrimTrack Pro. “Самосборы” не имеют, в основном, торговых марок и монтируются на базе GPS-навигаторов и мобильных терминалов разных моделей.

Типичная стоимость серийных устройств — в районе 7—8 тыс. руб., “самосборов” — в два раза меньше. Разумеется, и производители, и крупные интеграторы относятся к “самосборам” негативно. “Нужно понимать, что система мониторинга работает 24 ч в сутки, в различных климатических условиях. Думаю, что применение самосборных решений — это лучший способ потерять инвестиции”, — считает Евгений Белянко.

Каналом передачи данных для системы GPS-мониторинга может выступать спутниковая связь Inmarsat, УКВ-связь, SMS или GPRS. Наиболее распространенным является последний, поскольку этот протокол позволяет передавать более информативные данные и поддерживается практически повсеместно. К тому же трафик, который создают системы GPS-мониторинга, обычно небольшой (10—15 Мб с единицы транспорта в месяц), поэтому применение более мощных протоколов передачи данных (3G или WiMAX) и дорогого оконечного оборудования просто нецелесообразно. Кроме того, используя тарифные модификаторы, можно сократить расходы на трафик от одной единицы транспорта до 3—5 долл./мес.

В качестве дополнительного оборудования могут выступать датчики уровня жидкости, температурные датчики, зуммеры для водителя, тревожные кнопки, системы голосовой связи, информационные дисплеи, системы видеонаблюдения, акселерометры, измерители оборотов двигателя и т. д. Их стоимость — от 2—5 до 15—18 тыс. руб. без цены установки.

В целом рынок корпоративных клиентов готов потреблять и интегрированные решения, и абонентские комплекты для GPS-мониторинга, но вопрос цены, особенно в кризис, является приоритетным. Часто заказчики предпочитают абсолютно нелогичные решения только из-за того, что они дешевле, а иногда требуемая цена решения настолько низкая, что предложить работоспособный вариант просто невозможно. Яркий пример привел Александр Патров: “Не так давно мы сотрудничали с одной омской компанией — оператором такси. Так вот они умудрились найти у себя в Омске подрядчика, который всего за 15 тыс. руб. написал им ПО для телефонов, которое позволило отслеживать местоположение каждой единицы их транспорта. В итоге они закупили у нас только внешние GPS-приемники с поддержкой Bluetooth и остановились на “связке” GPS-приемник и самый обычный телефон, который у них работал в режиме мобильного модема”.

Недорогая альтернатива

Услуги определения местоположения предлагаются и операторами мобильной связи, и напрямую для корпоративных клиентов, правда, развит этот сегмент деятельности непропорционально. К примеру, “ВымпелКом” и “Скай Линк” сервисами LBS не особенно занимаются, а активно развивают это направление МТС и “МегаФон”. С помощью сторонних поставщиков, разумеется. Главное, что для использования LBS со стороны клиента не требуется установка, настройки и запуск дополнительных программ и покупки устройств, — стоимость входного билета невелика.

Одно из самых сильных LBS-решений — портал “МТС-Поиск”, где всё сгруппировано по принципу “всё в одном”. Услуги разбиты на четыре основные части, но для корпоративных клиентов

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 16 ▶



Абонентский терминал ГЛОНАСС/GPS с функцией мобильного модема с передачей данных по GPRS-каналу



Диалоговое устройство для взаимодействия водителя транспортного средства и диспетчера



Скрытно устанавливаемая кнопка для подачи водителем тревожного сигнала в диспетчерский центр



Компактная видеокамера для установки в салоне или кузове автомобиля. Предназначается для передачи фотографий (640×480 точек) в диспетчерский центр по событию, с определенной периодичностью или по запросу

Gartner о рынке хранилищ данных

ЕЛЕНА ГОРЕТКИНА

Несмотря на экономический кризис, спрос на хранилища данных продолжал расти и в 2009 г., утверждает аналитическая компания Gartner в исследовании, оформленном в виде магического квадранта. Об этом свидетельствует более чем 10%-ный рост всего рынка СУБД, частью которого является сегмент хранилищ данных (отдельную оценку этого сегмента Gartner не приводит, так как поставщикам трудно разделить доходы, получаемые от СУБД и хранилищ данных).

ОБЗОРЫ

Тенденции рынка

К системам для организации хранилищ данных Gartner относит СУБД, которые не только поддерживают реляционную модель, но и обеспечивают передачу информации независимым пользовательским приложениям, а также включают механизмы, позволяющие справляться с высокой вычислительной нагрузкой и управлять параметрами доступа пользователей к данным. Что касается самого хранилища, то это — база данных, которая объединяет два или более источников данных в интегрированный, меняющийся во времени репозиторий.

Передовиками рынка хранилищ традиционно являются поставщики мощных СУБД. По результатам деятельности и полноте решений Gartner делит вендоров на четыре группы: лидеры, преследователи, провидцы и нишевые игроки. При этом аналитики включают в свое исследование игроков, удовлетворяющих довольно строгим критериям по технологиям и бизнесу.

Если сравнить магические квадранты за последние четыре года, то можно заметить, что за это время число участников выросло с 10 до 18, одновременно возросло и количество лидеров: если в 2006-м в эту группу входили только Teradata, IBM и Oracle, то потом к ним добавилась Microsoft, затем Netezza, а теперь еще и Sybase. Из изменений 2009-го следует отметить, что Netezza обошла Microsoft, и в исследовании появились три новичка: ParAccel, Infobright и Aster Data. Все эти перемены — следствие роста рынка хранилищ данных и повышения его зрелости.

Традиционные игроки продолжают совершенствовать свои решения и предлагать новые, например IBM выпустила Smart Analytics, Oracle — Exadata, а Microsoft анонсировала SQL Server 2008 R2 Parallel Data Warehouse (результат поглощения DATAllegro). Бессменный лидер магического квадранта Teradata выделяется на общем фоне своей сфокусированностью на хранилищах данных. Gartner отмечает такую возможность ее продуктов, как способность справляться с высокой нагрузкой без снижения производительности.

В 2009-м ведущие игроки значительно усилили внимание к услугам поддержки хранилищ. Одни купили для этого консалтинговые компании, а другие занялись выработкой стандартов для использования передового опыта. Чтобы не отстать от передовиков, остальные игроки привлекают партнеров для внедрения и поддержки.

Одну из причин подъема рынка аналитики связывают с тем, что в последнее время предприятия, которые раньше не использовали информационные хранилища, начинают их применять в основном для поддержки витрин данных (data mart). Кроме того, для привлечения новых клиентов и расширения продаж поставщики в прошлом

году выпустили недорогие решения начального уровня (например, Greenplum предлагает Single-Node Edition, Sun-Oracle — Database Machine, а Teradata — платформу 551). Предприятия обычно используют их для создания витрин данных, популярность которых сильно выросла в 2009-м. Спросу способствует и появление программно-аппаратных решений для организации хранилищ, которые теперь предлагают многие ведущие игроки этого рынка наряду с чисто программными системами.

Технологические тенденции

Хранилища данных развивались эволюционно и превратились из платформ для традиционной бизнес-аналитики в инфраструктурное решение для поддержки самых разных аналитических систем и средств управления эффективностью предприятия. В результате нагрузка на информационные хранилища растет, а ее характер становится все более разнообразным. К тому же сейчас большинство используемых хранилищ служат для выполнения критически важных заданий, от которых зависит бизнес предприятия. Однако по данным опроса, около 70% клиентов отмечают недостаток производительности хранилищ данных. Для решения этой проблемы поставщики предлагают новые технологии и подходы.

Аналитики выделили ряд тенденций, определявших развитие хранилищ данных в прошлом году. Одна из них — требование со стороны клиентов к повышению производительности и оптимизации. Для ее решения в 2009-м многие предприятия стали использовать две копии хранилища для различной вычислительной нагрузки, например одну копию для выполнения операционных задач, а вторую — стратегических. Но для реализации такого подхода необходимыми средствами быстрого копирования данных между копиями, выполнения краткосрочной сегментации базы и управления этим процессом. Поставщики предлагают такие технологии.

Для оптимизации работы хранилища практически все вендоры поставляют средства управления оборудованием (системами ввода/вывода, памятью и балансировки взаимодействия ЦП и ОЗУ). Кроме того, недавно IBM, Netezza, Oracle, Sybase и Teradata предложили дополнительные возможности, а новички, стараясь не отставать, тоже фокусируются на оптимизации.

За последние пару лет резко вырос спрос на аппаратно-программные решения для хранилищ данных. Хотя сама по себе эта концепция не нова, бум здесь начался лишь недавно. Примерно половина участников магического квадранта уже предлагают такие решения. Главная причина их популярности — простота внедрения и возможность получить услуги поддержки софта и «железа» от одного вендора.

Проблема смешанной вычислительной нагрузки сильно беспокоит пользователей. Если раньше главные задачи хранилищ заключались в обработке запросов и составлении отчетов, то теперь они также выполняют много других заданий (Gartner разделила их на шесть типов), что требует дополнительного внимания к инфраструктуре, на которой работает хранилище. По мнению аналитиков, снижение производительности из-за смешанной нагрузки будет оставаться проблемой номер один по крайней мере до 2012 г.

В связи с увеличением числа и разнообразия приложений хранилищ данных быстрыми темпами растет популярность витрин данных. Согласно определению Gartner, это — аналитический репозиторий,

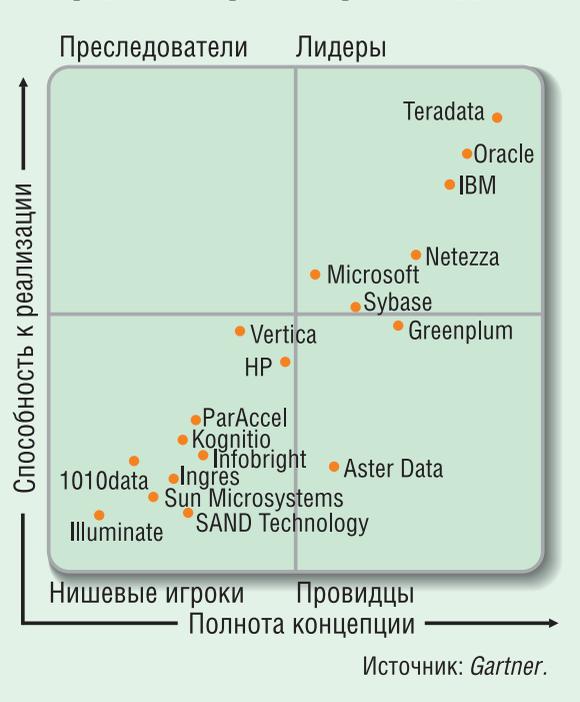
полнительные средства для решения этих проблем.

Расширяется и число моделей бизнеса, которые применяют поставщики хранилищ. Некоторые из них (например, 1010data и Kognitio) уже давно предлагают управляемые услуги доступа к хранилищам (managed service), а недавно на рынке появились услуги SaaS (Software-as-a-Service), предназначенные для небольших предприятий, которым не карману собственное хранилище. Продолжается внедрение хранилищ на базе СУБД с открытым кодом, однако в основном такие проекты являются экспериментальными, их число невелико, а размеры хранилищ небольшие. Тем не менее некоторые поставщики предлагают такие решения, например Greenplum продвигает коммерческое ПО на основе СУБД PostgreSQL, а Ingres открыла доступ к коду своей СУБД. И наконец, растет интерес к «хранилищам в облаках». Решения, оптимизированные для работы в облаке, уже поставляют некоторые игроки, включая Greenplum, Aster Data и Vertica. Однако пользователи не торопятся их применять из-за проблем с безопасностью и обеспечением гарантированного времени доступа к данным. Как полагает Gartner, широкое использование хранилищ в облаках начнется раньше, чем через 2–5 лет.

Победит тот, кто выделится

Несмотря на рост рынка хранилищ, конкуренция на нем растет, и в 2010-м, по прогнозу Gartner, еще больше усилится. Чтобы укрепить положение и расширить рыночную долю, поставщикам необходимо дифференцировать свои решения, например на основе вертикальной или горизонтальной экспертизы, стратегии работы с каналом, условий поддержки клиентов, применения альтернативных способов поставки (таких как облачные технологии), открытия доступа к исходному коду. Когда вендоры определят свои позиции, начнется «финальная битва за титул чемпиона». По прогнозу Gartner, это произойдет примерно в конце 2013 г.

Распределение рынка хранилищ данных



Источник: Gartner.

созданный для определенного приложения и, как правило, для небольшой группы пользователей. Одна из причин роста спроса на витрины состоит в необходимости снизить нагрузку на корпоративное хранилище со стороны аналитических приложений за счет использования специализированных СУБД с хранением данных по столбцам (column-oriented). Такие продукты предлагает компания ParAccel, SAND, Sybase и Vertica.

Пару лет назад началось использование распределенных хранилищ данных. К 2009-му первопроходцы накопили опыт и стали сообщать о проблемах такого подхода, связанных с недостатком пропускной способности каналов связи, сложностью администрирования разрозненной среды и трудностью интеграции данных. В этом году поставщики собираются реализовать в своих продуктах до-

Спутниковый...

ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 15

подойдет раздел «Мой бизнес» с сервисом «Мобильные сотрудники» — с его помощью можно полностью контролировать перемещение персонала (к примеру, курьеров или экспедиторов) во время рабочего дня. Это можно делать с определенным интервалом или по заданному графику (например, с 9:00 до 18:00 каждый час только в будние дни).

Подход «МегаФон-Москва» несколько другой — в разделе «Мобильное позиционирование» на сайте компании мы можем увидеть пять совершенно отдельных проектов, выполненных силами различных разработчиков. Для корпоративных клиентов подойдет WebLocator — полноценное ПО, с помощью которого можно оперативно получать информацию о передвижении сотрудников и, самое главное, автотранспорта. Отметим, что такие системы представляют собой вполне интересные решения для отслеживания грузов, предлагая услуги зонирования и контроля путевых точек, опроса многочисленных датчиков (например, сохранности пломб, температуры и влажности внутри контейнера с грузом). Стоит вспомнить и проект «Навигатор», ко-

торый изначально учитывал потребности и типовые профили потребления как корпоративных, так и частных клиентов. С недавнего времени сервис стал работать по всей России, т. е. «отследить» можно абонента «МегаФона» из любого региона. К тому же это и путеводитель по городу — он демонстрирует ближайшие к пользователю объекты городской инфраструктуры.

У каждой системы есть и свои специфические особенности. Так, в «Навигаторе» присутствует режим «Эксклюзивное позиционирование» — его включение будет означать, что координаты конкретного абонента сможет определять только один инициатор запроса и больше никто. При этом, конечно, искомый абонент должен дать на это свое разрешение, отправив ответ на SMS-запрос системы. А в «Локаторе» предусмотрена весьма тесная связь с сервисом «Яндекс.Пробки». В данном случае МТС отвечает за определение местоположения пользователя, а «Яндекс.Пробки» указывает проходимость близлежащих дорог на карте. В остальном функционал сервисов примерно одинаковый — определение координат абонентов индивидуально или в группах, демонстрация их положения на карте за определенный период времени.

Управление ИТ-активами: мифы и реалии

МИХАИЛ ТОБУРДАНОВСКИЙ

Подавляющее большинство российских предприятий уже прошли этап первоначального построения ИТ-инфраструктуры, а значит, располагают значительными ИТ-активами, которыми, как и любыми другими, нужно управлять, желая эффективно. Реализуется такое управление с помощью набора взаимосвязанных процессов, нацеленных на решение относящихся к ИТ-активам вопросов учета, финансового контроля и исполнения контрактных обязательств на протяжении всего жизненного цикла принадлежащих к ИТ-активам элементов — от их закупки до вывода из эксплуатации. В каждой конкретной организации, как правило, внедряется свой набор процессов для управления ИТ-активами, но среди них можно выделить ряд наиболее важных и традиционно реализуемых: управление контрактами; управление закупками; управление инсталляцией, перемещением и изменениями (install-move-add-change, IMAC), а также вывод из эксплуатации.

В принципе, хорошо известно, что предприятие выигрывает в случае грамотного организованного управления ИТ-активами. Прежде всего — это избавление от хаоса в учете элементов ИТ-инфраструктуры: уже на этапе внедрения процедур учета (технического отслеживания) ИТ-активов вырисовывается четкая картина, где находятся те или иные активы и кто за них отвечает. Организация финансового отслеживания элементов ИТ-инфраструктуры позволяет выяснить, во что реально обходится владение теми или иными ИТ-активами, т. е. рассчитать для них показатель TCO. Кроме того, имея доступ к подобной информации в режиме реального времени, ИТ-руководитель получает возможность для принятия обоснованных управленческих решений — например, для оценки необходимых инвестиций в ИТ и стоимости конкретных ИТ-проектов.

Вместе с тем в ходе обсуждения возможностей и средств организации управления ИТ-активами с потенциальными заказчиками нередко возникают самые разные вопросы, требующие пояснения. На некоторые из них мы постарались ответить в данной статье.

1. Зачем нам управление ИТ-активами, если есть проверенные временем ITSM и ITIL?

Библиотеки ITIL и ITSM отражают накопленный международным ИТ-сообществом опыт в управлении ИТ-услугами, включая реализа-

цию функций учета и финансового контроля (и не только). Собственно, для этого ITIL и разрабатывался. Управление ИТ-активами — это иное. Оно имеет отношение непосредственно к элементам используемой на предприятии



Традиционные процессы управления ИТ-активами

ИТ-инфраструктуры (в классическом варианте под элементами ИТ-инфраструктуры с точки зрения управления ИТ-активами понимается аппаратное и программное обеспечение, которое может быть задействовано для разных целей, в том числе и для предоставления ИТ-услуг). К сожалению, в ITIL и ITSM вопросы учета аппаратного и программного обеспечения в течение всего жизненного цикла и соответствующего финансового контроля за использованием такого рода ресурсов не освещены.

2. В ITIL v.3 описан процесс управления конфигурациями и сервисными активами, который работает как раз на уровне элементов ИТ-инфраструктуры. Разве нельзя использовать его для управления ИТ-активами?

Процесс управления конфигурациями и сервисными активами охватывает лишь те элементы, которые задействованы в разработке, эксплуатации и предоставлении ИТ-услуг. Такие элементы не всегда являются ИТ-активами, и, наоборот, не все ИТ-активы используются для указанных целей и в таком случае оказываются вне процесса управления. Об этом прямо говорится в ITIL v.3*. То есть указанный про-

* "SACM may cover non-IT assets, work products used to develop the services and configuration items required to support the Service that are not formally classified as assets". ITIL v.3, Service Transition.

цесс обеспечивает учет лишь части элементов ИТ-инфраструктуры и только в разрезе жизненного цикла ИТ-услуг. Как закупать аппаратное и программное обеспечение? Как связывать с ним контракты? Как отслеживать затраты на приобретение и эксплуатацию аппаратного и программного обеспечения? Все эти вопросы остаются открытыми.

3. У нас уже реализован процесс управления конфигурациями, и мы считаем, что управление ИТ-активами нам ни к чему. Зачем нам два схожих процесса?

Действительно, процессы управления ИТ-активами и конфигурациями во многом схожи, что нередко порождает заблуждение об их идентичности. На самом деле они предполагают учет элементов ИТ-инфраструктуры в разных разрезах (см. таблицу): в управлении конфигурациями элементы учитываются с точки зрения реализуемой с их помощью функциональности и их влияния на предоставление ИТ-услуг; в управлении ИТ-активами контролируются стоимостные характеристики элементов, а также их влияние на стоимость других элементов и системы в целом (например, влияние стоимости картриджа на совокупную стоимость владения принтером за определенный финансовый период).

4. У нас уже реализован процесс управления конфигурациями. Как это может упростить внедрение управления ИТ-активами?

В таком случае можно существенно оптимизировать сроки и стоимость внедрения управления ИТ-активами, особенно на первом этапе — при организации учета ИТ-активов.

Во-первых, за счет заимствования данных из имеющейся CMDB можно значительно сократить время создания и первичного наполнения базы данных ИТ-активов. Во-вторых, можно воспользоваться уже существующей маркировкой элементов ИТ-инфраструктуры, а также имеющимися на предприятии инструментами и процедурами маркировки. Соответственно снизятся затраты на приобретение необходимого оборудования и обучение персонала.

В-третьих, можно использовать уже имеющиеся средства автоматического обнаружения элементов инфраструктуры, что опять же позволит сократить затраты на проект. В-четвертых, при внедрении управления ИТ-активами, вероятно, удастся избежать сопротивления персонала, так как некоторые процедуры управления конфигурациями идентичны процедурам учета ИТ-активов (иногда их даже объединяют). Это ускорит выполнение проекта.

Автор статьи — ведущий консультант компании "Инлайн Групп".

В чем разница между управлением конфигурациями и техническим отслеживанием ИТ-активов

УПРАВЛЕНИЕ КОНФИГУРАЦИЯМИ	ТЕХНИЧЕСКОЕ ОТСЛЕЖИВАНИЕ ИТ-АКТИВОВ
Элементы ИТ-инфраструктуры учитываются с точки зрения их использования для разработки, поддержки и предоставления ИТ-услуг	Элементы ИТ-инфраструктуры учитываются с точки зрения финансового контроля за их использованием
Связи между элементами контролируются с целью обеспечения необходимых функциональных параметров системы (например, доступности ИТ-услуги)	Связи между элементами учитываются с целью оценки интегральных стоимостных характеристик системы (например, для расчета TCO)
Жизненный цикл элементов, как правило, начинается с их поставки на склад или даже с установки по месту эксплуатации	Жизненный цикл элементов, как правило, начинается с закупки
Интеграция процесса с бухгалтерским учетом, как правило, не требуется	Требуется достаточно тесная увязка процесса с бухгалтерским учетом (на уровне интерфейсов между процессами и системами автоматизации)
Учета связей с контрактами на поставку, номерами договоров, партиями поставки, как правило, не требуется	Обычно требуется учет связей с контрактами на поставку, номерами договоров, партиями поставки

Касе поможет перейти с XP на Windows 7

СТИВ УЗКСЛЕР

Как и Vista в свое время, Windows 7 захватит значительную долю рынка ОС просто потому, что будет предустановлена на большинство новых ПК, которые поступят в продажу в ближайшие годы. Так что вопрос для компаний заключается не в том, переходить или нет на новую ОС, а в том, когда это сделать.

Результаты проведенного недавно сотрудниками ITIC и Sunbelt Software исследования говорят о том, что 60% компаний по всему миру имеют планы перехода на новую операционную систему, а 49% сделают это в течение первого года после выпуска. По оценке компании Laplink, до 70% компьютеров всё еще функционируют под Windows XP. Тем, кто будет переходить с XP, Laplink предлагает продукт PCmover Windows 7 Upgrade Assistant. Microsoft также разработала два инструмента поддержки миграции с XP — Windows User State Migration Tool (USMT) 4.0 и Windows Easy Transfer.

Компания Kase Networks, в свою очередь, предложила альтернативный вариант, который, по ее мнению, будет очень привлекателен для канала продаж и среднего сегмента рынка, насчитывающего десятки миллионов машин с XP. Новая версия ее семейства устройств системного администрирования и установки ПО KBOX, нацеленная на организации, имеющие от 500 до 5000 ПК, помогает осуществить миграцию, развертывание и текущее сопровождение Windows 7.

Это огромный потенциальный рынок, говорит Шон Гардинер, старший директор Касе по развитию партнерского канала. У компании неотразимое предложение и типичный 30-дневный цикл продажи с очень быстрой отдачей. Вся миграция занимает лишь один день, а обычный срок окупаемости составляет менее трех месяцев. Маржа также весьма привлекательна, добавил он.

Касе, 100% продаж которой проходят через канал, готова обслуживать заказчиков, имеющих до 20 тысяч и более ПК либо всего 100—500, но золотая середина,

по мнению Гардинера, — это 500—1000 машин. "Мы максимально нацелены на этот сегмент", — сказал он.

Новые функции развертывания и администрирования включают: KBOX User State Migration (обеспечивает перенос особых файлов пользователей и настроек наряду с приложениями прежней ОС); K-imaging (гибкий инструмент создания образов, использующий "умную" синхронизацию, чтобы избежать дублирующих переносов при создании, хранении и развертывании образов Windows 7); Network OS Install (автоматизирует создание эталонных машин Gold Master и формирование не зависящей от оборудования опции внедрения Windows 7 с использованием функции встраивания драйверов); Remote Site Provisioning (позволяет управлять миграцией ОС в удаленных сегментах сети помимо главного офиса); Enhanced Asset Management (обеспечивает контроль за лицензиями на Windows 7 и приложения); Improved Patch Management (автоматически устанавливает необходимые обновления на машины локальной и удаленной сети); Application Virtualization (помогает устранить потенциальные конфликты приложений).

Менеджер продукта Касе Сендхил Джайачандран говорит, что 83% компаний "пропустили" Vista, и им придется устанавливать Windows 7 с нуля. Еще больше осложняет переход то обстоятельство, что 59% компаний не используют средства автоматизации. "Так что рынок явно нуждается в помощи, — полагает он. — Есть и другие решения, но мы считаем, что KBOX может сделать это быстрее".

По словам Джайачандрана, миграция с помощью специализированных решений дает возможность быстрого перехода, предполагает минимум обучения, а также обеспечивает единый пользовательский интерфейс: "Касе оптимизирует весь жизненный цикл миграции Windows 7".

Заказчиков больше всего волнуют совместимость ПО, новые требования к оборудованию и перенос индивидуальных настроек и данных пользователей, уверен Гардинер, и всё это решается с помощью KBOX. "Наше решение, — сказал он, — проще других в использовании и обеспечивает несравнимые возможности управления процессом".

KBOX Systems Management Appliance уже продается и стоит от 9900 долл. KBOX System Deployment Appliance поставляется с 1 декабря 2009 г. по цене от 4900 долл. □

“ИТ-решения нужны для создания конкурентоспособной продукции”

Создание единого информационного пространства очень важно для успешной работы предприятия, особенно такого, которое работает на переднем крае науки и техники. О проектах автоматизации, возникающих проблемах и способах их решения Александр Феоктистов, заместитель генерального конструктора по информационным технологиям Ракетно-космической корпорации “Энергия” им. С. П. Королева, рассказал научному редактору PC Week/RE Елене Гореткиной.

PC Week: Какая ситуация была на предприятии до начала комплексной автоматизации? Почему возникла необходимость в таком проекте?

АЛЕКСАНДР ФЕОКТИСТОВ: К работе по автоматизации (в современных понятиях) мы приступили в 1993—1995 гг., когда на предприятии не было корпоративной сети, а конструкторская работа велась на лицензионных программах. Стимулом для серьезного развития ИТ послужило начало международного сотрудничества с NASA, направленного на создание и эксплуатацию международной космической станции. С учетом таких перспектив стало ясно, что мы находимся на крайне примитивном уровне ИТ-развития, и уже в 1998 г. руководство приняло решение о плановом развитии автоматизации. В первую очередь это коснулось САПР и PDM, во-вторых, технологической подготовки производства и, в-третьих, финансово-экономических служб и бухгалтерии, которые в то время использовали самописное ПО. Было понятно, что внедряемые клиент-серверные системы могут существовать только при развитой инфраструктуре на базе серверов, средств защиты и коммуникационных сервисов.

Мы вели плановые работы по всем ИТ-направлениям и уже были достигнуты определенные результаты, но, к сожалению, в 2005—2007 гг. из-за смены руководства многое оказалось либо остановлено, либо разрушено. Плановая работа по развитию ИТ-инфраструктуры продолжилась только в 2007 г. Тогда по инициативе президента корпорации Виталия Лопоты была предложена и утверждена концепция развития ИТ до 2010 г. На этот раз мы начинали не с нуля, а воспользовались базисом, достигнутым в период 1999—2005 гг., опытом международного сотрудничества, а также опытом смежной авиационной отрасли, в первую очередь ОКБ “Сухого” и ЗАО “Гражданские самолеты Сухого”. Это позволяет нам внедрять ИТ-решения, проверенные на практике у нас в стране и за рубежом.

Однако переход на современные информационные технологии тормозит отставание отраслевых и государственных стандартов в области промышленной автоматизации. К счастью, наши инициативы поддерживает руководство корпорации, что лишнее подтверждает важнейшую роль первого лица.

PC Week: Какие цели были поставлены, какие мотивы были главными: собственные потребности или требования внешних заказчиков?

А. Ф.: Хотя основным толчком стало международное сотрудничество, внутренние потребности также оказали влияние на решение внедрять современные ИТ. Ведь нельзя забывать о конкуренции. И хотя в области пилотируемых аппаратов мы являемся монополистами в стране, у нас есть конкуренты по другим направлениям: спутники связи и ДЗЗ, средства выведения на орбиту космических аппаратов. Поэтому нам нужны ИТ-решения для создания конкурентоспособной продукции.



Александр Феоктистов

PC Week: Как проходил выбор ПО и оборудования? Чем было обусловлено решение?

А. Ф.: Системы САПР/PDM мы выбирали путем сравнения из существовавших на рынке в 1998 г., а именно продуктов компаний PTC, IBM и UGS. После анализа и проверки по разным критериям остановились на продуктах фирмы PTC — САПР Pro/Engineer и PM/PDM/MPM-системе Windchill.

Что касается ERP, то в 2003 г. начали сравнивать решения компаний BAAN, Oracle, SAP, IFS и MS Ахарта, а также рассматривали предлагавшиеся экономическими подразделениями отечественные системы “1С”, “Парус” и др. Но поскольку мы собирались интегрировать систему PM/PDM с ERP-системой, то российские продукты, вышедшие из бухгалтерских программ, не отвечали необходимым требованиям. Пилотный проект по внедрению ERP провалился в 2005 г., так и не стартовав, хотя был пройден этап подготовки к конкурсу.

Но в 2007-м мы возобновили этот процесс. На тот момент существовало порядка 50 локальных решений, которые автоматизировали отдельные процессы кадровой, планово-экономической и финансовой деятельности. Мы начали внедрять ПО, которое уже было опробовано новым руководителем, — отечественную систему бухгалтерского, экономического и кадрового учета “ЭВЕРЕСТ”, реализованную на СУБД Oracle. Проект близится к завершению. Основные проблемы были связаны с верификацией данных, которые до этого содержались в разных системах, а также менталитетом и исполнительской дисциплиной ключевых пользователей.

Однако “ЭВЕРЕСТ” не решает задачи планирования, прогнозирования и управления себестоимостью продукта в реальном времени. Поэтому мы параллельно начали внедрение компонентов ERP-системы Oracle e-Business Suite, касающихся бюджетирования и управления проектами, одновременно занялись их интеграцией с системами “ЭВЕРЕСТ”, Windchill и Documentum. В нашей стране бухгалтеры, как правило, доверяют российским продуктам, но для управления процессом разработки, интеграции проектной и финансовой информации и планирования производства на крупном предприятии, конечно, необходимо известное и проверенное ERP-решение.

При выборе оборудования мы решаем задачу замены своего “зоопарка” прошлых периодов продукцией определенных поставщиков. Остановились на серверах и системах хранения данных HP, сетевых технологиях Cisco и пользовательских компьютерах компании Arbyte, причем используем весь их спектр: графические станции, расчетные станции

и офисные ПК. Понимая, что тяжелый САПР и техника должны быть взаимно сертифицированы, мы вместе с Arbyte протестировали компьютеры на работу с конкретным САПРом. При этом помимо типовых решений применяем и специализированные, которые мы называли графическими серверами. Они предназначены для работы с крупными сборками.

PC Week: Как выполняется внедрение — своими силами или с привлечением системного интегратора?

А. Ф.: При внедрении САПР/PDM мы используем трехуровневую схему “вендор — реселлер — наши сотрудники”. В качестве реселлера выступает фирма “ПРО Текнолоджиз”, которая имеет эксклюзивные права в работе с РКК “Энергия”.

Если говорить о ERP, то здесь нашим партнером в настоящее время является компания Tops BI, которая помогает внедрять ERP, серверные решения и систему электронного документооборота. Мы каждый год оцениваем компетенцию интегратора, решаем все вопросы, связанные с ценообразованием и т. д.

PC Week: В ходе автоматизации с какими проблемами вам приходится сталкиваться? Какие трудности преобладают — технологические или человеческий фактор? Как их удается решить?

А. Ф.: Технические проблемы были, но решались по ходу дела. У нас очень хорошая команда, занимающаяся интеграцией инфраструктуры, опытный персонал системных администраторов, и мы работаем без привлечения внешних служб, за исключением технического сервиса HP в случае отказов и гарантийного обслуживания Arbyte.

Основные проблемы при внедрении корпоративных решений связаны с менталитетом пользователей, поддержкой со стороны высшего руководства и общей организацией внедрения. Организационную проблему мы решаем путем постепенного перехода к внедрению ИТ-систем в качестве внутреннего проекта. Но очень серьезным тормозом оказалось колоссальное сопротивление сотрудников, которые заинтересованы в локализации информации для повышения своего авторитета. Это противостояние приходится преодолевать с большим трудом. Без серьезной реорганизации здесь не обойтись.

Огромное значение имеет поддержка ИТ-проекта высшим руководством. Руководство корпорации четко понимает важность ИТ-решений как стратегического ресурса развития, поэтому шаги по их внедрению, хотя и не пользуются приоритетом, никто не отменяет. Нам приходится взаимодействовать с другими подразделениями, и явно видно, что там, где роль ИТ принижена и все проекты реализуются по остаточному принципу, с внедрением ничего не получается.

Есть и другие причины неудач. Я знаю предприятия, где катастрофой для ИТ являются совершенно необоснованные требования по безопасности. Однако ведь весь мир защищает коммерческую и технологическую тайну, но не отказывается от ИТ.

Еще один фактор — финансы, ведь для внедрения ИТ нужен бюджет, и немалый. Мой опыт показывает, что цены на услуги внедрения со стороны консалтинговых фирм завышены примерно в два раза. Поэтому в условиях ограниченного финансирования мы действуем пошагово, например в случае ERP реализуем внедрение отдельных модулей, естественно, не упуская перспективы внедрения в целом.

PC Week: Какие меры преодоления сопротивления сотрудников вы считаете эффективными?

А. Ф.: Я считаю, что метод прямого приказа не работает. Надеяться на пример “делай, как я” тоже не стоит. Нужно очень сбалансированно использовать оба эти подхода, т. е. предпринимать организационные усилия по контролю, управлению и повышению личной ответственности. Кроме того, необходимо работать с пользователями через лидеров — людей, которые достигают результата и его демонстрируют. Ведь пользователи нередко не доверяют айтишникам, а лидеры, обладающие ИТ-компетенцией, одновременно являются хорошими функциональными специалистами: конструкторами, расчетчиками, системщиками, и поэтому они выступают в роли “играющих тренеров”.

PC Week: Как развиваются ваши ИТ-проекты? Какие основные этапы они проходят? Удастся укладываться в сроки?

А. Ф.: В ходе внедрения PLM-системы мы решаем вопросы сквозного цикла и организации производства, т. е. одной из функций PLM. Параллельно занимаемся освоением технологии управления составами изделий и интеграцией электронной САПР, механической САПР и средств разработки программного обеспечения, которые требуются при создании систем управления — приборов, кабельного хозяйства и др. За последний год мы также серьезно продвинулись в области оптимизации использования систем инженерных расчетов. Раньше разные подразделения сами выбирали инструментарий, а теперь мы остановились на согласованном перечне решений компаний Ansys, MSC, LMS.

Что касается срока реализации PLM-проекта, то он строго не обозначен. Но я думаю, что по мере накопления внутренних компетенций сроки будут сокращаться.

А по ERP-проекту есть конкретные сроки и результаты. Мы движемся по плану, за исключением бухгалтерской системы. Но здесь задержки связаны не с самой системой, а с внесением данных и их верификацией — это очень трудоемкая работа.

Основные этапы при реализации ИТ-проектов, думаю, стандартные: организация, планирование, создание команды, набор реального результата и внесение многочисленных исправлений.

Не хочу создать впечатление, что у нас все идеально. Проблем масса, многое делается за счет энтузиазма. Но я уверен, что через пару-тройку лет по уровню компетенции наша команда превзойдет любого интегратора в области промышленной автоматизации. Надеюсь, что интеграторы будут нас привлекать к тем или иным своим проектам.

PC Week: Планируете ли вы интеграцию между ERP и САПР?

А. Ф.: Интеграция экономических и проектных данных необходима, но поскольку у нас несколько ИТ-систем, то стоит задача синхронизации данных в системах разного класса, а это непросто. Однако без интеграции данных невозможно обеспечить прозрачность процессов. А если люди, управляющие корпорацией, не видят процесс в его динамике, им сложно принимать правильные и своевременные решения. В этом году постараемся реализовать отражение процессов на верхнем уровне через BI-систему. Это очень интересная задача. Вообще я считаю BI-систему очень важной и необходимой для аккумулирования результатов, полученных на низших уровнях. Ведь без нее можно “за деревьями не увидеть леса”.

PC Week: Удалось ли добиться поставленных целей? Как планируете развивать ИТ?

А. Ф.: Если говорить о PLM, то о достижении результата пока говорить рано. Сей-

Переходим на VoIP

ДЭВИД СТРОМ

Подготовка предприятия к переходу на новую систему телефонии всегда сопряжена с определенными сложностями. Особенно непросто перейти на технологию передачи голоса по протоколу IP (VoIP). В июне нынешнего года компания Arrangent Networks опросила сотни сетевых администраторов и обнаружила, что свыше 36% из них отложили развертывание VoIP-приложений, опасаясь, что пропускная способность сетей окажется для этого недостаточной.

В данном случае, вероятно, даже более важно то, что 26% респондентов не имели возможности заключить соглашения об уровне обслуживания. Когда их спросили, какие из используемых ими приложений более других нагружают сеть, 73% респондентов назвали именно VoIP.

Учитывая результаты данного исследования, я предлагаю ряд рекомендаций, которые помогут вам осуществить переход на VoIP. Ниже приводятся пять простых вопросов, составленных с помощью тех, кто уже прошел через это. Ответив на них, вы сможете понять, что вам нужно.

1. Есть ли у вас необходимость по-прежнему обслуживать какие-то аналоговые телефонные линии? Прежде чем перейти на VoIP, имеет смысл провести тщательную инвентаризацию и определить, потребуются ли вам аналоговые телефонные линии — скажем, для системы безопасности, переговорного устройства на входной двери или для факса. Затем выясните, как совместить эти аналоговые линии с установленной у вас цифровой АТС, либо решите, какое дополнительное оборудование потребуется для их обслуживания.

Возьмем в качестве примера город Пауэлл (шт. Вайоминг). Там применяли устаревшую АТС, от которой предполагалось отказаться в пользу VoIP. Однако руководители городской администрации беспокоились, можно ли будет вызвать экстренную службу 911, требующую именно аналоговую линию для связи. «Мы сумели вмонтировать аналоговую плату в нашу новую АТС AltiGen, которая прекрасно работала, — пояснил Зак Торингтон, специалист городской администрации по ИТ. — Таким образом, мы убили двух зайцев».

2. Знаете ли вы, какую полосу пропускания имеет ваш канал для выхода в глобальную сеть и как эта полоса используется? Технология VoIP особенно требовательна к каналам выхода в глобальную сеть, поэтому важно понимать, как они используются, особенно в часы пиковых нагрузок. «В городе проложена оптоволоконная линия связи с пропускной способностью 10 Мбит/с в обоих направлениях. Все наши офисы подключены к этой линии, поэтому полоса про-

пускания для нас не проблема», — констатировал Дункан Хилл, сотрудник фирмы-инкубатора Basecamp Partners (г. Торонто), которая пользуется системой Jazinga VoIP, созданной для малого бизнеса.

«Основная проблема при переходе на VoIP состоит в том, чтобы разобраться с QoS [качество обслуживания], — считает Билл Ди-Нардо, управляющий партнер Eventi Capital Partners, венчурной компании из Торонто. — Система Jazinga отдает приоритет в сети голосовому трафику, обеспечивая таким образом возможность переговоров по IP. Мне не нужно ничего делать, обо всем заботится сама система».

Данное обстоятельство и определило выбор Ди-Нардо в пользу Jazinga. «Это небольшое устройство формирует трафик и управляет голосовой АТС, — пояснил он. — А качество передачи голоса оказалось выше, чем у протестированных нами хостинговых VoIP-решений. К тому же система настолько проста в эксплуатации, что я могу управлять ею самостоятельно. В результате сокращается общая стоимость владения системой».

«В компаниях зачастую не понимают, насколько совершенными должны быть их сети, чтобы использовать VoIP, — считает Дэниел Сонг, старший инженер по сервисам из компании Interactive Intelligence, разрабатывающей приложения для центров обработки телефонных звонков и другие коммуникационные решения для бизнеса. — Мы заметили, что многие из наших клиентов пока не готовы к VoIP. Поэтому нам необходимо было найти способ справиться с любыми потенциальными проблемами, связанными с качеством передачи голоса, прежде чем реализовывать наши решения».

Для тестирования сетей своих клиентов и оценки качества связи перед развертыванием какой-либо системы компания приобрела устройство AppCritical производства Apparent Networks. «AppCritical изучает весь маршрут прохождения пакетов и выявляет такие проблемы, как нарушение дуплексного режима, перегрузка сети, изменение QoS и недостаток полосы пропускания, — пояснил Сонг. — Мы можем проконтролировать поведение голосовых пакетов на каждом отрезке сети, где возникает проблема. Кроме того, нам не составит труда проверить политики качества обслуживания и убедиться, что соглашения об уровне обслуживания соблюдаются».

При оценке пропускной способности каналов выхода в глобальную сеть необходимо также проверить сетевые коммутаторы. «Большинству компаний для внутреннего использования VoIP потребуется широкая полоса пропускания, порядка 100 Мбит/с по всему строению, — утверждает Джозеф Беннетт, ИТ-менеджер из промышленной компании PTR Baler, ко-

торая около года использует для VoIP продукты фирмы Alteva. — Нам пришлось заменить свои коммутаторы, чтобы воспользоваться технологией Power over Ethernet, поскольку мы хотели, чтобы все телефонные аппараты получали питание через коммутационные шкафы. Но зато мы экономим 2—3 тыс. долл. в месяц на оплате телефонных переговоров. Таким образом, новая система окупится за девять месяцев».

3. Нужны ли вам виртуальные сети для передачи голоса или какой-то иной способ отделения голосового трафика? «У нас имеется одна виртуальная сеть для передачи VoIP внутри компании, и со временем к ней будет подключено до семидесяти телефонов», — рассказал Томи Видал, ИТ-менеджер, обслуживающий испанский город Кампос, где установлены коммутаторы производства Entrasys.

«Многие наши клиенты прокладывают отдельные виртуальные сети для передачи голоса или используют QoS, чтобы голосовые пакеты имели приоритет и не терялись, — пояснил Сонг из Interactive Intelligence. — Важно также выяснить, в какие периоды в течение дня передача голоса достигает пиковых значений, и проанализировать ситуацию именно в эти промежутки, чтобы понять, сколько одно-временных звонков может поддерживаться в сети при наличии других видов трафика».

4. Можете ли вы привязать внедрение новой системы к переезду в новый офис либо окончанию срока аренды или эксплуатации имеющегося у вас оборудования? По мере старения АТС становятся менее надежными, и вам стоит подумать об их замене. Именно так и поступили в региональной больнице McCune-Brooks из штата Миссури. Замена была проведена при переезде в новый больничный комплекс. «Не было смысла брать с собой АТС производства Nortel, а нам необходимо было, чтобы новая система работала еще до переезда, так что мы выбрали оборудование компании Siemens», — рассказал Вес Пул, технический сотрудник больницы.

5. Есть ли у вас необходимость в определенных функциях, предоставить которые с помощью действующей системы телефонии трудно или слишком дорого? «Мы нуждались в некоторых функциях, но мы не были готовы ради них платить за новую АТС и наземные линии связи, — поясняет Хилл из Basecamp Partners. — Однако нам удалось реализовать их при

умеренных затратах с помощью нашей VoIP-системы».

Некоторые функции VoIP обеспечивают значительный рост производительности труда. «Я не сижу за столом каждый день с девяти утра до пяти вечера, — говорит Ди-Нардо из компании Eventi Capital Partners. — Система Jazinga позволяет мне пользоваться расширением офисной телефонии дома и в других офисах, где мне приходится работать. Она даже может перевести входящий звонок одновременно на мои стационарный и сотовый телефоны».

Роберт Палиони, генеральный директор компании Benefit Consultants Group Securities, также в восторге от VoIP: «Мы пользовались традиционной АТС, а нам нужна была отчетность в реальном времени и возможность записывать обращения в call-центр. Кроме того, необходимо было иметь возможность сослаться на предыдущий телефонный разговор, когда возникали разногласия по поводу транзакции или инструкций от наших клиентов. Мы оказываем финансовые услуги множеству весьма состоятельных людей, поэтому качество работы имеет для нас первостепенное значение. Приобретенная нами система Alteva лучше той, что мы использовали прежде, хотя сначала у меня были определенные сомнения».

За три года, в течение которых Benefits Consultants Group пользуется этой системой, компания ни разу не приостанавливала обслуживание клиентов. «Старая система часто выходила из строя, и начинались поиски виновного, — вспоминает Палиони. — Более того, перейдя на Alteva, мы на 15% снизили затраты».

«Среди функций АТС Siemens у нас очень популярна возможность скачать голосовую почту с пользующегося доверием номера телефона, не вводя каждый раз свой пароль, — сообщил Пул, сотрудник больницы McCune-Brooks. — Это значительно упрощает получение сообщений, когда вы находитесь в дороге, поскольку сразу получаете доступ к своему почтовому ящику».

Если вам необходимы какие-то конкретные функции, подробно опишите их в запросе к поставщику. «Мы составили спецификацию, предъявляющую очень высокие требования к системе, — рассказал Торингтон из администрации города Пауэлла. — Она предполагала режимы удержания и ожидания вызова, а также расширенные функции автоматического секретаря и мощные средства управления. Если у вас есть опыт работы с системой, не имеющей таких функций, то вам легче будет определить, чего вы хотите от более современного решения телефонии».

Восемь способов...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 10

природу iPad: если устройство подобно iPhone и iPod Touch, то оно не сможет быть воспринято как внешний диск (хотя скромный iPod Nano это допускает), что вынудит пользователя каждый раз запускать iTunes, чтобы перенести файлы с планшета или на планшет.

• **Нет настоящего GPS.** Хотя за возможность подключиться к 3G-сети вам придется заплатить дополнительно, iPad лишен GPS-приемника. На более дорогих моделях навигационная функциональность реализована по технологии A-GPS. А это означает, что пользователь должен быть подписан на услугу передачи данных в сотовой сети, а более или менее точное определение его местонахождения возможно лишь в зоне, насыщенной базовыми станциями провайдера. Не исключено, что Apple предусмотрела возможность снабдить iPad средствами автономной GPS-навигации, которая реализована в навигаторах на базе Windows CE, но мы в этом сомневаемся.

► **для успешной реализации проекта внедрения САПР и интеграции САПР/PDM/ERP?**

А. Ф.: Во-первых, необходимо четкое понимание поставленной задачи, во-вторых, должны быть приняты решения по инструментарию, в-третьих, проведена оценка имеющихся начальных условий, в-четвертых, не завышена планка результатов и сроков. Кроме того, нужно обязательно учить персонал, чтобы он был готов к реализации проекта, а это обычно игнорируется. И очень важно не забывать о достойной оплате труда высококвалифицированных специалистов, от которых зависит работа всей внутренней ИТ-команды и в дальнейшем применение созданных ИТ-систем.

► час основная проблема — интеграция этапа разработки и производства. Нерешенным остается вопрос эксплуатации и поддержки изделия с помощью интерактивных электронных документов.

В области экономических систем поставлена четкая задача, а сроки ее реализации будут определяться бюджетом и усилиями. Но, в конце концов, задача будет решена на уровне 2011 г.

Вопрос интеграции тоже будет решен, потому что иначе отдельные ИТ-проекты просто не имеют смысла. Думаю, что через пару лет уже можно будет говорить о конкретной комплексной системе, а пока обнаддеживают частичные решения и частичная интеграция.

IDC: 2010-й — год восстановления и преобразований

ЕЛЕНА ГОРЕТКИНА

В 2010 г. главными тенденциями в области информационно-коммуникационных технологий будут восстановление и преобразования, утверждает аналитическая компания IDC в своем ежегодном отчете “Top 10 predictions”. Наметившийся подъем мировой экономики станет стимулом для постепенного увеличения расходов на ИКТ. По прогнозу, рынок ИТ вырастет на 3,2%, телекоммуникаций — на 3%, а российский ИКТ-рынок — на 8%. Что касается преобразования, то этот процесс коснется многих сегментов ИКТ. IDC выделила десять главных направлений, которые станут определяющими в 2010 г.

Аналитики отмечают, что, хотя на ИТ-рынке изменения происходят уже несколько лет, главной новинкой 2010-го станет то, что они будут происходить на фоне восстановления экономики после спада. Клиенты, отложившие инвестиции в ИТ до лучших времен, теперь станут вкладывать средства в усовершенствование своего бизнеса. Поставщикам ИКТ следует воспользоваться этой возможностью, чтобы предложить заказчикам новаторские технологии и процессы.

1. ИТ-рынок: постепенное восстановление. Предполагаемый рост рынка на 3,2% приведет к тому, что объем затрат на ИТ во всем мире достигнет примерно 1,5 трлн. долл. Сегменты аппаратного, программного обеспечения и услуг вырастут на 2—4%. Наименьший подъем ожидается в области “железа”, а самыми “горячими” технологиями станут мобильные устройства и средства виртуализации. В сегментах ПО и ПК будет ощущаться влияние отложенного спроса, а в сфере услуг будут востребованы аутсорсинг и управляемые сервисы. Однако аналитики предупреждают, что этот прогноз рассчитан на увеличение мирового ВВП на 2,6%. Если экономический подъем замедлится, то сократится и спрос на ИТ.

2. Телекоммуникации: стабильность и трансформация. Рост рынка составит 3%. В традиционных сегментах двигателями станут технологии IP и передачи данных, а в мобильном — развивающиеся рынки. Однако снижение дохода в традиционных сегментах приведет к необходимости перемен. В результате в 2010-м игроки станут более активно переходить на высокоскоростные волоконно-оптические и беспроводные технологии и конвергентные IP-платформы, поддерживающие растущий объем видеотрафика, расширять присутствие в области управляемых услуг и преобразовывать свои платформы и бизнес-модели для поддержки новых методов дистрибуции.

3. Развивающиеся регионы: двигатель рынка ИТ. Более половины подъема в области ИТ придется на долю развивающихся рынков, таких как Китай (рост на 9%), Индия (13%), Бразилия (8%) и Россия (8%). Однако, отмечает IDC, Россия, пережившая в 2009-м спад ИТ-рынка более чем на 30%, будет самым слабым членом группы БРИК. В развитых странах ожидается более медленный подъем ИТ-рынка: в США — на 3%, в Западной Европе — на 1%, а в Японии предполагается спад на 1%. В результате вклад развивающихся регионов будет расти. К концу 2010-го на долю БРИК придется более 10% мировых расходов на ИТ, а на все развивающиеся страны — 21% (в 2002-м — 13%).

Одновременно увеличивается влияние сегмента СМБ. Хотя в 2009 г. в этом секторе произошел спад на 3,5%, в 2010-м ожидается рост на 3,5%, что на 1,4% выше, чем в сегменте крупных предприятий.

4. Облачные вычисления: расширение возможностей и повышение уровня зрелости. По мнению IDC, в течение последних

трех лет вычисления в облаках являются основной движущей силой ИТ-рынка. Главным событием 2010 г. станет появление облачных услуг корпоративного уровня, которые обеспечивают повышенную степень безопасности, доступности и управляемости. Кроме того, в наступившем году значительное влияние на развитие этой области будут оказывать следующие тенденции: война облачных платформ и API-интерфейсов, появление новых общедоступных облачных услуг, рост популярности частных облаков, быстрое распространение аппаратно-программных решений для создания общедоступных и частных облаков (cloud appliance), выход на рынок разнообразных гибридных (общедоступных/частных) средств для управления облаками и расширение каналов дистрибуции облачных услуг, т. е. сетей партнеров и разработчиков, применяющих API-интерфейсы поставщиков платформ (например, Amazon, Google, традиционных вендоров).

5. Мобильные устройства: на пути к победе над ПК. По прогнозу, 2010-й будет переломным годом, когда мобильные устройства станут стратегически важной платформой для разработчиков коммерческих и корпоративных решений. Это не приведет к исчезновению ПК. Напротив, предполагается, что в нынешнем году будет продано более 300 млн. ПК. Но мобильное оборудование превратится из дополнения ПК в ведущую клиентскую платформу для разработчиков и пользователей. Такие смены платформ происходят не часто: в последний раз это наблюдалось, когда появились ПК. Ожидаются следующие события: в 2010-м для доступа в Интернет будет использоваться 1,3 млрд. ПК и более 1 млрд. мобильных устройств (по темпу роста последние в 2,5 раза обгоняют первых); будет быстро расти число приложений для мобильных устройств; Google Android составит серьезную конкуренцию платформам iPhone, BlackBerry, Symbian и Microsoft; появится iPad — планшетный компьютер Apple (увеличенная версия iPhone) — и, возможно, аналогичное устройство от Microsoft; вырастет спрос на нетбуки — будет продано порядка 40 млн. штук (в 2009-м — 30 млн.).

6. Сети общего пользования: усиление трансформации. В связи с резким ростом популярности мобильных устройств, приложений и видео растут требования к пропускной способности общедоступных сетей. В ответ операторы активно внедряют широкополосные линии мобильной и фиксированной связи, а также протокол IP в оптических магистралах. Одновременно с изменениями в технологии будут происходить перемены и в бизнес-моделях. В наступившем году развитие в сетевом мире будут определять следующие тенденции: операторы беспроводной связи продолжат расширять услуги 3G и начнут предлагать 4G, но влияние последней технологии на рынок еще будет незначительным; операторы фиксированной связи станут активно внедрять оптоволоконные линии для подключения домов к Интернету; все больше провайдеров мобильных услуг будут заключать оптовые сделки с поставщиками мобильных устройств и облачных сервисов; федеральная комиссия связи США усилит регулирование в области передачи голоса поверх IP по широкополосным линиям связи (over-the-top VoIP).

7. “Социальные” приложения: первые ласточки. В функциональной структуре бизнес-приложений произойдут фундаментальные изменения за счет слияния традиционного функционала с социальными технологиями, средствами коллективной работы и аналитическим ПО. Это новое поколение композитных (mash up) бизнес-приложений, которые IDC назы-

вает “социальными”, предоставит дополнительные возможности клиентам и откроет простор для роста разработчикам. Но их появление приведет к войне между софтверными гигантами (Microsoft, IBM, Oracle, SAP и Google) за контроль над новой прикладной платформой. Победит тот, кто привлечет разработчиков простотой своей парадигмы создания композитных приложений.

8. “Зеленые” технологии: возрождение. В 2010 г. начало экономического подъема приведет к росту стоимости энергоносителей и заставит вспомнить о “зеленых” технологиях. Кроме того, правительства ведущих стран будут уделять больше внимания вопросам экологии. В связи с этим IDC выделяет две тенденции. Во-первых, вырастет спрос на технологии, которые позволят сократить выброс вредных газов и энергопотребление ИТ-систем, а также на ИТ-решения для управления защитой окружающей среды и мониторинга на промышленных предприятиях. Во-вторых, в 2010-м все страны из группы двадцати (G-20) начнут требовать от компаний отчета о вредных выбросах. И хотя на ИКТ приходится менее 2% выбросов, эта доля быстро растет. По прогнозу, государственное регулирование в этой области усилится, и ИТ-поставщикам придется составлять отчеты по утилизации и переработке отходов при производстве и эксплуатации базовых инфраструктурных ИКТ-продуктов.

9. “Интеллектуализация” отраслей: процесс ускоряется. В нынешнем году начнется восстановление ведущих отраслей экономики, и на повестке дня встанет вопрос их преобразования для повышения эффективности. Важную роль в этом процессе будут играть ИТ. IDC считает, что основные усовершенст-

вования, связанные с ИТ, будут проходить по следующим направлениям. Во-первых, в 2010-м коммунальные службы всего мира значительно увеличат применение интеллектуальных измерительных приборов, и их число, по прогнозу, превысит 60 млн. штук. Это подстегнет внедрение технологии Smart Grid, направленной на применение ИТ ради экономии электроэнергии. В США расходы на Smart Grid будут ежегодно расти на 16% и к 2013-му составят 17,5 млрд. долл. Во-вторых, в 2010-м 25% американцев, или 77 млн. человек, будут иметь электронные истории болезней (в 2009-м — 14%). Благодаря бюджетным инвестициям к 2016 г. эта доля вырастет до 60%. В результате медицинские учреждения будут активно заниматься модернизацией своих ИТ-решений.

10. Слияния, поглощения и партнерства: влияние преобразований. Перемены в этой области будут происходить под влиянием ряда тенденций. За счет поглощений и заключения партнерских соглашений ведущие ИТ-игроки будут расширять присутствие на ИТ-рынке, наращивать портфели бизнес-решений для удовлетворения более сложных запросов заказчиков, укреплять позиции в сфере вычислений в облаках, разрабатывать технологии в сфере экологии и энергосбережения, увеличивать число отраслевых решений и усиливать положение в потребительском сегменте.

Как подчеркивает в заключение IDC, из-за того, что в наступившем году перемены будут происходить на фоне экономического подъема, поставщикам ИТ особенно важно правильно выбрать стратегию. Награда за верное направление развития будет велика, а расплата за ошибку — суровой.

Проекты DVB-H: успех под вопросом

МАКСИМ БУКИН

В начале декабря, видимо, чтобы поздравить акционеров дополнительными успехами в конце года, операторы “Скартел” и “ВымпелКом”, действуя через дочерние компании, запустили в тестовую эксплуатацию свои сети мобильного телевидения на базе протокола DVB-H. Причем только на территории Москвы: движение за МКАД обе компании пока “изучают”, как скромно говорят их официальные представители. Кроме того, ни та ни другая компания не представили четкой и продуманной бизнес-модели использования таких сервисов: для них этот бизнес не основной, и перспектива его развития остается туманной.

Как мы и предполагали, запуск мобильного ТВ по DVB-H в настоящий момент не имеет никаких оснований, кроме как наконец-то начать вещание, хоть и в тестовом режиме, на давно смонтированном и запущенном оборудовании. Пусть даже пока это и не принесит компаниям какой-либо финансовой отдачи, но такой процесс хотя бы позволит привлечь на свою сторону производителей мобильных терминалов с модулями DVB-H и стимулировать их к тому, чтобы поставлять в нашу страну больше моделей с поддержкой именно этой технологии.

Механика подключения к сервису у операторов разнится. “ВымпелКом”, как

оператор мобильной связи, разумеется, заинтересован в том, чтобы если не увеличить таким образом свою абонентскую базу, то по крайней мере сформировать небольшую лояльную услугу аудитории. Поэтому его система управления мобильным ТВ представлена в виде приложения, которое записывается на SIM-карту. Новые абоненты, пожелавшие приобрести терминал с поддержкой DVB-H в офисе оператора, получают эту “симку” по умолчанию, всем остальным предложено поменять свою “старую” карту на новую в офисах компании в Москве. “Скартел”, видимо, предусматривает другой подход: приложение будет записываться в любой имеющийся у пользователя терминал, чьи характеристики позволяют ему принимать сигнал по DVB-H. В обоих случаях еще довольно долго такое телевидение будет бесплатным, поэтому о биллинговых решениях обе компании даже не задумываются.

В настоящий момент мобильное ТВ принимают только два терминала — Samsung P960 и Nokia N96. При этом “ВымпелКом” будет работать лишь с трубкой Samsung, во всяком случае первое время, в то время как “Скартел” не против любого телефона, который предъявит пользователь. Самое забавное, что DVB-H не будут поддерживать ни продаваемая компанией НТС модель 4G Max, ни планируемая к выпуску Cosmos.



Samsung P960 — наиболее востребованный терминал для просмотра передач по DVB-H

СЕРГЕЙ ГОЛУБЕВ: КОЛОНКА ОБОЗРЕВАТЕЛЯ

Заколдованные круги сервисной модели



Как известно, компании, разделяющие идеологию СПО или работающие со свободными продуктами, не торгуют байтами, а оказывают услуги. За счет этого и живут. Кое-кто — очень даже неплохо, кое-кто — не сколько скромнее.

Поскольку СПО становится все популярнее, то можно предсказать расширение сервисной модели бизнеса, так как она весьма перспективна.

В это связи было бы интересно попытаться проанализировать особенности сервисной модели. Тем более что в нашей стране именно от этого зависит успех СПО — других возможностей заработать денег у Linux-компаний нет.

Важно понимать, что это справедливо только для России (и похожих на нее стран), поскольку западный бизнес достаточно активно осваивает еще одну модель — продажу устройств, работающих под управлением Linux. На выставке CES'2010 в Лас-Вегасе было представлено несколько новых и очень интересных устройств на базе Linux. Их производят практически все ведущие мировые бренды — Dell, Hewlett-Packard, Sony, MSI, Lenovo, Marvell, ZiiLabs...

Интересно, что по этому пути пошел и наш ближайший западный сосед — Украина. Устройство для чтения электронных книг PocketBook уже давно активно продается, в том числе и в России.

Однако по каким-то непонятным причинам наш бизнес не стремится подражать Западу. Видимо, надеется на то, что его прокормят только услуги. Понятно, что сейчас рано давать оценку такой стратегии, — время покажет, кто прав, а кто заблуждается.

Сейчас же будем говорить о том, что есть, — об услугах. В чем достоинства и недостатки этой модели? Может ли ИТ-бизнес, особенно мелкий региональный, ориентироваться только на нее?

Парадокс распространения

Теоретически отказ от оплаты байтов должен привести к тому, что количество пользователей, желающих познакомиться с программным решением, будет серьезно расти. Автоматически снимаются пробле-

мы с “легальными источниками”, потребитель может не опасаться, что в самый нужный момент приложение перестанет работать и потребует что-то кому-то заплатить... В общем скачал откуда угодно и знакомься на здоровье. Причем совершенно бесплатно. Контракт на техподдержку можно заключить когда угодно. Если, конечно, она вообще понадобится.

Таким образом, при прочих равных условиях, продвижение свободного продукта на рынок будет проходить эффективней, чем проприетарного. Но что очень важно — именно при прочих равных условиях. Которых, кстати, очень много.

Простота получения программы, конечно, играет какую-то роль. Однако вряд ли определяющую. Нужны активная рекламная кампания, много независимых обзоров, положительные отзывы на форумах... То есть в конечном итоге — деньги.

И получается заколдованный круг. Чтобы грамотно продвигать продукт, нужны деньги, заработать которые можно на пространстве уже популярного продукта. Или СПО-бизнесу надо придумывать какие-то хитрые ходы, которые позволят радикально снизить расходы на традиционные мероприятия по “раскрутке” программного продукта, чтобы второстепенные факторы тоже начинали играть значимую роль.

Парадокс техподдержки

Большинство вопросов, поступающих в техподдержку, связано с тем, что пользователь банально что-то не умеет делать. Специалист при этом не вносит каких-то изменений в код программы, а просто рассказывает, каким образом надо выполнить ту или иную операцию. Вопросов, которые требуют устранения каких-либо

ошибок в самом приложении, очень много. И решают их уже не “на местах”, поскольку для этого требуется обращение к разработчику.

Теперь обратимся к реалиям. Техподдержку самого низкого уровня, как правило, осуществляют не самые грамотные люди. С этим согласится любой грамотный абонент городской сети, который вызвал на дом специалиста, а потом объяснял этому студенту, что именно он должен сделать для того, чтобы все заработало.

Совершенно очевидно, что действительно грамотный пользователь, который изучил документацию на систему, в такой поддержке особо не нуждается и платить за нее не будет.

Аудитория такой поддержки — пользователь неосведомленный. Чем таких больше, тем компаниям, предоставляющим эти услуги, лучше. Стало быть, бизнес, ориентирующийся на сервис, несколько не заинтересован в уменьшении числа компьютерных “чайников”.

Как следствие — ему нет никакого коммерческого резона писать к своим программам внятные и доступные инструкции, поскольку в данном случае учить пользователя приходится буквально на свою голову.

С другой стороны, пользователь предпочитает не просто хорошо документированные решения. Для выбора ему нужны независимые обзоры, тесты и т. д. Продавцы байтов в появлении таких материалов явно заинтересованы — они свои деньги так или иначе получат.

А вот сторонникам сервисной модели придется решать непростую задачу. Если перекармливать пользователя полезной информацией, то количество контрактов на самый популярный и простой вариант техподдержки уменьшится. Если недокормить, то популярность продукта будет недостаточной для серьезного бизнеса.

Фактически — Сцилла и Харибда. Проплыть по узкому ущелью очень сложно. А все, что сложно, то дорого. Получается еще один заколдованный круг.

Парадокс контракта

Несмотря на то что ПО — объект виртуальный, процедура его покупки не слишком отличается от того, к чему привык потребитель. Разница только в том, что он меняет деньги не на осязаемую вещь, а на набор байтов.

Покупка контракта на техподдержку — совсем другое дело. В обмен на вполне реальные деньги потребитель получит обещание решить его проблемы, если такое-то наступит. Фактически — некий виртуальный фьючерс.

В большинстве случаев качество услуги трудно предугадать заранее. Возможно, некоторые компании готовы предоставить клиенту некий тестовый период, в течение которого он может пользоваться технической поддержкой бесплатно. Но вряд ли это станет общепринятым.

В случае со свободным ПО есть еще один немаловажный нюанс. В контракте будет затруднительно четко и внятно прописать все обязательства по обслуживанию, особенно если речь идет не о конкретных прикладных программах, а о дистрибутивах.

Взять на себя полную ответственность за поведение программы может только тот, кто полностью контролирует ее код. Кстати, это не обязательно должен быть сам разработчик — часть приложений люди пишут просто ради удовольствия, не получая за это денег. Вряд ли они согласятся брать на себя какие-то обязательства, за невыполнение которых полагается выплачивать штрафные санкции.

Таким образом, обязательства по технической поддержке могут звучать примерно так. Что можем сделать — сделаем, что не можем — сообщим тому, кто может, и будем ждать ответа. Очевидно, что пользователя это вряд ли устроит.

В идеальном случае компания должна перечислить в договоре все компоненты

системы и прикладные программы, за работу которых она готова нести полную ответственность. Однако если принять во внимание размеры современных дистрибутивов, то пользователь вряд ли дочитает этот список до конца.

По большому счету создатели проприетарных программ тоже ничего не гарантируют потребителю. Вряд ли кто-то выигрывает процесс против производителя антивируса, если его система будет заражена. Однако тут имеет место банальное принуждение пользователя к оплате, иначе могут наступить юридические последствия.

А свободное ПО можно взять бесплатно. Наверняка у многих пользователей возникнет мысль о том, что вряд ли разумно платить за техподдержку, которая не может гарантировать (причем не на словах, а с реальными штрафными санкциями) бесперебойной работы всех компонентов системы.

В результате получается интересная картина. Если компания решит поддерживать дистрибутив на уровне полной ответственности за все, то ей придется платить зарплату такому большому числу программистов (а расплачиваться за это, разумеется, будет потребитель), что сумма контракта поднимется до неразумных высот. Альтернатива — реально поддерживать только очень ограниченное количество ПО, а остальное — как получится.

Очевидно, пользователю не понравится ни то, ни другое. Поэтому бизнесу придется искать что-то третье.

Парадокс взаимопонимания

Что делать пользователю Linux, если какая-то программа работает не так, как должна? На форумах, посвященных этой ОС, ему сразу объяснят, что надо писать баг-репорт разработчикам и ждать, пока они исправят ошибку.

Это концепция сотрудничества, а не потребления. Действительно, в СПО грань между создателем продукта и его пользователем несколько размыта. Тем более что по правам они вообще ничем не отличаются один от другого.

Способ хорош, но подходит он далеко не всем. Им будут пользоваться энтузиасты СПО, госучреждения и крупные компании, в которых имеются специализированные ИТ-подразделения. Обычный массовый потребитель к этому вряд ли готов. Особенно, если он заплатил какие-то деньги за поддержку.

Причем сумма в данном случае не принципиальна. Если в продукте, который стоит хоть какие-то деньги (берутся ли они за сам продукт или за его поддержку — не существенно), пользователь обнаруживает ошибку, то он будет не столько помогать ее исправить, сколько возмущаться самим фактом ее появления, и, вероятнее всего, публично. Мол, это СПО — сплошной развод, я заплатил, а ничего не работает. Вот именно в таком тоне. Можно попробовать оправдаться: “А что вы хотите за такие деньги?”, хотя вряд ли это можно признать хорошим маркетинговым ходом.

Это означает, что сырой продукт вообще не должен попадать к потребителю. Что, в свою очередь, требует как особо тщательного тестирования программ, входящих в репозиторий, включая все обновления, так и полного контроля за самим репозиторием. Причем поручить эту работу сообществу, которое будет все делать бесплатно, — очень сомнительная идея. В том числе и потому, что члены сообщества могут решить, что не стоит оказывать бесплатную услугу компании, которая занимается не благотворительностью, а бизнесом. Это приведет к еще одной статье дополнительных расходов.

В результате запросто может получиться, что конечный пользователь заплатит за свободные решения как минимум не меньше, чем за проприетарные. Или СПО-бизнесу и тут придется придумывать какое-то оригинальное решение.

► Наполнение мобильного ТВ по DVB-H оставляет желать лучшего. “Скартел” предлагает стандартный набор эфирных каналов — “Первый”, “Россия”, “Вести”, “Бибигон”, “НТВ”, “Пятый”, “Муз-ТВ” и “7ТВ”. У “ВымпелКома” набор чуть больше: к этому перечню компания добавляет GamelandTV, RUTB, A1. Откровенно говоря, не густо, в любом пакете для стандартной домашней антенны каналов куда больше. Никакого специального контента в виде спортивных роликов, “нарезки” новостей с разных каналов, видеоподкастов, адаптированных для небольшого экрана, предложено не будет.

Единственный плюс подобного телевидения — высокая скорость передачи информации, не забитая потоком данных от множества пользователей (вещание ведется по принципу “точка — многоточка”), а также возможность смотреть телепередачи в автомобиле, попавшем в пробку. Скорее всего, водители это нововведение оценят. Но не более того.

Будут в городе и свои “мертвые зоны”: ни “Скартел”, ни “ВымпелКом” не планируют запускать вещание DVB-H в метро — там, где целевая аудитория такого сервиса скучает по два часа в день, двигаясь из дома на работу и обратно.

Однако с коммерческой точки зрения это разумно — стоимость такого внедрения действительно превысила бы все разумные бизнес-кейсы операторов связи.

Без сомнения, увеличение контент-услуг, связанных с использованием мобильного терминала, лишь повысит привлекательность новых скоростных сетей для передачи трафика. Но для того чтобы проекты DVB-H стали привлекательными для пользователей, им необходимо не только предложить удобный способ просмотра широкого спектра передач, но и заинтересовать наполнением — тем, что сложно или дорого получить на обычном ТВ-приемнике. Спектр минимальных сервисов должен включать в себя заказ видео из контент-библиотеки, просмотр спутниковых каналов, новостной агрегатор с переводом на русский язык, дополнительные контент-сервисы (к примеру, трансляцию с камер видеонаблюдения для водителей), а также интерактивное управление с помощью виртуального телевизионного пульта, в который превратился бы “мобильник” абонента. Смогут ли реализовать эти варианты оба оператора, мы узнаем в самом ближайшем будущем. Пока что в этом есть обоснованные сомнения.



С помощью Nokia N96 тоже можно просматривать DVB-H-каналы, но он гораздо дороже

PC WEEK RUSSIAN EDITION

КОРПОРАТИВНАЯ ПОДПИСКА

Уважаемые читатели!

Только полностью заполненная анкета, рассчитанная на руководителей, отвечающих за автоматизацию предприятий; специалистов по аппаратному и программному обеспечению, телекоммуникациям, сетевым и информационным технологиям из организаций, имеющих **более 10 компьютеров**, дает право на **бесплатную** подписку на газету PC Week/RE в течение года с момента получения анкеты. Вы также можете заполнить анкету на сайте: www.pcweek.ru/subscribe_print/.

Примечание. На домашний адрес еженедельник по бесплатной корпоративной подписке не высылается. Данная форма подписки распространяется только на территорию РФ.

Я хочу, чтобы моя организация получала PC Week/RE!

Название организации: _____

Почтовый адрес организации:
 Индекс: _____ Область: _____
 Город: _____
 Улица: _____ Дом: _____
 Фамилия, имя, отчество: _____

 Подразделение / отдел: _____
 Должность: _____
 Телефон: _____ Факс: _____
 E-mail: _____ WWW: _____

(Заполните анкету печатными буквами!)

1. К какой отрасли относится Ваше предприятие?

- 1. Энергетика
- 2. Связь и телекоммуникации
- 3. Производство, не связанное с вычислительной техникой (добывающие и перерабатывающие отрасли, машиностроение и т. п.)
- 4. Финансовый сектор (кроме банков)
- 5. Банковский сектор
- 6. Архитектура и строительство
- 7. Торговля товарами, не связанными с информационными технологиями
- 8. Транспорт
- 9. Информационные технологии (см. также вопрос 2)
- 10. Реклама и маркетинг
- 11. Научно-исследовательская деятельность (НИИ и вузы)
- 12. Государственно-административные структуры
- 13. Военные организации
- 14. Образование
- 15. Медицина
- 16. Издательская деятельность и полиграфия
- 17. Иное (что именно) _____

2. Если основной профиль Вашего предприятия – информационные технологии, то уточните, пожалуйста, сегмент, в котором предприятие работает:

- 1. Системная интеграция
- 2. Дистрибуция
- 3. Телекоммуникации
- 4. Производство средств ВТ
- 5. Продажа компьютеров
- 6. Ремонт компьютерного оборудования
- 7. Разработка и продажа ПО
- 8. Консалтинг
- 9. Иное (что именно) _____

3. Форма собственности Вашей организации (отметьте только один пункт)

- 1. Госпредприятие
- 2. ОАО (открытое акционерное общество)
- 3. ЗАО (закрытое акционерное общество)
- 4. Зарубежная фирма
- 5. СП (совместное предприятие)
- 6. ТОО (товарищество с ограниченной ответственностью) или ООО (общество с ограниченной ответственностью)

7. ИЧП (индивидуальное частное предприятие)

- 8. Иное (что именно) _____

4. К какой категории относится подразделение, в котором Вы работаете? (отметьте только один пункт)

- 1. Дирекция
- 2. Информационно-аналитический отдел
- 3. Техническая поддержка
- 4. Служба АСУ/ИТ
- 5. ВЦ
- 6. Инженерно-конструкторский отдел (САПР)
- 7. Отдел рекламы и маркетинга
- 8. Бухгалтерия/Финансы
- 9. Производственное подразделение
- 10. Научно-исследовательское подразделение
- 11. Учебное подразделение
- 12. Отдел продаж
- 13. Отдел закупок/логистики
- 14. Иное (что именно) _____

5. Ваш должностной статус (отметьте только один пункт)

- 1. Директор / президент / владелец
- 2. Зам. директора / вице-президент
- 3. Руководитель подразделения
- 4. Сотрудник / менеджер
- 5. Консультант
- 6. Иное (что именно) _____

6. Ваш возраст

- 1. До 20 лет
- 2. 21–25 лет
- 3. 26–30 лет
- 4. 31–35 лет
- 5. 36–40 лет
- 6. 41–50 лет
- 7. 51–60 лет
- 8. Более 60 лет

7. Численность сотрудников в Вашей организации

- 1. Менее 10 человек
- 2. 10–100 человек
- 3. 101–500 человек
- 4. 501–1000 человек
- 5. 1001–5000 человек
- 6. Более 5000 человек

8. Численность компьютерного парка Вашей организации

- 1. 10–20 компьютеров
- 2. 21–50 компьютеров

- 3. 51–100 компьютеров
- 4. 101–500 компьютеров
- 5. 501–1000 компьютеров
- 6. 1001–3000 компьютеров
- 7. 3001–5000 компьютеров
- 8. Более 5000 компьютеров

9. Какие ОС используются в Вашей организации?

- 1. DOS
- 2. Windows 3.xx
- 3. Windows 9x/ME
- 4. Windows NT/2K/XP/2003
- 5. OS/2
- 6. Mac OS
- 7. Linux
- 8. AIX
- 9. Solaris/SunOS
- 10. Free BSD
- 11. HP/UX
- 12. Novell NetWare
- 13. OS/400
- 14. Другие варианты UNIX
- 15. Иное (что именно) _____

10. Коммуникационные возможности компьютеров Вашей организации

- 1. Имеют выход в Интернет по выделенной линии
- 2. Объединены в intranet
- 3. Объединены в extranet
- 4. Подключены к ЛВС
- 5. Не объединены в сеть
- 6. Dial Up доступ в Интернет

11. Имеет ли сеть Вашей организации территориально распределенную структуру (охватывает более одного здания)?

- Да Нет

12. Собирается ли Ваше предприятие устанавливать интрасети (intranet) в ближайший год?

- Да Нет

13. Сколько серверов в сети Вашей организации?

- 1. ЕС ЭВМ
- 2. IBM
- 3. Unisys
- 4. VAX
- 5. Иное (что именно) _____
- 6. Не используются

14. Если в Вашей организации используются мэйнфреймы, то какие именно?

- 1. ЕС ЭВМ
- 2. IBM
- 3. Unisys
- 4. VAX
- 5. Иное (что именно) _____
- 6. Не используются

15. Компьютеры каких фирм-изготовителей используются на Вашем предприятии?

- | | | | |
|-------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| “Аквариус” | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ВИСТ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| “Формоза” | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Acer | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Apple | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| CLR | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Compaq | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dell | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Fujitsu Siemens | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Gateway | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hewlett-Packard | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| IBM | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Kraftway | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| R.&K. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| R-Style | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Rover Computers | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sun | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Siemens Nixdorf | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Toshiba | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Иное (что именно) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

16. Какое прикладное ПО используется в Вашей организации?

- 1. Средства разработки ПО
- 2. Офисные приложения
- 3. СУБД
- 4. Бухгалтерские и складские программы
- 5. Издательские системы
- 6. Графические системы
- 7. Статистические пакеты
- 8. ПО для управления производственными процессами
- 9. Программы электронной почты
- 10. САПР
- 11. Браузеры Internet
- 12. Web-серверы
- 13. Иное (что именно) _____

17. Если в Вашей организации установлено ПО масштаба предприятия, то каких фирм-разработчиков?

- 1. “1С”
- 2. “АйТи”
- 3. “Галактика”
- 4. “Парус”
- 5. BAAN
- 6. Navision
- 7. Oracle
- 8. SAP
- 9. Epicor Scala
- 10. ПО собственной разработки
- 11. Иное (что именно) _____

18. Существует ли на Вашем предприятии единая корпоративная информационная система?

- Да Нет

19. Если Ваша организация не имеет своего Web-узла, то собирается ли она в ближайший год завести его?

- Да Нет

20. Если Вы используете СУБД в своей деятельности, то какие именно?

- 1. Adabas
- 2. Cache
- 3. DB2
- 4. dBase
- 5. FoxPro
- 6. Informix
- 7. Ingress
- 8. MS Access
- 9. MS SQL Server
- 10. Oracle
- 11. Progress
- 12. Sybase
- 13. Иное (что именно) _____

14. Не использую

21. Как Вы оцениваете свое влияние на решение о покупке средств информационных технологий для своей организации? (отметьте только один пункт)

- 1. Принимаю решение о покупке (подписываю документ)
- 2. Составляю спецификацию (выбираю средства) и рекомендую приобрести
- 3. Не участвую в этом процессе
- 4. Иное (что именно) _____

22. На приобретение каких из перечисленных групп продуктов или услуг Вы оказываете влияние (покупаете, рекомендуете, составляете спецификацию)?

- Системы**
- 1. Мэйнфреймы
 - 2. Миникомпьютеры
 - 3. Серверы
 - 4. Рабочие станции
 - 5. ПК
 - 6. Тонкие клиенты
 - 7. Ноутбуки
 - 8. Карманные ПК
- Сети**
- 9. Концентраторы
 - 10. Коммутаторы
 - 11. Мосты
 - 12. Шлюзы
 - 13. Маршрутизаторы
 - 14. Сетевые адаптеры
 - 15. Беспроводные сети
 - 16. Глобальные сети
 - 17. Локальные сети
 - 18. Телекоммуникации
- Периферийное оборудование**
- 19. Лазерные принтеры
 - 20. Струйные принтеры
 - 21. Мониторы

- 22. Сканеры
- 23. Модемы
- 24. ИБП (UPS)

- Память**
- 25. Жесткие диски
 - 26. CD-ROM
 - 27. Системы архивирования
 - 28. RAID
 - 29. Системы хранения данных

Программное обеспечение

- 30. Электронная почта
- 31. Групповое ПО
- 32. СУБД
- 33. Сетевое ПО
- 34. Хранилища данных
- 35. Электронная коммерция
- 36. ПО для Web-дизайна
- 37. ПО для Интернета
- 38. Java
- 39. Операционные системы
- 40. Мультимедийные приложения

Средства разработки программ

- 41. Средства разработки программ
- 42. CASE-системы
- 43. САПР (CAD/CAM)
- 44. Системы управления проектами
- 45. ПО для архивирования

Внешние сервисы

- 46. _____
- 47. _____

23. Каков наивысший уровень, для которого Вы оказываете влияние на покупку компьютерных изделий или услуг (служб)?

- 1. Более чем для одной компании
- 2. Для всего предприятия
- 3. Для подразделения, располагающегося в нескольких местах
- 4. Для нескольких подразделений в одном здании
- 5. Для одного подразделения
- 6. Для рабочей группы
- 7. Только для себя
- 8. Не влияю
- 9. Иное (что именно) _____

24. Через каких провайдеров в настоящее время Ваша фирма получает доступ в интернет и другие интернет-услуги?

- 1. “Демос”
- 2. МТУ-Интел
- 3. “Релком”
- 4. Combellga
- 5. Comstar
- 6. Golden Telecom
- 7. Equant
- 8. ORC
- 9. Telmos
- 10. Zebra Telecom
- 11. Через других (каких именно) _____

Дата заполнения _____
 Отдайте заполненную анкету представителям PC Week/RE либо пришлите ее по адресу: **109147, Москва, ул. Марксистская, д. 34, корп. 10, PC Week/RE.**
 Анкету можно отправить на e-mail: info@pcweek.ru

Мобильность — проблема для бизнеса?

НИКОЛАС КОЛАКОВСКИ

Доклад компании Forrester Research о затратах на техническую поддержку работающих с информацией сотрудников и о связанных с этим проблемах, подготовленный по заказу Microsoft в рамках проводимой Редмондом кампании по продвижению Windows 7, позволяет сделать вывод, что на предприятиях будущего значительно возрастёт мобильность сотрудников, что может вызвать серьёзные трудности при администрировании ИТ.

Доклад, озаглавленный «Затраты и проблемы, связанные с поддержкой работающих с информацией сотрудников сегодня» («The Costs and Challenges Associated With Supporting Today's Informational Workers»), основывается на опросе 318 ИТ-специалистов в США, Японии и Германии и расширенного интервью с десятью из них. Microsoft использует его, чтобы продемонстрировать, как Windows 7 способна помочь ИТ-администраторам справиться с децентрализацией, перегруженностью корпоративных ПК программами и данными и с ростом числа обращений в службу технической поддержки.

Например, корпорация объединила этот доклад с исследованием, проведенным в Майами, которое показывает, что быстрый переход на Windows 7 позволит местным властям сэкономить 54 долл. в год на каждом ПК за счет снижения энергопотребления и на 90% сократить число выездов технических специалистов по вызовам пользователей.

Но если Microsoft использует доклад в связи с предстоящим выходом Windows 7, то Forrester извлекает из него данные о мобильности сотрудников компаний в будущем. При этом она выделяет некоторые конкретные проблемы, которые начинают проявляться уже сейчас.

По мнению опрошенных ИТ-администраторов, к 2012 г. мобильные компьютеры составят около 43% парка корпоративных ПК, что на 11% больше, чем сегодня. Соответственно доля настольных ПК за три года снизится до 57% по сравнению с нынешними 68%.

В других разделах доклада показано, что работа сотрудников крупных, средних и мелких предприятий принимает все более децентрализованный характер. Так, 29% трудятся в филиалах или удаленных офисах, 5% — на самостоятельных площадках, 4% — в домашних офисах, а 6% «были классифицированы как преимущественно мобильные сотрудники».

Исследование обнаружило, что лишь 30% фирм являются высокоцентрализованными, имея «один или несколько офисов». Ожидается, что к 2012 г. их доля слегка возрастет и достигнет 34%. Данная тенденция потенциально может породить проблемы для ИТ-администраторов компаний.

«В ближайшие годы, когда ускорится сдвиг в сторону мобильности сотрудников, невозможность управлять компьютерами, не подключенными к корпоративной сети физически, превратится в крупную проблему с точки зрения технической поддержки пользователей», — говорится в докладе. — ИТ-подразделениям следует придерживаться таких политик и настроек, чтобы действия пользователей и их ПК соответствовали нормативным требованиям компании, отрасли и правительственных органов». По данным Forrester, 68% обследованных организаций считают, что невозможность получить доступ к машинам, которые не подключены к корпоративной сети физически, создает для них трудности.

В докладе делается вывод, что для преодоления будущих трудностей руководителям ИТ-подразделений необходимо

предпринять следующие меры.

1. Признать, что рабочая сила характеризуется удивительным разнообразием, и добиться от ИТ-менеджеров «понимания, что представляют собой сотрудники и чего они ожидают от технологии».

2. Изучить рабочую силу, чтобы как можно точнее определить, какая технология, какие приложения и сервисы необходимы каждой группе сотрудников.

3. Проанализировать, каковы потребности в технологии и чем они вызваны, чтобы добиться как можно более широкого распространения следующего поколения настольных ПК и их максимального соответствия потребностям пользователей. Выявив запросы каждой пользовательской группы, дальновидный руководитель ИТ-подразделения теоретически может предложить наиболее подходящую оперативную систему для ПК, наборы офисных приложений, браузеры и решения, обеспечивающие управление и безопасность.

Microsoft утверждает, что такие функции Windows 7, как Remote Desktop (удаленный рабочий стол) и BitLocker to Go (шифрование данных на сменных носителях), помогут предприятиям лучше подготовиться к возрастающей мобильности их сотрудников.

Microsoft надеется, что Windows 7 станет хитом продаж как среди частных лиц, так и среди предприятий. Быстрый переход на эту операционную систему не только помог бы Редмонду обратить вспять наметившуюся в последнее время тенденцию к сокращению доходов из-за экономического спада, но и способствовал бы процветанию входящих в экосистему Microsoft партнеров, таких как Intel, которое зависит от объема продаж ПК и компьютерных устройств.

Приоритеты...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 1

кие технологии будут считаться не просто средством управления ресурсами, но инструментом достижения результатов для бизнеса. Как показал опрос, ИТ-директора надеются, что в 2010-м перемены ускорятся. Они ждали такой возможности много лет, однако лишь недавно сдвиги в экономике, технологиях и стратегиях предприятий открыли перед ними радужные перспективы. Одним из средств станет переход предприятий от применения собственных ИТ-решений к более активному использованию внешних услуг.

Новые задачи отражены в списке основных приоритетов с точки зрения бизнеса и технологий (см. таблицу). Внимание ИТ-директоров смещается с сокращения расходов к повышению продуктивности ИТ-отделов и всего предприятия в целом. Для достижения таких результатов будут использоваться средства коллективной рабо-

ты, решения, основанные на услугах, и социальные сети, включая виртуализацию, облачные вычисления и Web 2.0. Не случайно эти технологии вышли на первые места, сместив с позиции лидера бизнес-аналитику, которая являлась главным приоритетом в последние пять лет. Причина такой популярности в том, что с их помощью ИТ-директора надеются добиться выигрыша в стоимости, производительности и продуктивности, чтобы создать инновационные решения, которые позволят изменить положение и роль ИТ-отделов на предприятии.

Кроме того, наиболее приоритетными в 2010-м будут технологии, которые быстро внедряются, не требуют значительных начальных инвестиций (не более нескольких тысяч долларов) и сулят быструю отдачу. По мнению аналитиков, такой подход позволит предприятиям сделать свои ИТ-решения более гибкими и адаптируемыми. И хотя подобные перемены не происходят быстро, начало им будет положено уже в нынешнем году.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ PC WEEK/RUSSIAN EDITION

Подписку можно оформить в любом почтовом отделении по каталогам:

• «Газеты журналы» (индекс 82143).
ОАО «Агентство «Роспечать»

• «Пресса России. Объединенный каталог» (индекс 44098)
ОАО «АРЗИ»

• «Почта России. Каталог российской прессы» (индекс 16763)
ООО «МАП»

• «Подписка на рабочий стол» (индекс 82143) Агентство Деловая Пресса

Альтернативная подписка в агентствах:

• ООО «Интер-Почта-2003» — осуществляет подписку во всех регионах РФ и странах СНГ.
Тел./факс (495) 580-9-580;
500-00-60;
e-mail: interpochta@interpochta.ru;
www.interpochta.ru

• ООО «Агентство Артос-ГАЛ» — осуществляет подписку всех государственных библиотек, юридических лиц в Москве, Московской области и крупных регионах РФ.
Тел./факс (495) 788-39-88;
e-mail: shop@setbook.ru;
www.setbook.ru

• ООО «Урал-Пресс»
г. Екатеринбург — осуществляет подписку крупнейших российских предприятий в более чем 60 своих филиалах и представительствах.
Тел./факс (343) 26-26-543

(многоканальный); (343) 26-26-135;
e-mail: info@ural-press.ru;
www.ural-press.ru

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В МОСКВЕ

Тел. (495) 789-86-36;
факс (495) 789-86-37;
e-mail: moskva@ural-press.ru

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

Тел./факс (812) 962-91-89

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В КАЗАХСТАНЕ

тел./факс 8(3152) 47-42-41;
e-mail: kazakhstan@ural-press.ru

• ЗАО «МК-Периодика» — осуществляет подписку физических и юридических лиц в РФ, ближнем и дальнем зарубежье.
Факс (495) 306-37-57;
тел. (495) 672-71-93, 672-70-89;
e-mail: catalog@periodicals.ru;
info@periodicals.ru;
www.periodicals.ru

• ООО «Вся Пресса» — осуществляет подписку во всех федеральных округах и регионах России, республиках Башкортостан, Молдова, Украина, Белоруссия, Татарстан, Казахстан, Армения, странах Балтии.
Тел. (495) 234-03-07

• Подписное Агентство KSS — осуществляет подписку в Украине.
Тел./факс — 8-1038- (044)585-8080
www.kss.kiev.ua,
e-mail: kss@kss.kiev.ua

ВНИМАНИЕ!

Для оформления бесплатной корпоративной подписки на PC Week/RE можно обратиться в отдел распространения по тел. (495) 323-1455 или E-mail: deliver@skpress.ru. Если у Вас возникли проблемы с получением номеров PC Week/RE по корпоративной подписке, пожалуйста, сообщите об этом в редакцию PC Week/RE по адресу: editorial@pcweek.ru или по телефону: (495) 974-2260. Редакция

ЭТОТ НОМЕР ВЫПУСКАЛИ

Выпускающий редактор:
Игорь Лапинский

Ответственный за компьютерную графику и верстку:
Сергей Амосов

PCWEEK
RUSSIAN EDITION

№ 6 (708)

БЕСПЛАТНАЯ
ИНФОРМАЦИЯ ОТ ФИРМ!

ПОЖАЛУЙСТА, ЗАПОЛНИТЕ ПЕЧАТНЫМИ БУКВАМИ:

Ф.И.О. _____
ФИРМА _____
ДОЛЖНОСТЬ _____
АДРЕС _____
ТЕЛЕФОН _____
ФАКС _____
E-MAIL _____

1C 1
 ASUS 9
 GOOGLE ВКЛАДКА
 MICROSOFT 5
 ПЭЙБОТ 16

ОТМЕТЬТЕ ФИРМЫ, ПО КОТОРЫМ ВЫ ХОТИТЕ ПОЛУЧИТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ИНФОРМАЦИЮ, И ВЫШЛИТЕ ЗАПОЛНЕННУЮ КАРТОЧКУ В АДРЕС РЕДАКЦИИ: 109147, РОССИЯ, МОСКВА, УЛ. МАРКСИСТСКАЯ, Д. 34, КОРП. 10, PC WEEK/RUSSIAN EDITION; или по факсу: +7 (495) 974-2260, 974-2263.

ВЫБЕРИ

ЧЕВИДНОЕ!



ПОДПИШИСЬ

НА 2010 ГОД

Я подписываюсь

на 3 месяца и плачу за 12 журналов 660 рублей (в т. ч. НДС 10%)
 на 6 месяцев и плачу за 24 журнала 1180 рублей (в т. ч. НДС 10%)
 на 12 месяцев и плачу за 48 журналов 2100 рублей (в т. ч. НДС 10%)

Ф.И.О. _____
 _____ дата рождения _____ индекс _____
 обл./край _____ р-н _____
 город _____ улица _____
 дом _____ корп. _____ этаж _____ кв. _____ домофон _____
 код _____ тел. _____

Копия квитанции об оплате от _____ с отметкой банка прилагается



Стоимость подписки:

На 3 месяца (12 журналов) — 660 рублей (в т. ч. НДС 10%)
 На 6 месяцев (24 журнала) — 1180 рублей (в т. ч. НДС 10%)
 На 12 месяцев (48 журналов) — 2100 рублей (в т. ч. НДС 10%)
 Данное предложение на подписку и указанные цены действительны до 30.06.2010

Чтобы оформить подписку Вам необходимо:

- Заполнить прилагаемый купон-заявку и платежное поручение.
- Перевести деньги (стоимость подписного комплекта) на указанный р/с в любом отделении Сбербанка.
- Отправить заполненный купон-заявку и копию квитанции о переводе денег по адресу:
 109147, г. Москва, ул. Марксистская, 34, корп.10,
 3 этаж, оф. 328 (отдел распространения, подписка),
 или по факсу: (495) 974-2263. Тел. (495) 974-2260,
 отдел распространения, менеджеру по подписке.

Журнал высылается заказной бандеролью.

Цена подписки включает в себя стоимость доставки в пределах РФ.

Если мы получили Вашу заявку до 10-го числа текущего месяца и деньги поступили на р/с ООО «СК Пресс», подписка начинается со следующего месяца. Не забудьте, пожалуйста, указать в квитанции Ваши фамилию и инициалы, а также Ваш точный адрес с почтовым индексом.

Внимание! Отдел подписки не несет ответственность, если подписка оформлена через другие фирмы.

Редакционная подписка осуществляется только в пределах РФ.

Деньги за принятую подписку не возвращаются.

Условия подписки:

- * Минимальный период подписки — 3 месяца.
 - ** Начало доставки — следующий месяц за месяцем, в котором оплачена подписка.
 - *** Оформляя подписку, подписчик соглашается, что его персональные данные могут быть предоставлены третьим лицам для выполнения доставки издания.
- Справки по телефону: +7 (495) 974-2260, доб. 1736; e-mail: distribution@skpress.ru.

ИЗВЕЩЕНИЕ	ИНН 7707010704 КПП 770701001 ЗАО «СК Пресс»	получатель платежа	
	Учреждение банка Сбербанк России, ОАО Вернадское ОСБ г. Москвы № 7970	Расчетный счет № 40702810938100100746	БИК 044525225
	Кор. счет: 30101810400000000225	фамилия, и. о., адрес	
	Назначение платежа	Дата	Сумма
	Подписка на журнал «PC WEEK»		
	Плательщик:	Всего:	
Кассир			
КВИТАНЦИЯ	ИНН 7707010704 КПП 770701001 ЗАО «СК Пресс»	получатель платежа	
	Учреждение банка Сбербанк России, ОАО Вернадское ОСБ г. Москвы № 7970	Расчетный счет № 40702810938100100746	БИК 044525225
	Кор. счет: 30101810400000000225	фамилия, и. о., адрес	
	Назначение платежа	Дата	Сумма
	Подписка на журнал «PC WEEK»		
	Плательщик:	Всего:	
Кассир			