

PCWEEK RUSSIAN EDITION



ЕЖЕНЕДЕЛЬНОЕ ИЗДАНИЕ • 30 МАРТА — 5 АПРЕЛЯ • 2010 • № 11 (713) • МОСКВА

<http://www.pcweek.ru>

1С:ДОКУМЕНТООБОРОТ

НОВОЕ РЕШЕНИЕ
НА ПЛАТФОРМЕ
1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8.2



www.v8.1c.ru/doc8

SSD преодолевают психологический ценовой барьер

ЛЕВ ЛЕВИН

Главным препятствием для использования твердотельных дисков (solid state disk, SSD) как стандартного компонента настольных ПК и ноутбуков остается их высокая стоимость, поэтому до сих пор они применялись только в ноутбуках высшей ценовой категории. Сделанные в марте анонсы новых SSD дают повод надеяться, что вскоре воспользоваться такими преимуществами твердотельных накопителей, как высокая скорость чтения/записи и низкое энергопотребление, смогут и покупате-



32-Гб Onyx от OCZ Technology



40-Гб Intel X25-V

ли компьютеров, предназначенных для массового рынка.

Компания OCZ Technology объявила о выпуске 32-Гб твердотельного диска Onyx, который в рознице в США будет стоить менее 100 долл., а корпорация Intel приступила к поставкам 40-Гб накопителя X25-V стоимостью 125 долл. Оба этих SSD предназначены для ноутбуков и встраиваемых устройств, однако могут использоваться и в десктопах для ускорения загрузки ОС.

Свой первый твердотельный диск Intel выпустила два года назад. 80-Гб X25-M стоил 600 долл. и первоначально изготовлялся по технологии NAND с проектными нормами 50 нм. Затем корпорация освоила 34-нм технологию и снизила цену этого накопителя до 270 долл., а также выпустила модель X25-M емкостью 160 Гб. Новый X25-V предназначен для нетбуков, а также может устанавливаться в десктопах в дополнение к винчестеру как загрузочный диск, на котором записаны ОС и

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 20 ▶

На зависть Кампанелле

ДЕНИС ВОЕЙКОВ

Русская Кремниевая долина, а точнее научно-технический центр по разработке и коммерциализации современных технологий (фактически новый город) будет построен в подмосковном Сколково. Руководителем координирующей структуры российской части проекта назначен глава группы компаний “Ренова” Виктор Вексельберг.

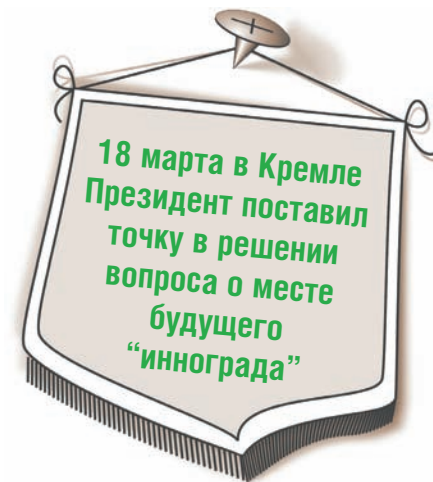
По сути, эти президентские решения означают, что идея, озвученная Дмитрием Медведевым в конце прошлого года, начинает реально воплощаться в жизнь.

Отношение к проекту общества и индустрии, как водится, неоднозначное.

Хронология событий

Публичное заявление о необходимости создания в России мощного центра исследований и разработок по примеру американской Кремниевой долины, который был бы сфокусирован на поддержке всех приоритетных направлений экономического развития страны, Президент впервые сделал 12 ноября прошлого года во время традиционного ежегодного послания Федеральному собранию.

31 декабря 2009 г. г-н Медведев подписал распоряжение о создании специальной рабочей группы по разработке проекта под руководством первого заместителя главы Администрации Президента РФ Владислава Суркова. Как цитирует одно из интервью чиновника официальный сайт Президента России kremlin.ru, 15



февраля текущего года г-н Сурков предложил спроектировать долину методом краудсорсинга, или “народной стройки”. Для этого он пригласил широкий круг граждан придумать название и место расположения нового центра или города, поделиться идеями, планами и концептами, которые затем в обобщенном виде лягут в основу проекта (соответствующая форма для электронного голосования появилась на сайте 4 марта).

В какой мере г-н Сурков успел изучить народное мнение, достоверно не известно, так как через несколько дней стали происходить события, свидетельствующие о том, что подготовительная фаза проекта резко ускорилась. Еще в середине

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 6 ▶

В НОМЕРЕ:

Что мешает инновациям 2

Кому на пользу электронные аукционы 8

Рынок серверов приложений 12



PC Week Review: ИТ-аутсорсинг 15

Кто возглавляет рынок BI 20

Мобильное мошенничество 24

Новые возможности для Web-разработчиков Microsoft

АНДРЕЙ КОЛЕСОВ

Отличительной особенностью современного ПО — идет ли речь о клиентских программах, браузерах, серверах или встроенных программах, создаваемых как для частных, так и для корпоративных заказчиков, — является использование опыта потребителей и ориентация на возможность учета их индивидуальных требований. Именно пользовательский интерфейс — ключевой фактор успеха продукта на рынке Web-приложений и мобильных устройств. Эта истина становится отправной точкой для понимания логики развития платформы Web- и мультимедийной разработки Microsoft.

Эти тезисы, прозвучавшие в выступлениях двух вице-президентов Microsoft — руководителя подразделения .NET Developer Platform Скотта Гатри (Scott Guthrie) и директора направления Windows Phone Program Management Джо Белфьера (Joe Belfiore), задали общий тон очередной ежегодной конференции веб-разработчиков и дизайнеров Microsoft MIX10, прошедшей в середине марта в Лас-Вегасе (США).

Основное внимание на MIX10 было сосредоточено на развитии технологий Silverlight и XNA Framework и на создании с их помощью мобильных приложе-

ний и 3D-игр — от казуальных до трехмерных, которые теперь можно запускать не только на ПК или игровой приставке Xbox360, но и на мобильном



Скотт Гатри: “Использование Silverlight означает, что одна и та же платформа, одни и те же знания могут быть использованы для создания всего спектра интерактивных приложений для конечных пользователей”

устройстве. Это стало возможно с появлением новой ОС Windows Phone 7 Series, поддерживающей эти две платформы и обеспечивающей использование различных функций мобильных уст-

ройств, включая автоматический поворот экрана в зависимости от физического положения устройства, определение местоположения пользователя, сервисы уведомления (доставляют информацию на телефон вне зависимости от того, запущено приложение или нет), видео с аппаратным ускорением и возможностью применения технологии защиты данных DRM (Digital Rights Management), динамическое вещание IIS Smooth Streaming, а также поддержку режима мультитач и использование камеры и микрофона.

Во время работы конференции были продемонстрированы возможности создания приложений для Windows Phone 7 Series на Silverlight. Основная идея тут заключается в применении одних и тех же средств для всего спектра интерактивных приложений для конечных пользователей. Эти инструменты предлагаются в составе единого пакета, в который входят Microsoft Visual Studio 2010 Express для Windows Phone, встроенное в Windows Phone 7 Series средство для работы с Visual Studio 2010, XNA Game Studio 4.0 для создания игр, Windows Phone 7 Series Emulator для тестирования приложений, а также предварительная версия Expression Blend для Windows Phone.

На MIX10 была анонсирована версия “релиз-кандидат” технологии Silverlight

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 27 ▶

ISSN 1560-6929

10011



9 771560 692004

ВОЛС на Север

ПЁТР ЧАЧИН

Фирма “Уралсвязьинформ”, одна из семи межрегиональных компаний (МРК) холдинга “Связьинвест”, завершила ввод в эксплуатацию очередного участка волоконно-оптической линии связи (ВОЛС), соединившей города Екатеринбург и Ноябрьск.

ТЕЛЕКОМ Общая протяжённость ВОЛС составила 2012 км, длина нового участка 274,6 км. “Уралсвязьинформ” предоставляет телекоммуникационные услуги в Курганской, Свердловской, Челябинской и Тюменской областях, Ханты-Мансийском и Ямало-Ненецком автономных округах, Пермском крае. Здесь МРК создала транспортную сеть на основе спутниковых, волоконно-оптических и цифровых радиорелейных линий (ЦРРЛ) связи. Она охватывает 235 муниципальных образований Уральского Федерального округа и Пермского края. Протяжённость ВОЛС и ЦРРЛ составляет в настоящее время 19,5 тыс. км.

Целью строительства ВОЛС Екатеринбург — Ноябрьск стало создание современной высокоскоростной транспортной магистрали до Ямало-Ненецкого АО, в котором в последние годы ощущался острый дефицит телекоммуникационных ресурсов. По сообщению Анатолия

Уфимкина, генерального директора “Уралсвязьинформа”, существующие РРЛ были загружены на 100%, спутниковый ресурс также сильно ограничен.

Кроме того, линия позволит создать необходимую техническую базу для реализации государственных и социально значимых проектов внедрения информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), таких как “Электронное правительство”, “Электронный регион” и “Электронный муниципалитет”, предоставления ШПД для объектов социального профиля (образовательных учреждений, системы здравоохранения и учреждений культуры), а также внедрения цифровых стандартов телерадиовещания.

ВОЛС Екатеринбург — Ноябрьск начали прокладывать с 2000 г., строилась она в пять этапов. Первый этап Екатеринбург — Ивдель протяженностью 610,2 км осуществлялся в 2000—2004 гг., второй на участке Ивдель — Нягань (475,2 км) в 2004—2005 гг., третий от Нягани до Ханты-Мансийска (310 км) в 2004 г., четвертый Ханты-Мансийск — Сургут (330,3 км) в 2007 г. и последний Сургут — Ноябрьск (274,6 км) был реализован в 2009—2010 гг. На линии использованы технологии 10GE и IP/MPLS. Пропускная способность ВОЛС варьируется от 10 до 1600 Гбит/с

(по мере переключения участков на системы мультиплексирования с разделением по длинам волн DWDM).

Открытие новой ВОЛС было приурочено к визиту министра связи и массовых коммуникаций Игоря Щёголева на Урал и проведению итогового заседания организационного комитета по празднованию 150-летия со дня рождения А. С. Попова в городе Красноуральске Свердловской области, на родине изобретателя радио. “Сегодня мы запускаем последнюю, пятую очередь волоконно-оптической линии связи Екатеринбург — Ноябрьск, проходящую через Красноуральск, — доложил министр связи вице-премьеру Сергею Иванову в ходе телемоста Красноуральск — Москва. — Это — одно из событий, благодаря которому мы сейчас видим и слышим друг друга”.

По словам г-на Щёголева, транспортная магистраль обеспечит население широкополосным доступом в Интернет, создаст необходимую инфраструктуру для внедрения электронного правительства и устранил цифровое неравенство между регионами. “Это — крупный инфраструктурный проект, — подтвердил вице-премьер Сергей Иванов. — 2000 км линии прошли по труднодоступным районам и обеспечили доступ к современным услугам связи на той территории страны, которая раньше была лишена этой возможности”.

Действительно, работы по прокладке ВОЛС проводились в условиях вечной мерзлоты, при температурах зимой до



Игорь Щёголев: “ВОЛС Екатеринбург — Ноябрьск создаст необходимую инфраструктуру для внедрения электронного правительства и устранил цифровое неравенство между регионами”

-50°C, по сильно заболоченным территориям. Строителями было форсировано свыше 100 водных преград. Была использована уникальная высокопроизводительная строительная техника. “Раньше оптические кабели рвались в условиях вечной мерзлоты, — рассказал Игорь Щёголев. — Но сегодня появилась новая технология, которая позволяет преодолевать прежние ограничения, и в ближайшее время северные регионы будут охвачены ВОЛС”.

Sybase расширяет портфель и присутствие

ЕЛЕНА ГОРЕТКИНА

Компания Sybase, начав с выпуска СУБД, диверсифицировала свой бизнес и сейчас поставляет решения четырех типов: для управления информацией, бизнес-аналитики, моделирования данных и мобильной работы.

БИЗНЕС Продолжая наращивать функционал продуктов, Sybase недавно купила фирму Aleri и выпустила два новых продукта в партнерстве с SAP. Кроме того, компания решила расширить свой бизнес в России и объявила о запуске партнерской программы.

Рассказывая о планах работы, директор Sybase по региону Центральная и Восточная Европа, Ближний Восток и Африка Миланка Стаменкович отметила, что Россия является для Sybase одним из приоритетных регионов и компания будет инвестировать в развитие бизнеса в нашей стране. По ее словам, вскоре планируется запустить партнерскую программу, предназначенную для разных типов компаний — интеграторов, разработчиков, поставщиков встроенных систем. “Раньше такой программы у нас, по сути, не было, — сказала Миланка Стаменкович. — А теперь мы хотим привлечь партнеров, чтобы активизировать работу на российском рынке”.

По словам г-жи Стаменкович, покупка Aleri позволит Sybase создать полное решение для обработки сложных событий (Complex Event Processing, CEP). Технология CEP служит для оперативного выявления закономерностей в больших потоках данных во время их прохождения через бизнес-системы, а не после их записи в хранилища данных. Как отметил Майкл Павленко, генеральный директор Sybase СНГ, продукты Aleri будут интегрированы с CEP-системой Sybase в единое решение и

пополнят линейку для аналитики в реальном времени.

Как полагают аналитики, сейчас область CEP активно развивается и консолидируется. Хотя рынок невелик (по оценке компании Gartner, в 2008-м его объем составил 148 млн. долл.), выход в эту область крупных игроков указывает на рост важности технологии обработки сложных событий. Так, в течение последних лет на данном рынке произошел ряд поглощений. Достаточно вспомнить сделки IBM — AptSoft, Progress Software — Apama, Avaya — iSpheres, Informatica — Agent Logic, Aleri — Coral8, а теперь саму Aleri купила Sybase.



Миланка Стаменкович: “Мы хотим привлечь партнеров, чтобы активизировать работу на российском рынке”

Технология CEP не нова — она появилась более десяти лет назад, но сначала не получила широкого распространения, а в основном использовалась в финансовой отрасли и системах госбезопасности. Но теперь в связи с ростом сложности ИТ-систем CEP находит применение для бизнес-анализа, мониторинга телекоммуникационных сетей, планирования логистических операций, анализа обращений к веб-сайтам и решения других задач, требующих обработки данных о событиях в реальном времени.

Год назад Sybase заключила партнерское соглашение с SAP, направленное на интеграцию ее мобильных технологий с бизнес-приложениями немецкой компании. В марте появились первые плоды этого союза — Sybase Mobile Sales for SAP CRM и Sybase Mobile Workflow for SAP Business Suite. Первый продукт обеспечивает доступ к системе SAP CRM через смартфоны iPhone и Windows Mobile, а второй — позволяет мобильным сотрудникам обращаться к бизнес-процессам SAP через электронный почтовый ящик. В дальнейшем планируется выпуск мобильных приложений для других компонентов системы SAP Business Suite.

Инновационные итоги года

ДЕНИС ВОЕЙКОВ

Национальная ассоциация инноваций и развития информационных технологий (НАИРИТ) подвела итоги ушедшего года для отечественной инновационной отрасли, и они оказались, мягко говоря, неутешительными.

АССОЦИАЦИИ По данным ассоциации, в 2009 г. на развитие инноваций из российского бюджета было потрачено порядка 38 млрд. долл., при том что запущено было всего 50 стартапов. В то же время в США за аналогичный период израсходовали на отрасль вдвое меньше средств (17,6 млрд.), но при этом запустили 2795 проектов. Простой математический вывод: эффективность инвестиций в наших странах различается в 112 раз.

Проблема российских инноваций явно заключается не в недостатке финансирования и уж точно не в отсутствии идей. По данным РАН, на сегодняшний день база отечественных инновационных проектов насчитывает порядка 10 тыс. наименований. (Кстати, как считают эксперты НАИРИТ, лидерство среди них держит отрасль ИКТ — 18,9%.)

В НАИРИТ склонны объяснять ситуацию коррупцией и непрофессионализмом людей, отвечающих за реализацию крупнейших российских программ и проектов. Как правило, это представители чиновничьей среды, слабо разбирающиеся в вопросах технологий, но предпочитающие принимать самостоятельные решения, без привлечения к работе профессионалов из инновационного сектора.

Крупный российский бизнес, как считают в НАИРИТ, на поприще поддержки разработок сейчас проявляет крайнюю пассивность. Так, например, “Газпром” в прошлом году потратил на НИОКР 605 млн. долл., что составило всего 0,00075% от его выручки.

Когда в своем недавнем исследовании НАИРИТ решила оценить отношение населения к инновационной политике государства и ходу ее реализации, то выяснилось, что люди этой темой практически не интересуются. 88% опрошенных представителей бизнеса и

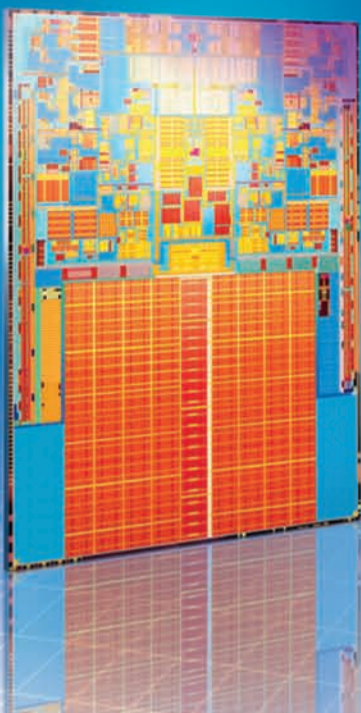
науки не слышали ни об одном реализованном в 2009 г. проекте.

Одним из самых печальных итогов ушедшего года в НАИРИТ называют тот факт, что в обществе изменилось настроение — в изрядной степени пропал “драйв” последних нескольких лет. В качестве примера, иллюстрирующего ситуацию, были приведены данные о том, что статистические показатели “утечки мозгов”, падавшие с момента начала принятия инновационной государственной политики, в 2009 г. вернулись на прежний “доинновационный” уровень.

В прошлом году НАИРИТ столкнулась с весьма серьезной волной негатива, рожденной пассивными действиями чиновников. Как свидетельствуют данные социологического опроса, проведенного ассоциацией, с точки зрения 53% респондентов, в 2009 г. чиновники не сделали для развития инновационной экономики ровным счетом ничего; 37% посчитали, что они трудились минимально, 8% — средние и только 1,5% — хорошо.

Несмотря на это, как полагает руководство ассоциации, НАИРИТ не может себе позволить встать в оппозицию к власти, потому что тогда не удастся решить ни одного актуального вопроса. Подобный путь подходит для политической партии, но их общественная организация создавалась как механизм, благодаря которому инновационные проекты могли бы получить финансирование и развиваться в компании. Поэтому ассоциация намерена продолжать с государством диалог.

Одним из наиболее интересных новых проектов, которые должны стартовать в текущем году по инициативе НАИРИТ, было названо создание площадки “виртуального IPO”. Речь идет о некоей электронной бирже проектов, где благодаря общественному голосованию можно будет определить, какие именно инновации интересуют людей. В результате, считают в НАИРИТ, возможно удастся избавиться от порочной практики создания “мутных” экспертных сообществ, лоббирующих в венчурных фондах чьи-то конкретные интересы.



КОМПЬЮТЕР НАЧИНАЕТСЯ
С INTEL®.

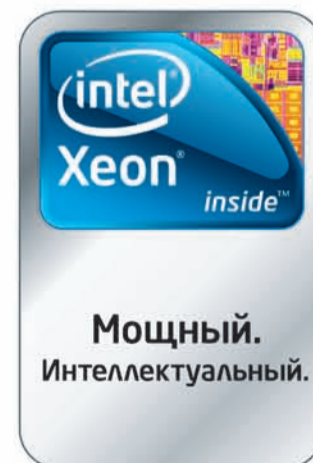
СОВРЕМЕННЫЙ УРОВЕНЬ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ И НАДЁЖНОСТИ



Двухпроцессорные серверы
ДАЙВЕР на базе процессора Intel® Xeon®
обеспечат высокую скорость обработки
данных для самых современных задач



ООО «ДАЙВЕР»
г. Челябинск, ул. 40 лет Победы 29 в
Тел. +7 351 729 97 17, e-mail: diver@diptown.ru
www.74diver.ru



НОВОСТИ

- 1 Новые твердотельные диски могут составить конкуренцию традиционным НЖМД
- 1 Президент дал старт проекту русской Кремниевой долины
- 1 Логика развития платформы Microsoft для веб- и мультимедийной разработки
- 2 Новая ВОЛС обеспечит Северный Урал и Западную Сибирь широкополосным доступом в Интернет
- 2 Sybase решила расширить свой бизнес в России
- 2 НАИРИТ оценила годовые итоги в области инноваций — ничего утешительного

ИТ-БИЗНЕС

- 8 Региональные компании в условиях кризиса. Продолжение темы
- 9 Электронные аукционы: кому на пользу, кому во вред
- 9 В 2010-м рынок встраиваемых сис-

тем, вероятно, выйдет на уровень 2008 г.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ

- 10 Процессоры AMD пробилась в семейство ThinkPad



- 10 Outlook обретает современные черты офисного пакета Microsoft

ИНФРАСТРУКТУРА

- 12 Gartner о ситуации на рынке серверов приложений

- 14 Chloride подготовила новое предложение для ЦОДов

PC WEEK REVIEW: ИТ-АУТСОРСИНГ

- 15 ИТ-аутсорсинг в России: состояние сегодня и перспективы на завтра
- 17 Как подготовить сделку по ИТ-аутсорсингу, чтобы уменьшить расходы
- 18 Аутсорсинг ИТ-специалистов: практический взгляд
- 19 Спрос на Managed Services в России будет расти

КОРПОРАТИВНЫЕ СИСТЕМЫ

- 20 Рынок средств BI возглавила тройка мегавендоров

УПОМИНАНИЕ ФИРМ В НОМЕРЕ

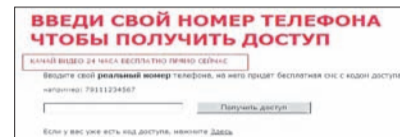
АйТи	15,18	МегаФон	24,25	EPAM Systems	17	Orange Business	
Аквариус	9	МТС	25	Hewlett-Packard	15	Services	15,19
ВымпелКом	15,24,25	Связьинвест	2	IBM	12,14,15,20	Red Hat	13
Информзащита	23	Скай Линк	25	Intel	1	SAP	20
Кварта		Уралсвязьинформ	2	Lenovo	10	Sybase	2
Технологии	9	AMD	10	Microsoft	1,8,9,10,13	Tele2	25
Лаборатория		ASBIS	8	OCZ Technology	1	TKM Computers	8
Касперского	9	Chloride	14	Oracle	13,20		

ЭКСПЕРТИЗА

- 21 Как перейти к более совершенным формам организации совместной работы

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- 23 Детские проблемы взрослого рынка ИБ



- 24 Мобильное мошенничество набирает обороты
- 25 Как вернуть деньги, отправленные SMS-мошенникам
- 25 Wi-Fi: от экстравагантной новинки до основы ответственных приложений

СЕРГЕЙ ГОЛУБЕВ: КОЛОНКА ОБОЗРЕВАТЕЛЯ

Третий путь для регионов



Президент России Дмитрий Медведев утвердил «План реализации Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации до 2011 года». Помимо всего прочего в нем говорится и о внедрении свободнопрограммного обеспечения (СПО) в систему образования. Причем не абстрактно (мол, нужно это дело, и всё тут), а с указанием конкретных показателей и ответственных лиц.

В документе сказано, что к концу 2010 г. 25% общеобразовательных учреждений каждого региона РФ должны использовать ПСПО (пакет свободнопрограммного обеспечения) не менее чем на 50% имеющихся персональных компьютеров. К концу 2011 г. доля таких школ должна превысить 35%. Ответственными за достижение данных показателей назначены Минобрнауки России и органы исполнительной власти субъектов РФ.

Это решение создает ряд проблем как для органов местной власти, так и для компании Microsoft, которая не желает уступить СПО-бизнесу свои довольно прочные на сегодняшний день позиции в системе школьного образования. Их рассмотрению и посвящена эта статья.

Возможно, Microsoft с учетом вышеприведенных цифр придется пересмотреть свои коммерческие предложения учебным заведениям. Минимальные финансовые затраты при этом таковы: неделимый базовый пакет ПО (сама ОС, офисные приложения и лицензии для клиентского доступа к серверным продуктам) для школ будет стоить всего 8 долл. за одно рабочее место. Но подобные условия имеют силу только в случае покупки лицензий на все школьные компьютеры региона.

Совершенно очевидно, что это условие может быть выполнено только в одном случае — если на тех самых 50% машин в 25% (а через год — в 35%) школ будут установлены две системы. Технически это возможно, и «буква плана» формально будет выполнена.

Однако, «установить» и «использовать» — не одно и то же. Конечно, на практике проверить школы на предмет очковитирательства будет непросто, тем не менее некоторый риск такой провер-

ки есть. И не факт, что учебные заведения на него пойдут, ведь наверняка им придется писать отчеты о том, как именно у них применяется СПО.

Microsoft может скорректировать требование с учетом государственной политики. Например, сохранить предложенные цены, если лицензии покупаются хотя бы на половину всех школьных компьютеров региона. Однако пока от имени российского офиса компании никаких заявлений на этот счет не публиковалось.

Допустим, их не будет и в дальнейшем. Тогда в непростой ситуации оказываются ответственные лица в регионах. Вряд ли возможно в столь сжатые сроки полностью перевести школы на СПО. Тем более, что для решения некоторых задач (особенно административно-управленческих) пока можно использовать только проприетарные продукты, не имеющие свободных аналогов.

Строго говоря, в рамках пилотного внедрения ПСПО устанавливался только в кабинетах информатики. Заместитель генерального директора компании «Альт Линукс» (а именно эта фирма выполнила львиную долю работ в рамках пилотного проекта) Алексей Новодворский писал в ЖЖ-блоге ru_foss: «Опросы показывают, что полностью отказаться от Windows образовательные учреждения не готовы». По его мнению, Linux вполне заменяет Windows на уроках информатики. Однако в ближайшей перспективе эта ОС не заменит Windows в административной деятельности школы и по состоянию на сегодняшний день не может служить альтернативой для учителей-предметников, использующих многочисленные обучающие программы.

Иными словами, перевести на СПО всю школу практически невозможно.

Кстати, власть это прекрасно понимает. Именно поэтому план и не требует сто-процентной миграции.

Одно «но» — с позицией Microsoft это плохо согласуется. Судя по их предложению, они не желают «сдавать ни пяди».

Что же делать руководителям на местах, если они хотят и утвержденный президентом страны план не нарушить (а судя по выступлениям Дмитрия Медведева, ответственность за такое нарушение будет повышена), и в программу Microsoft вписаться? Вариантов не много.

Первый — слегка подкорректировать данные инвентаризации учебных заведений. Проще говоря, обмануть Microsoft, заявив ей, что в регионе значительно меньше компьютеров, чем есть на самом деле. Причем сделать это можно внешне совершенно безобидно. Например, в конце года передать «лишние» машины другой организации. А когда лицензии будут получены, «вернуть» их обратно.

Если вспомнить, что самая крупная софтверная корпорация любит, когда пользователи перед ней заведомо виноваты, то рассчитывать на какие-то быстрые ответные меры вряд ли стоит. Проект «Первая ПОмощь» уже доказал, что Microsoft может подождать, но в конечном счете своего не упустит.

Возможно, кто-то пойдет именно таким путем. К сожалению, руководителей, мыслящих категориями «после нас хоть потоп», у нас еще хватает. Отложенный риск они риском не считают.

Но хочется верить, что так долго встраиваемая вертикаль власти все же заработает. И подобные горе-начальники будут вовремя отстранены от принятия решений, расплачиваться за которые придется их преемникам. Хотя особого оптимизма тут нет — достаточно вспомнить, что ни один из чиновников, ответственных за то, что в школах вообще использовался контрафактный софт, не был наказан.

О втором пути уже говорилось — установка двух систем на одну машину. По сути дела, это тот же первый способ, только в профиль. Имеет место не радикальное решение проблемы, а всего-навсего временное «затыкание дыры». Чиновник при этом опять же рискует оказаться крайним — вдруг серьезно проверят именно его регион.

Но есть и третий путь. Алексей Новодворский в ЖЖ-блоге ru_foss пишет: «Совершенно нормальной будет закуп-

ка школой или муниципальным управлением образования бессрочной академической лицензии Windows (от 80 долл.) на то небольшое число компьютеров, где ее нет и где она пока еще реально нужна. Тем более — закупка компьютеров с OEM-лицензией Windows. На те же компьютеры ОУ (образовательные учреждения) могут закупать отечественный проприетарный софт с большими скидками. А мы предоставим им полный комплект свободных приложений для Windows».

И это может оказаться наиболее эффективным в контексте финансовых затрат и долгосрочной перспективы решением. Исходить следует из того, что сведения о доминировании контрафактного ПО в школах сильно преувеличены. Г-н Новодворский утверждает, что в тех регионах, которые проводили оценку числа имеющихся лицензий, их оказывалось не менее 70%. Самые пессимистичные оценки других регионов — 50%.

Таким образом, часть регионов может запросто обойтись и без специального предложения Microsoft. Достаточно только провести полную ревизию обычных лицензий — вполне возможно, что их будет достаточно. В самом худшем случае придется перераспределить компьютеры между школами и кабинетами.

Например, «вдруг» выяснится, что кабинет информатики полностью оснащен машинами, поставляемыми в рамках известной президентской программы, и с лицензией на Windows там все в порядке. Хотя именно для информатики Windows уже не нужен, что доказано пилотным проектом. Если отдать эти компьютеры (или их часть) другим предметникам, которые пока не могут обойтись без проприетарного ПО, то школе вообще ничего не придется покупать.

Разумеется, этот путь — самый трудоемкий для местных администраций. Надо проводить ревизии, придумывать планы перераспределений, если это необходимо. То есть — работать (возможно, даже иногда покидать пределы своего кабинета), а не только принимать решение о выделении денег из бюджета.

С другой стороны, никто не может поручиться, что именно выбор метода решения этой проблемы не станет тем самым пробным камнем, на котором федеральная власть решит проверить профпригодность чиновников на местах. Чтобы наконец понять, кто может руководить, а кто только «рукой водить». □

Развивайте свой бизнес вместе с Apple и «Марвел»!

Компания Apple широко известна во всем мире, благодаря своим инновационным продуктам.

Компания «Марвел» 18 лет работает на дистрибьюторском рынке России и стран СНГ, представляя продукцию более 70 производителей.

Работайте с нами и Вам откроются новые возможности сотрудничества по продукции Apple: развитая система логистики, гибкое ценообразование, товарные кредиты, маркетинговая поддержка.

Компания «Марвел» ведет активную информационную и техническую поддержку партнеров, организует обучение по продукции и авторизацию у производителей оборудования, осуществляет доставку в регионы с возможностью выбора оптимальных транспортных схем.

Добьемся успеха вместе!



iPod touch



iPod classic



iPod nano



iPod shuffle



MacBook Pro



MacBook



MacBook Air



Mac mini



iMac



Cinema Display

Mac Pro

Заполните регистрационную форму на нашем сайте и станьте партнером «Марвел»
www.marvel.ru Санкт-Петербург (812) 326-3232 Москва (495) 745-8008



**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. БОГОЯВЛЕНСКАЯ,

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", "Гелиос" фирмы TypeMarket.

На зависть...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 1

не февраля один из членов рабочей группы, президент госкорпорации "Роснано" Анатолий Чубайс заявлял журналистам, что площадка для центра будет определена к середине 2010-го, а то и к его концу, но уже 9 марта Дмитрий Медведев собрал по этому вопросу совещание, на котором обсуждались вполне конкретные предложения.

Как следует из стенограммы заседания, в тот момент среди возможных мест размещения рассматривались Томск, Новосибирск, Санкт-Петербург, Обнинск, Дубна, ряд территорий в непосредственной близости от Москвы, включая земли между МКАД и Троицком, ряд участков по Новорижскому и Ленинградскому шоссе.

По итогам обсуждения президент пообещал окончательно определиться с площадкой в течение нескольких дней. И как заявил его помощник Аркадий Дворкович, выбор будет сделан исходя из таких критериев, как развитость инфраструктуры и доступность будущего центра.

На совещании г-н Медведев также поручил принять решение о создании управляющей компании, которая будет заниматься данным проектом, включая разработку подробного бизнес-плана и поиск источников финансирования. По словам г-на Дворковича, предполагается, что финансирование будет производиться из федерального бюджета в части содействия развитию инфраструктуры, разработки проектной документации по коммерческим объектам, а также в части научной инфраструктуры. Остальные объекты (в том числе и социальные), большинство из которых будет относиться к коммерческой инфраструктуре, станут обеспечиваться в рамках софинансирования.

Точку в решении вопроса о месте будущего "иннограда" президент поставил 18 марта на встрече в Кремле с победителями международных олимпиад школьников и студентов, а также студентами вузов — президентскими стипендиатами. Свой выбор в пользу чистого поля площадью 370 га рядом с деревней Сколково Одинцовского района Московской области г-н Медведев объяснил тем, что строить центр нужно в том месте, где уже есть неплохой задел для того, чтобы сделать это быстро.

В тот же день г-н Сурков в интервью телепрограмме "Вести недели" прокомментировал это решение в том смысле, что в России безусловно есть масса уже действующих научных центров, но выбор сделан, и он не должен никого обижать. По уверению г-на Суркова, мы должны понять, что наша задача — выйти на другую ступень цивилизации. Нет смысла делать евромонтаж в нашем советском доме, а нужно построить новую Россию с новой экономикой и для этого иногда очень полезно вырваться в чистое поле.

Для того чтобы определиться с координатором проекта, президенту потребовалось еще несколько дней. 23 марта в Ханты-

Мансийске состоялось заседание Комиссии по модернизации и технологическому развитию экономики, на котором г-н Медведев высказал мысль о том, что с учетом масштабы предприятия и необходимости заинтересовать в его реализации не только государственные структуры, но прежде всего российский бизнес, он считает именно бизнесу в лице Виктора Вексельберга и нужно возглавить российскую часть координирующей структуры.

Президент подчеркнул, что также должен появиться соответствующий научно-консультационный совет и иностранные партнеры, в том числе и хорошо известные представители зарубежных научных кругов и бизнеса.

Помимо этого г-н Медведев дал поручение Правительству подготовить в течение месяца предложения по созданию особого правового режима на территории будущего центра. По убеждению президента, он не может стать просто неким обычным кусочком земли, подчиняющимся общим правилам, поэтому если потребуются соответствующие изменения в законодательстве, они будут приняты.

Первая реакция

Несмотря на то что в настоящий момент проект создания технологического центра практически не имеет четких очертаний, мы попробовали опросить экспертов и участников рынка, задав вполне простой вопрос, может ли из всей этой затеи выйти что-то путное, или мы снова получаем очередную "технопарковский" долгострой, в котором по его завершении еще не факт, что появятся резиденты.

По мнению быстрее всех отреагировавшего эксперта, который, правда, захотел остаться неназванным, с учетом прямой или косвенной заинтересованности в проекте крайне авторитетных представителей бизнеса и высокопоставленных чиновников, долгостроя может и не случиться. Однако это не отменяет тот факт, что в качестве места для центра был выбран наихудший вариант из всех рассматриваемых. По его мнению, из затеи, безусловно, что-то может получиться, но реализовать ее будет раз в десять сложнее, чем в тех же Новосибирске или Томске, где нет колоссального давления столичного рынка труда. Кроме того, в Подмосковье множество других ограничивающих факторов (например дефицит электроэнергии), каждый из которых внесет свою лепту в высокую конечную стоимость аренды в "иннограде".

Подобные же опасения выразил и президент Ассоциации разработчиков ПО РУССОФТ Валентин Макаров, который отметил, что Сколково находится слишком близко к Москве на очень дорогой земле. Государству понадобится вкладывать огромные средства для субсидирования стоимости аренды. При этом деньги нужны будут и для переезда в Сколково значительной массы инновационного населения. В результате, считает г-н Макаров, учитывая рискованный характер инновацион-

ного технопарка самого по себе, наличие высоких дополнительных расходов делает весь проект практически нереализуемым. Он будет уступать в конкурентной борьбе за кадры аналогичным центрам в Дубне, Томске, Зеленограде, Санкт-Петербурге и т. д. Чтобы сделать его победителем, нужно будет искусственно затормозить все остальные проекты, а это было бы просто неразумно.

На то, что "инноград" может быть построен без учета людской составляющей, объективно являющейся основным фактором развития инноваций, указывает и аналитик Михаил Елашкин. В отношении проекта у него сейчас доминируют более чем негативные предчувствия, выражающиеся в ощущении, что ответственные чиновники никогда не занимались наукой или технологическими исследованиями, но зато собаку съели на освоении государственных средств и строительстве бизнес-центров с сумасшедшей арендной платой. "У нас что, отсутствуют помещения для того, чтобы открыть свое дело?" — вопрошает г-н Елашкин. По его заверению, еще никому не удалось создать научную школу, начав со строительства зданий: "Наука — это люди, знания, традиции, особые отношения в социуме. Но как объяснить это Грызлову с Петриком?"

В своем кратком комментарии исполнительный директор АП КИТ Николай Комлев также прозрачно намекает на то, что успех американской долины был вовсе не в строительстве. Правда г-н Комлев не исключает успеха предприятия, философски оставляя место чуду.

Почти наверняка вероятность чуда не сбрасывает со счетов и председатель совета Лиги независимых экспертов в области ИТ (ЛИНЭКС) Сергей Карелов. Однако сейчас он поостерегся от преждевременных комментариев, сославшись на то, что пока к проекту есть только вопросы, ну а то, что в итоге может получиться "как всегда", известно еще со времен высказывания Черномырдина.

Начавшийся на нашем сайте электронный опрос читателей в настоящий момент демонстрирует, что определенное их число жизнеспособность сколковского начинания вполне допускает. Большинство из них уверено, что для успеха потребуется установить жесткий контроль за выделением и использованием финансовых средств, а также определить четкую программу реализации проекта.

На вопрос, при каких условиях резидентами центра захотят стать ИТ-компании, наиболее популярные ответы в настоящий момент — развитая бизнес-инфраструктура, отсутствие коррупционного давления и предоставление налоговых льгот.

Возвращаясь к нашим экспертам, стоит отметить, что критике некоторых из них также подверглась концепция развития в Сколкове сразу всех приоритетных направлений. Высказывалось мнение, что ядерных технологий в центре быть не может по определению, равно как и маловероятна разработка космических решений. Биотехноло-

гии развивать, казалось бы, можно, однако если налаживать опытное биопроизводство, то потребуется масштабная санитарная зона или сверхсложная система планировки.

Концепция конгломерата технологий вызывает ряд дополнительных вопросов и у заместителя директора ITResearch Василия Мочара. В его понимании по ряду направлений (например, ИТ) отставание России вряд ли будет в обозримом будущем ликвидировано. Поясняет он это тем, что если говорить о науке и технологиях, то мы добивались настоящего успеха только в случаях прозрений нескольких гениев или фокусировки сил всего государства. Сейчас подобного самопожертвования не предвидится и, значит, на какие-то реальные прорывы надеяться смысла нет.

По мнению г-на Мочара, это вовсе не означает, что в мировом разделении труда России отведена роль исключительно потребителя. Наш менталитет плохо приспособлен для конвейерного производства, но совсем другое дело так называемое опытное производство, которое включает создание новых технологических процессов, апробирование технической документации, оказание технической помощи предприятиям в серийном освоении изделий и процессов. Помимо овладения новейшими технологиями выпускаемая на нем продукция обладает высокой продажной стоимостью вследствие своей уникальности. Хорошим примером служит достаточная конкурентоспособность нашей военной техники на международном рынке.

Именно в таком аспекте (отладка взаимоотношений с держателями технологий и занятие ниши "опытного" мирового производителя) г-ну Мочару хотелось бы рассматривать Сколково, которое в каком-то смысле тоже является опытным проектом, показывающим способность России интегрироваться в мировой бизнес на недискриминирующих условиях.

Как не трудно заметить, мнения респондентов в изрядной степени разделились. И завершить эту подборку хочется весьма противоречивым комментарием президента консорциума "Инфорус" Андрея Масаловича. Он считает, что проект в Сколкове пока имеет потрясающее преимущество — создается вне сложившихся схем освоения госсредств, а значит, есть шанс хотя бы часть ресурсов потратить на реальное дело. Вместе с тем, по убеждению г-на Масаловича, любой проект "иннограда" в России обречен, пока не придет понимание того, что единственный показатель инноваций, эффективности и конкурентоспособности — это объем несырьевой экспорта. Но за него у нас пока не спрашивают, и даже не планируют, и даже не очень понимают, о чем речь.

Так что, резюмирует г-н Масалович, когда увидите на МКАД указатель на сколковский центр на английском языке, значит появился шанс. Если же все указатели будут на русском, значит это еще один образец котлованного освоения бюджета. □

КОМПЬЮТЕР НАЧИНАЕТСЯ С INTEL®.

Минимизируйте затраты на IT

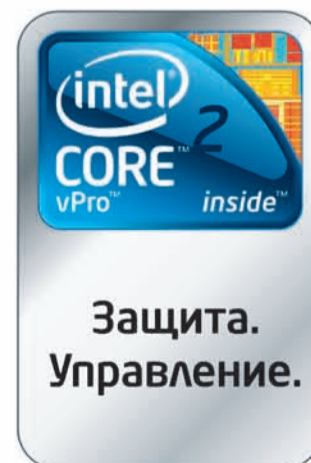
Компьютеры Quartis™ на базе процессора Intel® Core™2 с технологией vPro™ - это высокая производительность, пониженное энергопотребление и более низкая стоимость поддержки:



- ♦ двухъядерный процессор нового поколения
- ♦ улучшенное время отклика и более высокая продуктивность
- ♦ превосходная работа в многозадачном режиме
- ♦ улучшенная управляемость



ООО "Трайтек Инфосистемс"
тел. (8452) 52-01-01
<http://www.tritec.ru>



Производительность системы зависит от конфигурации

Реклама

Intel, Intel Core, Intel Core vPro являются товарными знаками, либо зарегистрированными товарными знаками, права на которые принадлежат корпорации Intel или ее подразделениям на территории США и других стран.

Корпорация Intel не несет ответственность и не осуществляет проверку добросовестности или достоверности каких-либо утверждений или заявлений относительно конкретных компьютерных систем, упоминание о которых содержится в данном документе.

© 2009 г., Celeron, Celeron Inside, Centrino, Centrino Inside, логотип Centrino, Core Inside, логотип Intel, Intel, Intel Core, Intel Inside, логотип Intel Inside, Intel Viiv, Intel vPro, Itanium, Itanium Inside, Pentium, Pentium Inside, Viiv Inside, vPro Inside, Xeon, и Xeon Inside являются товарными знаками права на которые принадлежат корпорации Intel на территории США и других стран. Все права защищены. Реклама.

Кризис по-нижегородски

Продолжаем серию рассказов о том, как в условиях нынешнего кризиса работают региональные компании*. На этот раз во время мартовской партнерской конференции ASBIS, приуроченной к “реинкарнации” нижегородского филиала дистрибьютора, наш обозреватель **Владимир Митин** побеседовал с управляющим компании **TKM Computers Алексеем Герасимом**.

TKM — одна из старейших российских ИТ-компаний, занимающихся изготовлением компьютеров под собственной торговой маркой. Это направление деятельности она развивает с 1995 г. Ныне **TKM** правильнее отнести к многопрофильным фирмам, активно работающим в корпоративном сегменте и занимающимся поставкой и сопровождением комплексных решений на базе аппаратных и программных средств российских и зарубежных производителей.

PC Week: Какие регионы входят в зону интересов вашей компании?

АЛЕКСЕЙ ГЕРАСИМ: Мы предлагаем свои товары и услуги частным и корпоративным клиентам (а это около 3000 предприятий и учреждений) в различных городах Приволжского федерального округа.

PC Week: Как кризис сказался на деятельности компании?

А. Г.: Нам пришлось закрыть компьютерный магазин в Кстово (административный центр одноименного района Нижегородской области, расположенный в 29 км от Нижнего Новгорода и известный прежде всего такими достопримечательностями, как ООО “Лукойл-Нижегороднефтеоргсинтез” и “Всемирная академия самбо”) и сократить производство компьютеров собственной торговой марки (Favogite). Если за год до начала кризиса (сентябрь 2007 г. — август 2008 г.) под этой маркой мы собрали и реализовали около 2000 корпоративных ПК и примерно 3000 розничных компьютеров, то в первый год кризиса (сентябрь 2008 г. — август 2009 г.) эти показатели снизились практически вчетверо. В IV квартале 2009-го ситуация начала выправляться. За последние три месяца минувшего года мы продали около 800 корпоративных ПК и примерно 1100 розничных компьютеров, что заметно лучше аналогичных показателей IV квартала 2008 г. (500 и 600 машин соответственно). Но в целом 2009 г. в смысле объемов продаж ПК для нас оказался примерно вдвое хуже 2008-го. Первые два с половиной месяца нынешнего года можно назвать удачными. Они оказались более чем в два раза лучше аналогичного периода прошлого года, но в то же время примерно на 25% не дотягивают до показателей 2008-го. Однако никто не может сказать, что будет во II квартале текущего года. Неопределенность ситуации по-прежнему очень высока.

Необходимо заметить, что бизнес, связанный с производством компьютеров, носит сезонный характер. Так, например, госструктуры обычно приобретают вычислительную технику в первые шесть месяцев года (ну и в декабре, когда надо во что бы то ни стало потратить деньги, оставшиеся от средств, выделенных на информатизацию), а пик спроса на домашние ПК, как правило, приходится на август и сентябрь, когда родители приобретают компьютеры для подготовки своих детей к определенному этапу школьной или студенческой жизни. Поэтому, говоря о влиянии кризиса, надо учитывать и сезонные факторы.



Алексей Герасим

PC Week: Чем ваши ПК для корпоративных клиентов отличаются от машин для домашних пользователей?

А. Г.: С точки зрения критериев качества — ничем. Обе эти линейки удовлетворяют всем требованиям отечественных ГОСТов для продукции такого рода и имеют соответствующие сертификаты. Разница состоит в том, что домашние пользователи, как правило, приобретают так называемые игровые компьютеры. Эти машины обладают обширными мультимедийными возможностями, и в них обычно устанавливаются мощные аудио- и видеоадаптеры. Кроме того, они комплектуются мониторами, способными реализовать все возможности современных графических карт. Корпоративные ПК в большинстве случаев проще и дешевле. Для их изготовления зачастую вполне достаточно системных плат со “встроенной графикой” и менее производительными процессорами. Но, разумеется, все зависит от требований конкретного заказчика. Обычно мы поставляем не отдельные системные блоки, а готовые решения, включающие средства отображения информации и другую необходимую периферию.

PC Week: Бытует мнение, что в ходе кризиса корпоративные клиенты стали чаще закупать компьютерную технику не у корпоративных реселлеров, а в розничных салонах. Вы с этим мнением согласны?

А. Г.: Если речь идет о федеральных сетях — например, “Эльдорадо” и “М.Видео”, на полках магазинов которых сейчас появилось достаточно много качественной отечественной техники, собранной на подмосковных заводах, — то это утверждение, быть может, и справедливо. Но конкретными цифрами я не располагаю. Сложнее говорить о региональной рознице. Скажем, в Нижнем Новгороде под влиянием кризиса небольших компьютерных магазинов стало заметно меньше. Существенно убавилось и количество соответствующей наружной рекламы. Число сертифицированных сборщиков ПК (в Нижегородской области их около 40) за минувший год практически не уменьшилось, а вот многие “коленочные” сборщики покинули ИТ-рынок.

PC Week: Как в кризисное время у ваших клиентов меняется соотношение спроса на российскую и зарубежную технику?

А. Г.: Многое зависит от самого клиента. Некоторые из них с давних пор являются приверженцами вполне определенной торговой марки. И кризис на их

предпочтения никак не повлиял. Но в целом заказчики все чаще предпочитают приобретать не “компьютеры вообще”, а машины вполне определенной конфигурации, отвечающей спектру решаемых задач. Ведь каждая лишняя опция стоит денег. Понятно, что в этой ситуации позиции российских сборщиков сильнее. Бывают случаи, когда за пример правильной конфигурации берется вполне определенная зарубежная модель, и заказчик, чтобы не переплачивать за торговую марку, просит нас сделать “точно такую же машину”. При этом экономия клиента может достигать 30%. У заказчиков, которые доверяют исключительно импорту, за последние год-два количество предпочитаемых зарубежных марок снизилось с 10—15 до пяти самых распространенных, включая Dell, HP, Acer и Intel, т. е. тех, которые у всех на слуху. Что касается наших корпоративных клиентов, а их примерно три тысячи, то сейчас из них около 15% при выборе ПК отдают предпочтение зарубежным торговым маркам, а около 85% — российским (федеральным или региональным). До кризиса это соотношение выглядело как 35:65, но было тоже в пользу отечественных ПК. Однако если наш клиент предпочитает импортную технику, мы его желания удовлетворяем.

PC Week: Много разговоров ходит о том, что почти весь прошлый год практически все комплектующие для сборки ПК были в дефиците. На ваш взгляд, кто больше виноват в этой ситуации — дистрибьюторы или вендоры?

А. Г.: Ни те и ни другие. Практически все участники ИТ-рынка реагировали на запросы снизу достаточно быстро. А вот таможенное оформление соответствующих товаров порой затягивалось на несколько недель, а то и больше. Но на практике убытки сборщиков ПК от недопоставок комплектующих не так велики — клиенты обычно соглашались на некоторые изменения в списке комплектующих, особенно если это ведет к удешевлению продукции. Так, например, если бы в самом горячем для нас IV квартале 2009 г. у нас не было никаких проблем с комплектующими, то компьютеров мы собрали бы лишь на 3—4% больше.

PC Week: Как вы относитесь к недавнему решению Правительства РФ о том, что очень широкий круг товаров (включая определенные виды компьютерной техники) должен приобретаться федеральными и региональными госучреждениями исключительно посредством открытых электронных аукционов?

А. Г.: Это решение может сэкономить весьма значительные бюджетные средства. В процессе электронных торгов цена лота иногда снижается почти вдвое. В то же время оно может негативно сказаться на качестве поставляемой продукции. Просто потому, что для компаний, уделяющих много внимания качеству товаров, участие в таких аукционах может стать экономически нецелесообразным. Так, например, мы недавно выиграли лот на поставку различного компьютерного оборудования, стоимость которого по сравнению с первоначальной упала более чем на 30% — с 470 до 320 тыс. руб. Но маржа соответствующего проекта для нас составит всего около 2%. Для сравнения: среднерыночное значение этого показателя в нашей области (при реализации коммерческих проектов) — 12%. Утешает лишь то, что с участников государственных торгов денег не берут**. Платить приходится только за годовую аккредитацию компании на соответствующей торговой площадке и получение ЭЦП. К тому же сам процесс участия в электронных торгах значительно проще, чем в традиционных “бумажных” конкурсах или аукционах, поскольку организаторы этих торгов оперируют лишь электронными образами документов, заверенными ЭЦП.

PC Week: До каких пределов может “прогибаться” реселлер в ходе электронных аукционов? Ведь отпускные цены различных дистрибьюторов на тот или иной товар практически одинаковы и определяются ценами вендоров...

А. Г.: Если речь идет о небольших партиях товаров, то дистрибьюторы, как правило, ни на какие уступки не идут. Но если разговор ведется о крупных поставках, то тут между дистрибьюторами борьба за клиента может быть весьма нешуточной. С точки зрения реселлера, очень важны и условия поставок товаров со стороны дистрибьютора или вендора. Скажем, если эти поставки сопровождаются разного рода рибейтами (возврат партнеру части денег при определенном объеме годовых закупок), то реселлер в ходе аукционов может вести более гибкую ценовую политику.

PC Week: Какие задачи вы ставите перед собой на нынешний год?

А. Г.: Прежде всего — расширение клиентской базы. Только за последние два дня наши менеджеры путем активного поиска выявили 17 новых потенциальных заказчиков.

PC Week: Где же они их взяли? Ведь в нашей стране рынок продавцов-покупателей практически сформирован и все заказчики так или иначе уже работают с определенным кругом поставщиков товаров и услуг.

А. Г.: Есть разные способы привлечения новых клиентов. Один из них — предоставление потенциальному заказчику демооборудования, дабы он “своими глазами” убедился в его эффективности. Это весьма действенный способ. Кроме того, очень важны различные условия работы с заказчиком: скорость доставки товара, время реагирования сервис-службы, доступность технической поддержки в любое время суток и т. д.

PC Week: Спасибо за беседу.

НОВОСТИ

ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Продвижение средств разработки Microsoft через партнеров

За месяц до выхода очередной версии одного из своих флагманских продуктов — инструмента Visual Studio 2010 — корпорация Microsoft объявила о появлении нового статуса для своих партнеров — “бизнес-партнер по средствам разработки”, предназначенного для компаний, занимающихся продвижением платформы разработки корпорации. Сам по себе этот факт очень примечателен, поскольку на протяжении многих последних лет Microsoft считала, что для общения с создателями ПО ей достаточно прямого взаимодействия с ними с опорой на свои информационные Web-ресурсы (такие как MSDN.com или TechDays.ru). Однако сейчас для работы в этом конкурентном сегменте рынка таких методов уже явно недостаточно. Особенно если речь идет о задачах продвижения средств разработки в сектор корпоративных заказчиков, выполняющих собственные внутрифирменные разработки. Проблема тут заключается еще и в том, что современные инструментальные пакеты представляют собой весьма сложные комплексы, освоение которых требует поддержки со стороны квалифицированных партнеров поставщика.

Согласно информации Microsoft, партнеры с новым статусом будут иметь ряд преимуществ, в том числе поддержку от корпорации в виде инвестиций в маркетинг, возможности участия в ее промо-программах и мероприятиях для разработчиков, например в TechDays и Клубах архитекторов. Помимо этого сертифицированные партнеры получают добавочные ресурсы технической поддержки, а также могут пройти дополнительное обучение.

А. К.

*Начало этой серии интервью смотри в PC Week/RE, № 18/2009 (www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=119016) и № 20/2009 (www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=118906).

**В коммерческих аукционах комиссия электронной торговой площадки может достигать до 1,5% от конечной стоимости лота.

Не перегибаем ли мы палку с электронными аукционами?

ВЛАДИМИР МИТИН

С 1 января 2010 г. все федеральные ведомства должны начать закупать через специально аккредитованные электронные площадки товары и услуги, утвержденные распоряжением Правительства РФ № 1996-р от 17 декабря 2009 г. С 1 июля 2010 г. этот

ГОСРЕГУЛИРОВАНИЕ

список расширится. Данная инициатива затрагивает и ИТ-рынок. Ведь в распоряжении Правительства РФ № 1996-р в соответствующем списке товаров и услуг среди прочего значатся “канцелярская, бухгалтерская и электронно-вычислительная техника”, а также “услуги по техническому обслуживанию и ремонту оргтехники для офисов, электронных вычислительных машин и используемого совместно с ними периферийного оборудования”.

С 1 января 2011 г. на электронных площадках будут также размещаться все региональные и муниципальные заказы. Предполагается, что работа данных электронных торговых площадок станет осуществляться 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”.

По мнению ФАС России, электронные аукционы, исключая личные контакты между органами власти и поставщиками на стадии размещения заказа, выведут государственный и муниципальный заказ на качественно новый уровень. Однако на практике в связи с запуском электронных аукционов как у заказчиков, так и у поставщиков возникает много практических вопросов. К некоторым из них привлекается внимание даже президента страны Дмитрия Медведева. ФАС России утверждает, что в 2010 г. политика ведомства будет нацелена на разъяснение норм закона и процедуру электронных торгов как для заказчиков, так и для поставщиков с использованием всех доступных способов донесения информации до граждан: с помощью сайта ведомства, пресс-конференций и публикаций в средствах массовой информации, участия представителей ФАС России в специализированных конференциях и круглых столах и т. д.

В ФАС понимают, что для полноценного перехода к электронным государственным закупкам предстоит приложить еще немало усилий. “Требуется переосмыслить под новым углом зрения все аспекты конкурсных закупок: скорректировать действующее законодательство, принять ряд организационных мер, а также спроектировать и реализовать средства программной поддержки”, — сказал начальник управления ФАС России Михаил Евраев. Он подчеркивает ряд важных нововведений, направленных на обеспечение прозрачности процедур госзакупок через электронные аукционы, сокращение трудовых и финансовых затрат для заказчиков и участников аукционов. В частности, вводится так называемая бинарная система, которая позволит участникам избежать составления полного описания товара или услуги, если она полностью соответствует требованиям заказчика.

Также большое внимание уделяется решению проблемы незаконного использования латинских букв в наименовании заказа. Например, если система обнаружит неизвестное ей слово, лот будет автоматически направлен на проверку. Последствиями неправильного написания наименования заказа могут стать аннулирование заказа, санкции согласно Кодексу РФ об

административных нарушениях, передача информации в правоохранительные органы, а также обращение в организацию, совершившие нарушения, для привлечения соответствующих лиц к ответственности.

Михаил Евраев отмечает, что с 2006 г. количество жалоб в сфере госзаказа, поступающих ежегодно в антимонопольные органы, увеличилось многократно. Так, в 2009 г. поступило почти 28 тыс. подобных жалоб, половина из них была обоснованна. Вместе с тем г-н Евраев считает, что система электронных аукционов является требованием времени и приведет к существенной экономии трудовых, финансовых и других ресурсов.

Однако не все участники ИТ-рынка это мнение полностью разделяют. “Я не понимаю, как можно разыгрывать в ходе аукционов сложное оборудование — например, защищенные компьютеры, представляющие собой программно-технические комплексы различной степени сложности, — заметил президент Национальной компьютерной корпорации (он же — президент группы компаний “Аквариус”) Александр Калинин. — Да, на этих аукционах можно разыгрывать мониторы, принтеры и другие типовые устройства, которые у разных производителей по тех-



Александр Калинин: “Я не понимаю, как в ходе аукционов можно разыгрывать сложное ИТ-оборудование!”

ническим характеристикам не сильно отличаются друг от друга. В то же время я не считаю, что постановления органов власти о поставках оборудования для федеральных и региональных структур исключительно посредством электронных аукционов нужно отменять ещё до вступления их в силу. Когда в результате этих аукционов наберется 20—30 случаев поставки некачественной техники по непонятным ценам, то жизнь сама все расставит по своим местам. Правильность или неправильность многих постановлений нельзя доказать теоретически. Здесь главный критерий истинности — практика. Все познается на опыте. Для большинства нововведений можно провести аналогию с маятником: под внешним воздействием он сначала качается в одну сторону, затем в другую. И так далее, пока не обретет некую точку равновесия, которая всех устраивает”.

Сергей Земков, управляющий директор “Лаборатории Касперского” в России, привел курьезный пример того, к чему приводят электронные аукционы. “Один крупный федеральный заказчик (с филиалами во всех регионах России) в прошлом году объявил конкурс на сопровождение внутренней системы, постро-

енной на веб-технологии, — корпоративного портала, который является ключевой системой для этой организации. Так вот, конкурс на сопровождение выиграла компания, которая вообще не известна на ИТ-рынке (тем более как разработчик сложных порталных решений), со штатом в несколько человек, за цену, в несколько раз меньшую, чем начальная цена заказчика. Самое интересное то, что, во-первых, с таким штатом невозможно сопроводить систему, у которой сотни и тысячи пользователей от Калининграда до Владивостока, во-вторых, заказные разработки являются очень специфичным софтом и, как правило, качественно поддерживать его может только сам разработчик”.

По его мнению, конечно же, нельзя отменять существующие правила госзакупок, но необходимо внести в них соответствующие изменения. Необходимо определить, что является технической сложной продукцией, и сформулировать для нее иные критерии отбора, которые бы учитывали и ценовые, и технические критерии, и, кроме этого, позволяли бы предъявлять отдельные требования к квалификации поставщика, к наличию у него настоящей компетенции по данным продуктам или услугам.



Сергей Земков: “При текущей ситуации с требованиями 94-ФЗ и электронными аукционами на верняка победит самое дешевое предложение”

Книга как катализатор развития рынка

ИГОРЬ КОНДРАТЬЕВ

С точки зрения сбыта ПО российский рынок встраиваемых систем выглядит стабильнее традиционного ПК-рынка. Так, к примеру, считает президент “Кварты Технологии” Татьяна Демьянкова, основываясь на опыте своей

ВСТРАИВАЕМЫЕ СИСТЕМЫ

компании, занимающейся дистрибуцией и “классическое” ПО, и программных решений для встраиваемых систем (по итогам 2009 г. примерно 45% оборота этого российского дистрибьютора от продажи ПО Microsoft приходится на сегмент встраиваемых систем).

По словам руководителя “Кварты”, кризисные явления последнего времени сказались, в частности, на структурных изменениях состава заказчиков.

Резкое сокращение числа клиентов, обращающихся за покупкой офисного ПО, компания стала ощущать уже в IV кв. 2008-го. При этом наибольшую долю потерь в клиентской базе составили заказчики среднего масштаба (осуществляющие закупки объемом от 1 тыс. до 10 тыс. долл.) — ключевой для бизнеса “Кварты” сегмент. Меньше стало и крупных клиентов,купающих ПО на суммы свыше 10 тыс. долл.

Между тем в области продажи ПО для встраиваемых систем ситуация совершенно иная. Здесь негативное воздействие кризиса прежде всего привело к сокращению числа совсем небольших заказчиков (с объемом закупок менее 1000 долл.). Количество клиентов среднего размера тоже уменьшилось, однако не в столь заметном масштабе, как в случае классического ПО (число сохранившихся заказчиков этой категории оказалось выше показателя 2007-го), а численность крупных даже выросла.

По прогнозу Татьяны Демьянковой, в

нынешнем году рынок классического ПО будет отставать по темпам развития от рынка встраиваемых систем, который, как рассчитывают в “Кварте”, по объему продаж выйдет примерно на уровень 2008 г., но при этом, конечно же, будет качественно отличаться (поскольку появились системы с более богатыми функциональными возможностями) от соответствующего рынка двухлетней давности.

Как считает руководитель “Кварты”, в настоящее время наиболее массовый сегмент российского рынка встраиваемых систем представлен разного рода информационными киосками и POS-системами, а до недавнего времени очень динамично развивался ещё и сегмент игровых автоматов.

“Конечно, кризис очень сильно ударил по всем, и разработчикам встраиваемых систем пришлось отложить реализацию многих интересных идей, — сказала Татьяна Демьянкова. — Но уже где-то с ноября прошлого года мы ощущаем приток новых заказчиков и надеемся, что к концу 2010-го хотя бы часть “замороженных” в связи с кризисом проектов начнет реализовываться и на рынке встраиваемых систем появятся новые продукты”.

Рассчитывая на оживление рынка, “Кварты” продолжает заниматься его образовательными аспектами. В свое время отсутствие книг по встраиваемым решениям Microsoft на русском языке (при одновременном отсутствии в этих решениях русскоязычной справки) сдерживало знакомство российских пользователей с популярной платформой. Как заметил Станислав Павлов, автор вышедшей в 2006-м книги “Введение в Windows XP Embedded” — первого подобного рода издания на русском языке, — после её публикации в службе технической поддержки компании “Кварты” отметили взрывной рост обращений пользователей с вопросами по

поводу практического применения тех или иных возможностей встраиваемой программной платформы Microsoft. Вслед за этим было отмечено и массовое появление на рынке проектов на базе Windows XP Embedded.

В конце февраля Станислав Павлов, являющийся техническим директором компании “Кварты Технологии”, представил свою новую книгу — “Основы Windows Embedded Standard 2009”. Необходимость её выпуска он объяснил, с одной стороны, ростом популярности платформы Windows XP Embedded среди российских разработчиков встраиваемых устройств, а с другой — появлением новой версии встраиваемой ОС на базе Windows XP Professional

SP3, получившей название Windows Embedded Standard 2009*. Особенностью новой книги стал подготовленный её автором в сотрудничестве со специалистами другой российской компании — “РТСофт” — краткий обзор встраиваемых решений для вертикальных рынков. Хотя книга будет продаваться, в “Кварте” подчёркивают, что издание книг не является для неё коммерческим направлением, а служит исключительно образовательным целям.

Эти же цели компания преследует при демонстрации “живых” встраиваемых систем на площадке открытого в прошлом году в Москве технологического центра Microsoft. В набор демонстрируемых там решений входит, в частности, имитация работы удалённого офиса самообслуживания банка с использованием прототипа информационного киоска. По мнению специалистов “Кварты” и Microsoft, такого рода продукт может оказаться полезным для банков, которые в нынешних финансовых трудностях стремятся сокращать собственные операционные расходы.



Станислав Павлов: “Выход книги по платформе Windows XP Embedded подтолкнул развитие рынка”

* Напомним, что в 2008 г. Microsoft осуществила переименование фирменных встраиваемых операционных систем (www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=119226).

Lenovo встаёт на платформу AMD

ИГОРЬ КОНДРАТЬЕВ

В ряду поставщиков ноутбуков, оснащённых процессорами AMD, произошло очередное пополнение: мобильные ПК такого рода под брендом ThinkPad начала поставлять компания Lenovo. Глобальный анонс

НОУТБУКИ данного события состоялся ещё в начале года на традиционной выставке потребительской электроники CES-2010 в Лас-Вегасе, а в нашей стране компания объявила об этом в начале марта.

Трудно сказать, насколько на соответствующее решение Lenovo повлиял вердикт Еврокомиссии, осудившей незаконную практику Intel, которая, по свидетельству европейских юристов, препятствовала доступу на европейский рынок продукции своего конкурента — AMD, предоставляя финансовые льготы лояльным по отношению к корпорации поставщикам персональных компьютеров; в обнародованных документах в числе таковых, между прочим, фигурировала и компания Lenovo.

Сами руководители Lenovo, однако, появление в семействе ThinkPad ноутбуков на базе процессоров AMD объяснили другими мотивами.

«Последние двадцать лет ноутбуки семейства ThinkPad всегда выпускались с процессорами Intel, — пояснил позицию своей компании вице-президент и генеральный директор Lenovo по России и другим странам СНГ Артур Вей. — С недавнего времени мы видим, что на рынке происходят некоторые важные измене-

ния. Во-первых, AMD вывела на рынок очень интересную продукцию. Во-вторых, у пользователей появился большой интерес к видеотехнологиям, а процессоры AMD очень хорошо эти технологии поддерживают. И в-третьих, Lenovo активно выходит на рынок СМБ и потребительский рынок, а потребителям всегда нужен выбор, поэтому мы и решили установить на новых ноутбуках процессоры AMD».

Кроме того, вице-президент Lenovo по продукции с брендом Think Филип Дэви подчеркнул, что Lenovo вообще не игнорировала продукцию AMD и в течение последних пяти лет продала миллионы настольных систем, оснащённых чипами AMD.

Как бы то ни было, в начале января AMD объявила о расширении сотрудничества с Lenovo практически одновременно с выводом на рынок своей платформы Vision Pro, нацеленной на создание мобильных ПК корпоративного назначения. Vision Pro теперь положена в основу новых ноутбуков Lenovo ThinkPad X100e и мобильных ПК серии ThinkPad Edge.

Модель ThinkPad X100e позиционируется компанией как профессиональный ультрапортативный ноутбук начального уровня (его примерная цена в минимальной конфигурации составляет 500 долл.) и, согласно замыслу разработчиков, служит неким компромиссом между недорогими нетбуками (как устройствами с ограниченной функциональностью) и полноценными мобильными ПК премиум-класса, имеющими недоступную

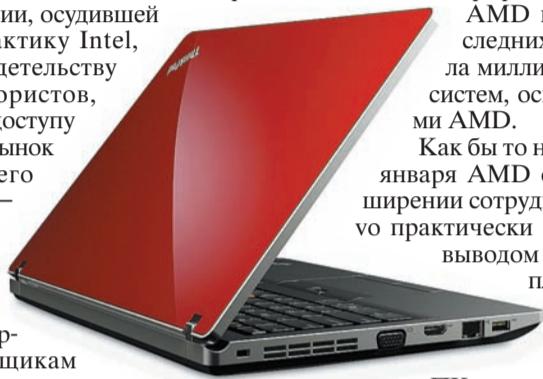
для широкого круга пользователей цену. ThinkPad X100e оснащён 11,6-дюймовым дисплеем и предусматривает использование трех- или шестиэлементной аккумуляторной батареи; последний вариант обеспечивает примерно 5 ч автономной работы, при этом масса ноутбука составляет 1,5 кг.

В настоящее время данная модель базируется на процессоре Athlon Neo MV-40; на II квартал этого года запланирован выпуск моделей на двухъядерных процессорах семейства Turion.

Что касается серии ThinkPad Edge, то, по утверждению представителей Lenovo, она создана специально для предприятий СМБ (в представленной на сайте Lenovo классификации ноутбуков эта же целевая аудитория обозначена и для мобильных ПК серии ThinkPad SL). В настоящее время на российском рынке доступна только модификация ThinkPad Edge с диагональю 13,3 дюйма, оснащённая четырех- или шестиэлементной батареей, а во II квартале этого года компания обещает также вывести на рынок 14- и 15-дюймовые ноутбуки серии ThinkPad Edge. 13,3-дюймовая модель комплектуется двухъядерными процессорами семейств Athlon или Turion. (Следует отметить, что в этой же серии Lenovo уже имеет и мобильные ПК на базе процессоров Intel.)

По информации AMD, в ближайшее время Lenovo планирует выпустить на основе чипов AMD мобильные компьютеры семейства IdeaPad.

Говоря о стратегии компании на рынке мобильных ПК-систем, руководители Lenovo подчеркнули, что в течение многих лет семейство ThinkPad было нацелено преимущественно на рынок крупных корпоративных пользователей. Однако в настоящее время гораздо быстрее растёт сегмент СМБ, и поэтому компания решила выпустить модели, как раз предна-



ThinkPad Edge: ещё пару лет назад трудно было представить "красный" ноутбук в семействе ThinkPad

Пингвину нет места на клавиатуре?

Как известно, практически на всех современных ноутбуках, включая и устройства Lenovo, имеется клавиша запуска Windows-приложений. Между тем поставщики мобильных ПК, в том числе и Lenovo, в последние годы декларируют возможность покупки пользователем ноутбуков с предустановленной ОС Linux (вместо Windows) или вообще без операционной системы. Однако в любом случае в распоряжении пользователя на клавиатуре остаётся только клавиша с гравировкой "окон" (пусть даже и перепрограммированная под Linux). И это обстоятельство, вообще говоря, может служить ещё одним поводом для акций антимонопольных служб против Microsoft.

значенные для данного сегмента. Как считают эксперты IDC, в данный сегмент попадают ноутбуки стоимостью от 400 до 1100 долл.

По словам Филиппа Дэви, разрабатываемые мобильные компьютеры для СМБ, специалисты Lenovo — помимо стоимостных ограничений — руководствуются также требованиями высокой надёжности устройств (необходимость обеспечения которой вызвана тем, что предприятия соответствующего масштаба, как правило, не имеют в своем штате специалистов по обслуживанию ИТ-оборудования) и стильного дизайна (потребность в нем была выявлена в ходе выполненных Lenovo опросов партнёров компании и пользователей её продукции).

В соответствии с оценками IDC, в 2010-м на рынке СМБ в глобальном масштабе будет продано 45 млн. мобильных ПК, что составит четверть совокупного мирового рынка ноутбуков. В Lenovo рассчитывают, что за счёт активизации компании в сегменте СМБ её доля на корпоративном рынке в целом увеличится. В настоящее время, по свидетельству Lenovo, соответствующий показатель составляет 15%.

Outlook 2010 соответствует стилю Office 2010

ДЖИМ РАПОЗА

Выпустив несколько лет назад Office 2007, Microsoft внесла радикальные изменения в свой ключевой офисный пакет, снабдив его совершенно новым интерфейсом и множеством дополнительных возможностей. Однако один из компонентов пакета не претерпел значительных изменений — это почтовый клиент Outlook. Конечно, в нем появились некоторые новые функции, но в целом Outlook 2007 очень похож на своих предшественников. В нем даже не был полностью реализован ленточный интерфейс, который воплощен в других входящих в состав Office 2007 приложениях.

ПЕРВЫЙ ВЗГЛЯД Выпуская версию 2010, Microsoft приводит Outlook в соответствие с остальными компонентами Office. Я тестировал бета-версию Outlook 2010 и пришел к выводу, что теперь этот продукт имеет практически тот же самый интерфейс, что и другие приложения из состава Office 2010, а также обладает некоторыми довольно важными новыми функциями. Одни из них будут полезны бизнес-пользователям, а другие способны на первых порах вызвать замешательство.

Запустив бета-версию Outlook 2010, пользователи сразу заметят, что Microsoft снабдила ее полноценным ленточным интерфейсом, характерным для Office 2010. Это может вызвать недоумение у тех, кто пропустил версию Office 2007, но я пришел к выводу, что это полезное новшество, поскольку отныне все приложения Office выглядят единообразно.

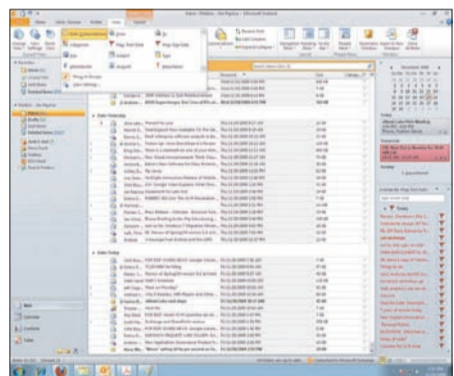
Другое усовершенствование связано с отображением почтовых сообщений в Outlook 2010. Если уже в прежних версиях их можно было упорядочить по адресатам, то теперь такой порядок действует по умолчанию. Он позволяет просматривать переписку с определенным корреспондентом за длительное время, включая отправленные ему сообщения.

В целом идея упорядочивания по адресатам мне нравится, но она не лишена недостатков. Например, когда вы быстро просматриваете сообщения, то очень легко удалить всю переписку, если вы захотите всего лишь стереть одно послание. Кроме того, при щелчке мышкой по переписке сначала открывается самое свежее сообщение, даже если вы еще не успели прочитать предыдущие. Чтобы открыть их, придется сделать еще несколько щелчков мышкой. Но если упорядочивание сообщений по корреспондентам вам не подходит, вы можете без труда его отключить и вернуться к классическому порядку.

Одна функция реализована в этой бета-версии довольно примитивно, но может обрести большое значение в окончательном релизе. Она называется Social Connect и позволяет обнаруживать присутствие в социальных сетях тех людей, с которыми вы связываетесь с помощью Outlook. Например, когда вы просматриваете сообщение посредством Outlook, то можете видеть его самые свежие высказывания в сети Twitter или обновления его статуса в сети Facebook, а также другую социальную информацию о нем. Однако бета-версия Outlook 2010 способна под-

ключиться лишь к единственной "социальной сети" — Microsoft SharePoint.

Одна из уже доступных новых функций Outlook 2010 — Quick Steps. В сущности, речь идет о простых, выполняемых по щелчку мышкой задачах, которые уско-ряют часто повторяющиеся при работе с



Впервые появившаяся в бета-версии Outlook 2010 функция Quick Steps позволяет пользователям с помощью одного щелчка мышкой решать часто возникающие при работе с Outlook задачи. В Outlook 2010 имеется несколько заранее настроенных Quick Steps, но пользователи могут создавать свои собственные функции

Outlook действия. С помощью Quick Steps я мог быстрее сохранять сообщения в виде файлов, создавать групповые рассылки и организовывать встречи на основе переписки с конкретным лицом. Довольно легко можно создавать собственные Quick Steps с использованием стандартного помощника, подсказывающего нужные правила.

Кроме того, в бета-версии Outlook 2010 есть несколько прекрасных функ-

ций для включения в почтовые сообщения внешнего контента. Теперь Outlook обзавелся базовыми возможностями редактирования изображений, благодаря которым я мог импортировать изображение в сообщение и слегка его отредактировать — например, обрезать. Понравилась мне и новая функция предварительного просмотра вставляемого контента. Она позволяет еще до операции вставки видеть, как будет выглядеть помещенный в сообщение контент. Теперь появилась и возможность напрямую вставлять скриншот какого-либо приложения в Outlook, не сохраняя его предварительно на диске в виде графического файла.

Конфигурирование учетных записей и управление ими также претерпели некоторые изменения. Вместо стандартного меню File в Outlook 2010 появилась функция под названием Backstage. Это окно, в котором производится настройка. Оно открывается при щелчке по закладке File, которая находится на ленте. Мне понравилось, что это позволило собрать в одном месте стандартные функции управления, сохранив при этом большинство диалоговых окон для задания отдельных настроек, ставших привычными для пользователей.

Управление в Outlook 2010 упрощено и благодаря некоторым другим новым или быстрее работающим функциям. К ним относятся предлагаемые программой списки контактов, составленные на основе перечня адресатов ваших сообщений, прекрасная функция предварительного просмотра календаря для планирования встреч и усовершенствованное управление несколькими учетными записями, включая внешние почтовые системы SASS.

SONY

VAIO

Невероятная легкость
и восхитительная
элегантность!

VAIO серии X

Невероятно легкий

Прикоснитесь к VAIO серии X, и вы поймете, что это особенный ноутбук.

Благодаря его **абсолютно плоскому корпусу из углеродного волокна толщиной 13,9 мм**, который весит **всего 780 грамм**, его легко носить в одной руке или подмышкой. Он настолько тонок и изящен, что его присутствие в сумке будет практически незаметно, идете ли вы на встречу с друзьями или отправляетесь в отпуск.

Всегда на связи

Оставайтесь на связи с друзьями и близкими во время поездок. Работайте в Интернете, проверяйте почту, общайтесь в видеочате с помощью **технологии мобильной широкополосной связи VAIO everywair 3G**.

Вам больше не нужны точки общего доступа в сеть. Выйти в Интернет теперь можно через мобильную телефонную сеть с помощью удобно подключаемой SIM-карты.

«Sony», «VAIO» логотипы являются зарегистрированными торговыми марками или товарными знаками Sony Corporation. Реклама. Товар сертифицирован

Длительное время работы без подзарядки

Энергоэффективная технология увеличивает **время работы батареи до 8 часов** беспроводной работы на компьютере. Это время можно увеличить вдвое, если использовать дополнительную батарею LL.

Стильные аксессуары

Сделайте свой ноутбук еще мобильнее и эффективнее с помощью **аксессуаров, созданных специально для ноутбуков VAIO серии X**. Они созданы так же качественно и тщательно, как и сам ноутбук.

- Высококачественная кожаная сумка **VGP-CKX1** защитит ваш ноутбук
- Простота беспроводной работы с лазерной Bluetooth®-мышью **VGP-BMS10/S**
- **Батарея LL VGP-BPX19** с увеличенным временем работы обеспечивает возможность пользоваться ноутбуком до 16 часов

РОСКО

www.rosco.ru

ООО «РОСКО» —
официальный дистрибьютор Sony

Москва
Тел. +7 (495) 795-04-00
Санкт-Петербург
Тел. +7 (812) 633-03-56

Рынок серверов приложений в исследовании Gartner

АНДРЕЙ КОЛЕСОВ

Сегмент программных средств, относящихся к категории серверов приложений, является одним из старейших в системе корпоративного инфраструктурного ПО, но при этом никак нельзя сказать, что на нем “все тихо и спокойно”.

АНАЛИТИКА

Напротив, как раз тут на протяжении всей своей истории (наверное, за точку отсчета ее современного этапа можно взять середину 90-х годов) он отличается острой конкуренцией и постоянным появлением новых игроков, реально угрожающих позициям традиционных лидеров. Сейчас можно говорить о начале нового витка борьбы, который во многом определяется началом широкого использования таких моделей, как сервисно-ориентированная архитектура (SOA), Cloud Computing (облачные вычисления) и Open Source. Анализ современной ситуации на рынке серверов приложений содержится в выпущенном этой осенью отчете “Магический квадрант для серверов приложений масштаба предприятия” (Magic Quadrant for Enterprise Application Servers) компании Gartner.

Что такое сервер приложений

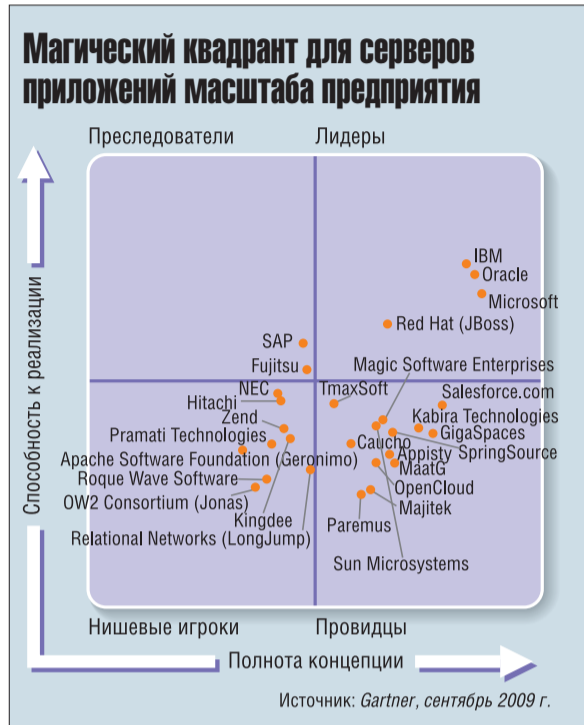
В самом общем виде определение сервера приложений выглядит так: это ПО, которое является контейнером для исполнения бизнес-логики прикладных программ, то, что часто называется также ПО промежуточного уровня (middleware). По сути это высокоуровневый функционально-объектный слой (он соответствует термину Framework, до сих пор не имеющему общепринятого перевода на русский язык), функционирующий в среде ядра ОС и обеспечивающий исполнение программ, написанных с помощью вполне определенных программных моделей, в частности, таких наиболее известных, как Java Platform, Enterprise Edition (Java EE); Spring Framework, Microsoft .NET Framework и Common Object Request Broker Architecture (CORBA). Некоторые такие модели ориентированы на применение одного языка программирования (например, Java EE),

другие (в частности, .NET Framework и CORBA) позволяют применять несколько разных языков. Какие-то модели используют декларативный подход к программированию на базе графического описания и применения метаданных. Какие-то придерживаются традиционных

специализированные системы, ориентированные на решение определенного класса задач. Примером такого ПО является, в частности, платформа “1С:Предприятие”.

В функции сервера приложений входят управление оптимизацией системных ресурсов (память, потоки и пр.) и обеспечение связи приложения с внешними ресурсами (включая базы данных, сети и другие приложения). Данное ПО отвечает также за качество поддержки (доступность, надежность, безопасность, управление, производительность, масштабируемость) и развертывание приложений.

В отчете Gartner отмечается, что многие серверы приложений сегодня предлагают также различные дополнительные средства (например, инструменты разработки и средства управления процессами) и по сути являются набором ПО, включающим сразу несколько категорий программных продуктов. В то же время некоторые продукты, представляемые поставщиками как серверы приложений, на самом деле включают только вспомога-



методов, например использования библиотек API и компиляции исполняемых модулей.

Сразу обратим внимание на то, что Windows Server фактически представляет собой набор из сервера приложений (.NET Framework) и собственно операционной системы. Понятно и то, что аналогичный высокоуровневый промежуточный слой нужен не только серверам, но и ПК. Но для настольных систем такое ПО не выделяется исследователями в отдельный класс, во многом потому, что тут доминирует Windows. Отметим также, что кроме серверов приложений общего назначения (именно о них идет речь в данном исследовании) на рынке имеют-

тельные инструменты без самой среды исполнения.

Сегодня на корпоративном рынке доминируют две архитектуры серверов приложений — .NET (только в исполнении Microsoft) и мультивендорская Java EE (ранее известная как J2EE). Но при этом серьезную конкуренцию лидерам составляют новые программные модели, такие как Spring Framework, PHP, Ruby on Rails, Apex Code, Plain Old Java Object (POJO). Серверы приложений могут быть доступны пользователям в виде продуктов, устанавливаемых собственно внутри компаний, или в качестве облачных сервисов, предоставляемых провайдером.

Общая расстановка сил

С точки зрения Gartner, серверы приложений могут применяться в трех основных сценариях:

- “временно-ориентированные” (opportunisticly oriented) проекты — быстрая разработка и развертывание приложений в ответ на бизнес-требования, которые “не могут ждать”. В этом случае время реализации проекта является более важным, чем обеспечение доступности, масштабируемости и т. д.;
- проекты “массового рынка” — не очень сложные прикладные системы, создаваемые небольшими ИТ-компаниями. Здесь важны такие параметры, как низкая стоимость, простота развертывания, поддержки и управления, надежность. Функциональность, масштабируемость и производительность не столь существенны;
- “систематично-ориентированные” (systematically oriented) проекты — реализация критически важных для бизнеса корпоративных систем, рассчитанных на долгосрочный период эксплуатации (не менее трех лет). Наряду с разнообразной функциональностью тут необходимы надежность, безопасность, управляемость, масштабируемость, производительность.

По оценкам Gartner, в 2008 году общий объем рынка серверов приложений составил примерно 2,5 млрд. долл. и в ближайшие пять лет будет расти в среднем на 6,5% в год до величины 3,3 млрд. долл. в 2013-м. Но в магическом квадранте рассматриваются только поставщики продуктов класса серверов приложений масштаба предприятия (EAS) — таких, которые могут применяться в третьем

сценарии. При этом отмечается, что многие такие решения можно успешно использовать и в двух других вариантах.

Первое, что видно в квадранте, — довольно большое число игроков, 28 компаний, некоторые из которых предлагают решения Open Source. Второй важный момент — наличие ряда платформ, изначально ориентированных на вариант облачной вычислительной модели (в частности, нужно обратить внимание на Salesforce.com). В целом, хотя есть четко выделенная группа лидеров, видна острая конкурентная ситуация на рынке, которая предоставляет заказчикам широкий спектр выбора наиболее подходящих им решений. Gartner считает, что в ближайшее время здесь появятся новые серьезные игроки, такие как Google и Tibco, чьи решения (соответственно App Engine и Silver) находятся пока в режиме бета-тестирования.

Gartner отмечает в отчете, что требования пользователей к продуктам категории EAS постоянно изменяются, расширяются. То, что раньше считалось дополнительными возможностями (например, поддержка сервисно-ориентированных интерфейсов и интероперабельности), становится обычными функциями. Обычной технологической практикой является также применение вчерашних инноваций, в частности использование Grid-моделей, микроядерной архитектуры, распределенного кэширования, многоарендной архитектуры (multitenancy). При этом все шире используются отраслевые стандарты, такие как протоколы Web Services и REST (protocol or representational state transfer) API, причем значительную роль при этом играют нормативные регулирующие требования. Хотя некоторые новшества, например расширения класса XTP, поддержка событийно-ориентированного управления процессами или той же многоарендной архитектуры, пока представляют собой конкурентные отличия продуктов.

Одной из ключевых тенденций развития рынка EAS является все более широкое использование модели Cloud Computing. Движение вендоров в этом направлении идет двумя путями: использование в рамках этой модели традиционных продуктов, изначально ориентированных на применение внутри компаний, и разработка качественно новых решений, сразу предназначенных для облачных вычислений. Так или иначе, но именно Cloud выдвигает новые технологические требования, такие как многоарендность и горизонтальное масштабирование. Одни серверы приложений сегодня уже используются в режиме сервиса (service / cloud-enabled application server, SEAP), а другие идут еще дальше и, пополнившись средствами разработки, превращаются в сервисные платформы приложений (application platforms as a service, APaaS). Некоторые вендоры в своих продуктах в той или иной степени используют все эти инновации, но нужно отметить, что их подходы к применению многоарендности различаются.

Группа лидеров
IBM

Семейство ПО IBM WebSphere включает представительный набор EAS-предложений (в том числе серию продуктов WebSphere Application Server — WAS), который покрывает широкий диапазон требований заказчиков: для “временно-ориентированных” проектов (WebSphere sMash), для массового рынка (WAS Community Edition, WAS Express), для масштабируемых корпоративных решений (WAS Network Deployment, WebSphere Virtual Enterprise, CloudBurst Appliance, WebSphere Virtual Enterprise и другие). Некоторые из этих средств доступны в

Модели распределения ресурсов в многоарендной архитектуре

Использование многоарендной архитектуры — один из ключевых принципов создания ПО для облачной модели вычислений. Основная идея тут — применение одного экземпляра системы для обслуживания нескольких заказчиков-арендаторов (в противоположность традиционному подходу, когда каждому клиенту выделяется собственный экземпляр программы (см. об этом также www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=119879). Многоарендность подразумевает возможность для владельцев (арендаторов) использования общих ресурсов. При этом Gartner выделяет несколько моделей реализации этой идеи, различающихся по уровню разделения вычислительных средств.

- Полностью изолируемое владение, нет никаких общих ресурсов (shared-nothing, isolated tenancy). Собственно тут нет многоарендности, но с точки зрения пользователя некоторые аспекты общих ресурсов присутствуют (одни и те же приложения, Web-адреса, единая служба поддержки). У поставщика нет возможности гибкой оптимизации вычислительных ресурсов. Но он может применять свои традиционные продукты в облачном режиме, как правило, на базе технологий виртуализации. Пример: IBM WebSphere on EC2.
- Многоарендность на базе общих технических средств. Для этого используются низкоуровневые средства виртуализации (на уровне ОС) и возможности автоматического масштабирования. Все владельцы имеют общий набор аппаратных средств, но у каждого из них есть полный собственный программный стек поверх слоя виртуализации. Возможности для гибкого автоматического масштабирования носят довольно ограниченный характер. Фактически это также не многоарендная архитектура, здесь нет необходимости использовать специализированные программные модели. Пример: Microsoft Azure .NET Services и SpringSource Cloud Foundry.
- Многоарендность с общими процессами. Сервер приложений запускает все логические экземпляры, но каждый владелец имеет свою собственную изолированную СУБД, логическую или физическую. Большинство других ресурсов являются совместными. Для реализации такого подхода нужны специализированные средства на уровне модели программирования. Примеры: Magic Software uniPaaS и Rackspace Cloud Sites.
- Многоарендность с общей базой данных. Все владельцы работают с одной базой данных (хотя схемы управления данными могут быть изолированными), но бизнес-логика каждого пользователя запускается в виде отдельного экземпляра в сервере приложений.
- Многоарендность с полностью общими ресурсами. Изоляцию логических процессов владельцев выполняет платформа исполнения приложений. Требуется специализированная модель программирования. Примеры: salesforce.com Force.com и Google App Engine.
- Настраиваемая многоарендность. Разработчики приложений, используя доступные стандартные технологии, создают такую прикладную многоарендную систему, какую считают нужной.

► виде облачных сервисов IBM и Amazon Web Services EC2. При этом нужно иметь в виду, что IBM имеет в своем распоряжении мощные наборы средств разработки (Rational) и управления ИТ (Tivoli). WAS-решения базируются в целом на стандартах Java EE и SOA, обеспечивая при этом поддержку разных моделей программирования (в том числе SCA, OSGi/Spring, динамические языки), событийно-процессных и XTP-архитектур, а также виртуализационно-облачных возможностей.

В то же время нужно сказать, что присутствие IBM на массовом рынке пока невелико. Выпущенный в середине 2008 года WebSphere sMash также имеет относительно небольшую установленную базу и весьма ограниченную поддержку со стороны третьих фирм. Продукты для облаков (WAS Hypervisor Edition, CloudBurst Appliance) появились относительно недавно, и пока в этой сфере IBM заметно отстает от лидеров. В целом Gartner отмечает, что стратегия IBM в области APaaS находится в ранней стадии своей реализации.

Microsoft

.NET Framework вместе с Internet Information Server (оба являются интегрированными компонентами Windows Server) представляют собой полный набор функциональности ESA. Правда, отдельного продукта, который можно было бы назвать сервером приложений, у Microsoft пока нет, хотя компания еще год назад заявила о намерении выпустить такое решение (проект Dublin). Кроме того, нужно сказать о такой программной платформе, как Microsoft BizTalk Server. Облачные предложения Microsoft реализованы в виде бета-версии Windows Azure Platform и недавно анонсированной технологии программируемой облачной платформы (xRM).

Преимущество Microsoft — огромная установленная база Windows Server и обширное сообщество разработчиков ПО, что делает ее продукты стандартом де-факто на массовом рынке. При этом компания постоянно наращивает свое присутствие в сфере крупных корпоративных проектов. У Редмонда есть весьма четкая стратегия реализации облачной модели вычислений. Но из достоинств Microsoft вытекают и ее слабые стороны — поддержка одной ОС и использование продуктов от одного поставщика. Из-за традиционной фокусировки на массовом рынке компания постоянно запаздывает с реализацией важных технологических инициатив (например, XTP и SOA). При этом у Microsoft появился ряд очень серьезных соперников (Google, Salesforce, VMware), также ориентированных на массовый рынок, но в конкурентной борьбе использующих иные деловые и технологические модели.

Oracle

Основу EAS-предложений Oracle составляет JEE-семейство Oracle WebLogic Server (WLS), полученное в результате приобретения в 2008-м компании BEA Systems, и собственная разработка Oracle Application Server (она еще поддерживается, но в стратегическом плане не развивается). Кроме того, в группу EAS-продуктов входят средство разработки Oracle JDeveloper, инструмент Oracle TopLink и средство Oracle Enterprise Manager для мониторинга, администрирования и управления. В случае удачного завершения приобретения Sun компания пополнит свой EAS-арсенал еще и целым портфелем EAS-технологий и в результате займет ведущую роль в Java-сообществе.

WLS-семейство в целом фокусируется на поддержке мощных критически важных бизнес-приложений, но при этом от-

вечает требованиям широкого спектра клиентов, в том числе из малого и среднего бизнеса. Эти решения имеют большое распространение на рынке и используют самые современные технологические концепции. Но все же Oracle пока не имеет в своем портфеле EAS-решений, ориенти-

Требования пользователей к продуктам категории EAS постоянно изменяются, расширяются. То, что раньше считалось дополнительными возможностями (например, поддержка сервисно-ориентированных интерфейсов и интероперабельности), становится обычными функциями.

рованных на массовый рынок и обеспечивающих в должной мере поддержку стиля Web 2.0 (хотя приобретение Sun GlassFish может заполнить эту брешь в спектре ПО Oracle). Остановка развития Oracle Application Server представляет опасность в том плане, что нынешние пользователи этой системы могут перейти не на WLS, а на решения других поставщиков. Слишком активная стратегия приобретений порой ставит в тупик заказчиков Oracle, которые перестают ориентироваться в перспективах развития того или иного направления продуктов компании.

Red Hat

JBoss EAS — это JEE5-совместимый JBoss Application Server. Он доступен для бесплатной загрузки (без технической

поддержки) или в составе пакета для предприятий в виде JBoss Enterprise Application Platform с оплатой поддержки по подписке. Кроме того, у Red Hat имеется набор JBoss Enterprise SOA Platform, в него входят сервер приложений и целый ряд технологических решений SOA, включая решение JBoss ESB. На модели программирования JSLEE основано EAS-предложение JBoss Communications Platform, ориентированное на использование в телекоммуникационной отрасли. Для Web-проектов предлагается JBoss Enterprise Web Server, включающий сервер приложений Apache Tomcat. В семейство ПО JBoss входит и целый ряд других продуктов и инструментов, в том числе средства разработки и управления ИТ-инфраструктурой. Все это ПО, бесплатное или получаемое по подписке, распространяется по лицензиям LGPL 2.x или Apache Software и доступно в виде исходных кодов или объектных модулей.

JBoss EAS имеет отличную техническую репутацию на рынке, Red Hat является явным лидером среди поставщиков открытых EAS-решений, ее продукты имеют огромную установленную базу и великое множество партнеров и пользователей. Фактически это единственное Open Source-семейство на ИТ-рынке, которое на равных конкурирует с предложениями ведущих проприетарных вендоров.

Но бизнес-стратегия Red Hat, нацеленная на повышение прибыльности подразделения JBoss, иногда имеет результатом замедление внедрения инженерных инноваций. Компания явно отстает от конкурентов в освоении передовых технологий, таких как XTP, событийное управление и облачные вычисления. Кроме того, широкое продвижение продукта на корпоративный рынок требует иных подходов к маркетингу, продажам и поддержке, нежели используемые до сих пор.

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

Архангельск: Формоза (8182) 65-79-95; Брянск: Артбук (4832) 687-444; Владивосток: В-Лазер (4232) 218-000; ДНС (4232) 300-454; Владимир: Компьютер-Имидж (4922) 33-19-66; Вологда: СИСТЕМА (8172) 529-400; Воронеж: РЕТ (4732) 77-93-39; Екатеринбург: Санрайз (343) 268-88-81; Буква (343) 22-22-025; Трилайн (343) 378-70-70; Клоос (343) 216-17-01; Норд 8-800-2000-787; Ижевск: Корпорация «Центр» (3412) 91-88-11; Казань: НоутбукOFF (843) 264-39-32; Киров: Технополис (8332) 480-888; Краснодар: Владос (861) 210-10-01; SNR (861) 210-00-66; Липецк: Регард-тур (4742) 220-555; Нижний Новгород: Алтэкс (831) 411-87-87; Новосибирск: ГОТТИ (383) 362-00-44; Ливел (383) 212-00-05; НЭТА (383) 304-10-10; Техносити (383) 22-33-770; Норильск: U-tech (3919) 46-73-36; Омск: РИТМ (3812) 20-05-08; Он-Лайн (3812) 200-490; Пермь: НоутбукOFF (342) 270-01-11; Ноутль (342) 210-10-34; Псков: Все для ПК (8112) 72-72-75; Ростов-на-Дону: Иманго (863) 240-40-32; SOLWIN (863) 261-87-65; КМ Союз (863) 295-50-10; Самара: Прагма (846) 270-17-01; Саратов: АТТО (8452) 444-111; Компьюмаркет (8452) 22-36-36; Сургут: Компьютерный супермаркет «ПЕРВЫЙ» (3462) 247-000; Сыктывкар: Эльф (8212) 29-10-83; Томск: Интант (3822) 56-00-56; Тюмень: Арсенал+ (3452) 797-070; Ульяновск: Симбирск-М+ (8422) 420-003; Уфа: Кламас (347) 291-21-12; ФортВД (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.



В Россию идут адаптивные трёхфазные ИБП Chloride

ВЛАДИМИР МИТИН

Новые линейки мощных источников бесперебойного питания (ИБП) фирмы-изготовителя являют миру не слишком часто — иногда раз в десятилетие. Поэтому каждое такое событие имеет особую значимость. В мар-

ЭЛЕКТРОПИТАНИЕ

те состоялась первая в нашей стране официальная презентация трехфазной модульной системы бесперебойного электроснабжения Trinegy, разработанной корпорацией Chloride и предназначенной прежде всего для оснащения крупных корпоративных ЦОДов в соответствии с рекомендациями Евросоюза. По словам менеджера по продукции Chloride Group Андреа Ферро, производство этой системы компания начала в октябре прошлого года. К концу февраля, как сообщил г-н Ферро, ту или иную конфигурацию данной системы в разных странах мира приобрели около 40 компаний.

В России, как отметил генеральный директор “Клорайд Рус” Олег Становов, интерес к различным вариантам ИБП Trinegy (мощностью до 8 МВт) уже проявили три компании из финансовой и телекоммуникационной отраслей. “Этот интерес был проявлен ещё до того, как мы начали продвигать данную систему в России, и до того, как завершили локализацию пользовательской документации и интерфейса (он реализуется с помощью встроенного сенсорного ЖК-дисплея с графическим интерфейсом)”, — рассказал г-н Становов.

Чем же интересна ИБП Trinegy? Прежде всего тем, что, набирая статистику инцидентов, она умеет в реальном времени самостоятельно анализировать качество питающей сети и автоматически переключается между тремя возможными режимами функционирования: работа только от батарей (КПД 96%), двойное преобразование (КПД 98%) и максимальное энергосбережение (КПД 99%). То есть эти ИБП умеют получать идеальную синусоиду на выходе с затратой на “внутренние нужды” только минимально необходимого количества энергии*.

При этом, как отмечает менеджер по продукту “Клорайд Рус” Анатолий Маслов, время переключения между тремя

возможными режимами работы лежит в диапазоне от 2 до 6 мс. Продолжительность автономной работы ИБП Trinegy ограничена только количеством подклю-

чаемых внешних аккумуляторных батарей (они ставятся на выделенные для этой цели стеллажи или заключаются в специальные батарейные кабинеты) и зависит от мощности нагрузки. “Экономически выгодный диапазон времени работы Trinegy в автономном режиме функционирования составляет до 60 мин., — отмечает Анатолий Маслов. — Но при желании его можно увеличить. Каких-либо рекомендаций по качеству или максимально допустимому количеству подключаемых к этому ИБП свинцово-кислотных аккумуляторов нет. Но мы рекомендуем использовать только проверенные временем аккумуляторные батареи крупнейших мировых производителей”.

Внешний вид одиночного ИБП Trinegy приведен на рис. 1. В зависимости от мощности такой ИБП Trinegy включает одну стойку ввода-вывода (с ЖК-дисплеем на лицевой стороне) и до шести силовых стоек с выходной мощностью 200 кВт каждая. В линейке Trinegy три модификации стоек ввода-вывода — на 400, 800 и 1200 кВт (они отличаются друг от друга максимально допустимым количеством подключаемых силовых стоек). К разъемам ввода-вывода этих стоек кабели можно подвести как сверху, так и снизу. Также можно параллельно соединить до восьми одиночных ИБП Trinegy и получить систему с выходной мощностью 9,6 МВт.

Внутренняя архитектура ИБП Trinegy изображена на рис. 2. Из него видно, что основной объем силовых стоек занимают

* Чем меньше энергии рассеивает ИБП в процессе своей работы, тем ниже требования к системе кондиционирования воздуха. По некоторым данным, адаптивные трехфазные ИБП требуют вчетверо менее мощные системы кондиционирования, чем традиционные. По оценкам Chloride Group, в типичном центре обработки данных среднее рабочее значение КПД устройства Trinegy составит около 97,9%.

ность сократить цикл инициализации приложения с недель до минут, устранить до 30% ошибок, уменьшить время тестирования и развертывания ПО. Для выполнения аналогичных работ в частной облачной среде предлагается программно-аппаратный комплекс IBM CloudBurst for Development and Test, включающий аппаратные средства, устройства хранения данных, виртуализованные ресурсы и сетевую инфраструктуру, а также систему управления интеллектуальными сервисами. Для клиентов, которые нуждаются в помощи по выбору конфигурации, оптимально согласующей рабочую нагрузку со способом предоставления вычислительных ресурсов, IBM предлагает сервисы Cloud Infrastructure Strategy and Design Services. Кроме того, IBM открывает новый онлайн-информационный центр по тематике Cloud Computing, который будет функционировать в рамках портала IBM developerWorks.

Решение Smart Business Development and Test on the IBM Cloud будет доступно во II квартале 2010 г. сначала в США и Канаде, а во второй половине года — и в других странах мира.

С. С.

инвертор, выпрямитель, электронный байпас и бустер (Booster). Бустер включает в себя конвертор DC-DC, который преобразует напряжение батарей до величин,

требуемой для работы инвертора (в режиме питания от батарей), и зарядное устройство, которое заряжает батареи при наличии напряжения на входе ИБП. Электронный байпас служит для поддержки питания нагрузки в случае выхода из строя инвертора, перегрева устройства или его перегрузки. Кроме того, в ИБП Trinegy имеется ручной байпас, предназначенный для проведения сервисных процедур.

Как известно, идея адаптивных ИБП не нова и её в разных вариантах реализации (и для устройств разной мощности) используют и другие производители систем бесперебойного питания, например Eaton. По словам Андреа Ферро, система Trinegy среди прочего отличается от аналоговых по назначению трехфазных систем других производителей небольшим шагом наращивания. Он составляет всего 200 кВт (выходная мощность одной силовой стойки).

Также важно отметить, что блок управления ИБП Trinegy обеспечивает не только выбор оптимального режима работы системы, но и следит за тем, чтобы силовые блоки вырабатывали свой ресурс равномерно. Для увеличения КПД ИБП Trinegy этот блок умеет отключать не используемые по мощности модули. Точнее говоря, снижение общей мощности происходит за счет переключения части модулей в режим ожидания, что значительно увеличивает эффективность работы с частичной нагрузкой и снижает эксплуатационные расходы. При этом может применяться во внимание применяемая схема резервирования.

Разработчики Trinegy отмечают, что их детище — результат многолетних исследований Chloride Group в области предоставления надежного бесперебойного питания — обеспечивает так называемую

трехмерную модульность: вертикальную, горизонтальную и ортогональную (что очень актуально для новых ЦОДов, в которых нагрузка вводится постепенно). Первая из них заключается в том, что техническое обслуживание или ремонт 200 кВт силовой стойки не требует отключения всего ИБП, который по-прежнему, хотя и с более низким уровнем резервирования, продолжает обеспечивать защиту нагрузки. Горизонтальная модульность состоит в возможности увеличения мощности одиночного ИБП до 1200 кВт (за счет наращивания количества силовых стоек на любом этапе жизненного цикла устройства), а ортогональная — в возможности доведения мощности системы до 9,6 МВт (за счет включения в параллель до восьми одиночных ИБП). При этом можно использовать различные архитектуры резервирования: например, выходную мощность в 6 МВт можно обеспечить как за счет объединения шести одиночных ИБП (мощностью 1000 кВт каждый), так и за счет применения всего пяти одиночных ИБП (мощностью 1200 кВт каждый).

Кроме того, надежность системы гарантируется тем, что она может постоянно находиться на связи со службой



Андреа Ферро: “В мире ту или иную конфигурацию ИБП Trinegy приобрели уже около 40 компаний”



Олег Становов: “ИБП Trinegy обеспечивают оптимальное управление энергией при работе как с полной, так и с неполной нагрузкой”



Рис. 1. В зависимости от мощности одиночный ИБП Trinegy может насчитывать от одной до шести силовых стоек

LIFE.net, обеспечивающей круглосуточный удаленный контроль и диагностику оборудования (более чем по 150 параметрам). Трёхмерная модульная архитектура позволяет минимизировать первоначальные инвестиции в систему обеспечения бесперебойного питания и гарантирует ее оптимальную загрузку. По данным производителя, ориентировочная стоимость одиночного ИБП Trinegy мощностью 1200 кВт составляет около 245 тыс. евро.

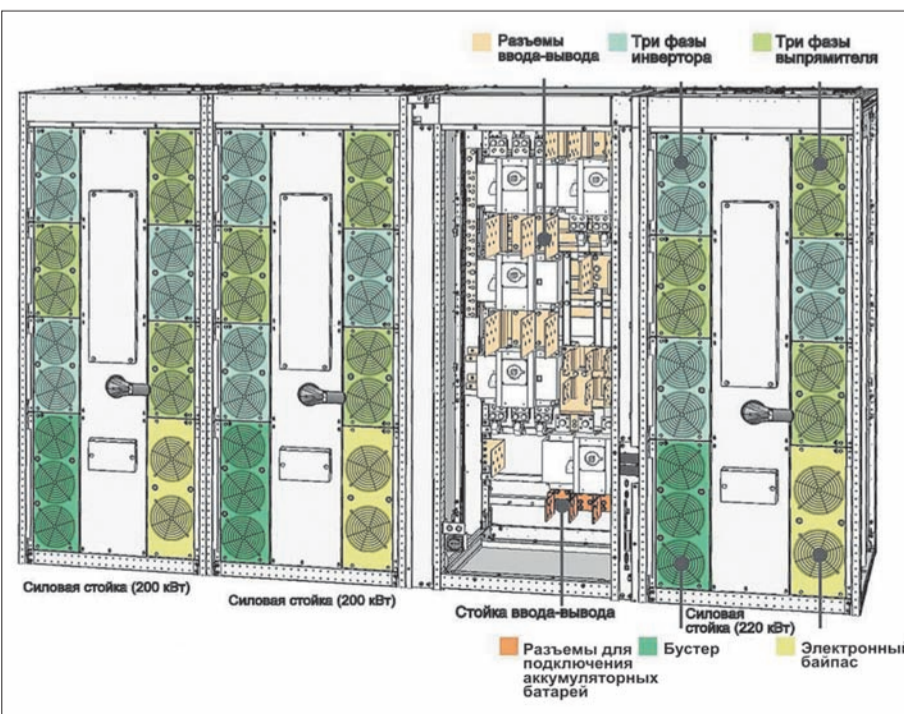


Рис. 2. Внутренняя архитектура ИБП Chloride Trinegy

ВКРАТЦЕ

IBM переносит в облака инструментальные сервисы

Корпорация IBM анонсировала планы по предоставлению онлайн-сервиса для разработки и тестирования программного обеспечения в ее фирменной среде IBM Cloud. В IBM убеждены, что использование технологии Cloud Computing в процессе разработки и тестирования приложений может вдвое снизить расходы на рабочую силу, повысить качество приложений и сократить сроки вывода программных продуктов на рынок. Объясняется это тем, что в рамках традиционных подходов среднестатистическое предприятие выделяет до 50% ресурсов своей технологической инфраструктуры на задачи разработки и тестирования ПО, однако, как правило, большую часть времени эти ресурсы остаются незадействованными.

Сервис Smart Business Development and Test on the IBM Cloud позволяет корпоративным клиентам дополнить свои внутренние процессы разработки и тестирования программного обеспечения облачными. Такая модель дает возмож-

ИТ-АУТСОРСИНГ

МАРТ • 2010 • МОСКВА

<http://www.pcweek.ru>



Вступит ли ИТ-аутсорсинг в пору зрелости

СЕРГЕЙ СВИНАРЕВ

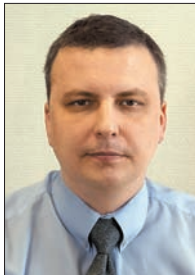
Перевод тех или иных ИТ-услуг на аутсорсинг нередко мотивируется желанием снизить затраты. Казалось бы, сегодня, во время кризиса, когда вопросы экономии выходят на первый план, перед ИТ-аутсорсингом открываются заманчивые перспективы. В какой-то мере такой прогноз подкрепляется опубликованными недавно данными ассоциации стратегического аутсорсинга “Астра”, согласно которым объем этого сегмента российского рынка составил в 2009 г. более 900 млн. долл., а в нынешнем должен вырасти до 1,1 млрд. долл. Тем не менее из докладов, прозвучавших на очередной конференции “ИТ-аутсорсинг”, проведенной компанией АНСConferences в конце декабря, следовало, что в реальной жизни тенденция прямо противоположная. Проведенный редакцией PC Week/RE очередной опрос (см. обзор) также свидетельствует о том, что снижение цены услуг аутсорсера и их качества устраивает далеко не всех заказчиков: 32% предприятий, сменивших провайдера или вовсе отказавшихся от аутсорсинга, объяснили это слишком высокой ценой услуг или получением более выгодного предложения от другого поставщика. Впрочем, сводить все проблемы российского рынка ИТ-аутсорсинга к деньгам было бы неверно. Мы пригласили к обсуждению данного вопроса ряд известных экспертов, а кроме того, позволили себе использовать в данной статье оценки, прозвучавшие на упомянутой конференции “ИТ-аутсорсинг”.

Что дороже

Вот лишь несколько выдержек из выступлений. По словам руководителя службы интеграции информации и операционной отчетности “ВымпелКома” Сергея Шеленцова, часть переданных ранее на аутсорсинг задач по поддержке корпоративной ВІ-системы компании пришлось перевести обратно под собственный контроль, приняв в свой штат 52 сотрудника из фирмы-аутсорсера. Причина банальна — отсутствие финансовых средств. То, что ИТ-аутсорсинг, как правило, дороже, чем выполнение тех же задач силами собственного ИТ-департамента, отмечалось всеми докладчиками. Руководитель ИТ-службы компании “Полюс Золото” Василий Долгов привел даже детальный расчет, показывающий, что привлечение внешних специалистов с финансовой точки зрения оправдано лишь тогда, когда они берут на себя самую некалорифицированную работу. Однако в указанном выше примере “ВымпелКома”, хотя на аутсорсера действительно возложили только первую линию поддержки, ему же оставили и задачи разработки ПО.

Следует понимать, что прямые финансовые затраты не могут служить главным критерием при выборе модели предоставления ИТ-услуг. Как подчеркнул Сергей Шеленцов, аутсорсинг более затратен, но качество услуг при этом заметно выше. Тем не менее вопрос о соотношении цены и качества для заказчика крайне важен. Как должна формироваться цена аутсорсинговых услуг?

По мнению руководителя направления развития сервисных услуг IBM в России и СНГ Валерия Корниенко, цена должна формироваться по рыночным законам: “Есть предложение и есть спрос, и они должны где-то пересечься. Поскольку рынок с точки зрения предложения в России не очень сформирован, мы по-прежнему наблюдаем скачки цен. Новые игроки выходят либо с очень дешевыми предложениями, либо с очень дорогими.



Валерий Корниенко

врезку)

Иными словами, их цены не коррелируют с общерыночными”. “Цена формируется исходя из требований бизнеса, — уточняет директор департамента технической поддержки и аутсорсинга компании “АйТи” Вячеслав Ермолов. — Например, если необходимо предоставлять услугу в круглосуточном режиме, естественно, это будет дороже, чем обеспечение сервиса только в рабочее время. В этом плане очень важным моментом является соглашение об уровне обслуживания, которое и влияет на структуру стоимости услуг”. Руководитель отдела предоставления услуг аутсорсинга Hewlett-Packard в России и СНГ Владимир Зайцев в качестве отправной точки берет расходы аутсорсера: “Обычно цена контракта формируется методом добавления некоторой маржинальности к рассчитанным затратам. Аутсорсинговый контракт может содержать непосредственные указания на достижение тех или иных бизнес-результатов. Поставщик может гарантировать снижение цены с течением времени, гибкое ценообразование в зависимости от объемов, требуемую доступность. Такие обязательства фиксируются в договоре. Их выполнение, собственно, и является бизнес-результатом. Естественно, есть механизм ответственности в виде штрафных санкций за неисполнение обязательств. Иногда предусматриваются поощрения за их перевыполнение”.



Вячеслав Ермолов



Владимир Зайцев



Барт Стаеленс

Как оценить результативность

Думается, не все заказчики согласятся с таким пониманием бизнес-результатов. Ведь они уже не первый год слышат отовсюду о том, что их ИТ-департаменты должны уметь говорить с менеджерами на одном языке, показывая, как те или иные технологии влияют на показатели основной деятельности предприятия. А почему же тогда аутсорсеры

по большей части ограничивают SLA-соглашениями такими критериями, как гарантированная пропускная способность или уровень доступности, несущими откровенно технологическую окраску? Реально ли ставить их в зависимость от достижения бизнес-результатов, запланированных на этапе подготовки аутсорсингового контракта (фактически аутсорсер при этом участвовал бы в прибылях/убытках заказчика)?

“Ставить цены на услуги ИТ-аутсорсинга в зависимости от достижения бизнес-результатов — политика неэффективная, — убежден Валерий Корниенко. — В этом случае ИТ-аутсорсинг либо должен быть и аутсорсингом бизнес-процессов, т. е. он должен охватывать еще и основную деятельность предприятия, либо заказчику остается просто оценивать то, как предоставляются базовые ИТ-услуги. Допустим, что ИТ-аутсорсер будет получать деньги в зависимости от того, принес деньги основной бизнес или нет. Но если провайдер ИТ-услуг никак не может на это повлиять, почему его работа должна оплачиваться таким образом? С этим мало кто согласится”. Похожая позиция и у Вячеслава Ермолова: “На практике такую зависимость никто не использует. За бизнес-результат может отвечать ИТ-руководитель предприятия, но не ИТ-аутсорсер”. По мнению Владимира Зайцева, аутсорсер может влиять на достижение бизнес-результатов по определенным направлениям, но далеко не по всем, а потому нести ответственность за результаты, не связанные с оказываемыми услугами или связанные косвенно, для аутсорсера вряд ли будет приемлемо.

Пример гарантирования бизнес-результатов такого рода приводит директор по стратегическому маркетингу Orange Business Services в России и СНГ Барт Стаеленс: “В условиях кризиса компаниям стало труднее выделять средства на капитальные расходы, поэтому возрос интерес к получению оборудования в составе услуги, или к так называемым управляемым услугам (Managed Services). Это в определенном смысле тоже аутсорсинг — новый вид сервиса, который включает в себя не только сами по себе услуги связи, но продажу/аренду оборудования, его настройку, управление и поддержку. В качестве примера можно привести такие распространенные задачи, как организация подключения частной сети IP VPN заказчика к Интернету, управление маршрутизаторами клиента, его телефонной сетью и предоставление в составе услуги инфраструктурного оборудования для видеоконференций. При таком подходе компания без серьезных инвестиций получает современные телекоммуникационные сервисы, работающие с заданными параметрами и произво-

дительностью как на сетевом уровне, так и уровне приложений”.

Когда наступит зрелость

С подобными аргументами трудно не согласиться, если речь идет о передаче внешнему исполнителю отдельных ИТ-сервисов, но ведь существует еще и так называемый стратегический аутсорсинг, когда внешний провайдер берет на себя все функции внутреннего ИТ-департамента. Более того, степень распространения стратегического аутсорсинга, по мнению некоторых экспертов, является мерой зрелости этого сегмента рынка. Может быть, российский рынок аутсорсинга просто еще не созрел?

“Хотя мы наблюдаем постепенный рост уровня зрелости заказчиков и поставщиков на российском рынке ИТ-аутсорсинга, в сравнении с западными странами нынешний уровень у нас все еще ниже среднего, — считает Валерий Корниенко. — Российские заказчики чаще обращаются к фокусному ИТ-аутсорсингу, они пока еще не готовы работать на стратегическом уровне. Проблема может решиться со временем, искусственно стимулировать продвижение заказчиков в этом направлении невозможно. Когда у них появятся бизнес-задачи, которые решаются с помощью стратегического аутсорсинга, тогда можно будет говорить о новой ступени зрелости рынка”. Вячеслав Ермолов считает, что однозначного ответа на данный вопрос не существует: “Все зависит от отраслевой направленности основного бизнеса заказчика, а также от того, иностранная это компания (или ее представительство) или российская. Если посмотреть по вертикалям, то и у государственных органов мы наблюдаем очень разный уровень зрелости, но это не мешает успешно использовать там ИТ-аутсорсинг”.

По мнению Владимира Зайцева, низкий уровень зрелости и поставщиков, и заказчиков — это одно из серьезных препятствий для роста отечественного рынка аутсорсинга: “Незрелость заказчиков проявляется в их желании минимизировать изменения и максимально контролировать поставщика услуг. Из-за этого они лишают себя возможности получить серьезное сокращение затрат. Еще одна их проблема — нехватка специалистов, которые могут качественно управлять аутсорсером. Ведь это совсем не то же, что управление инфраструктурой. Незрелость же поставщиков проявляется в основном в осторожности инвестирования средств в развитие инфраструктуры для предоставления услуг”.

“Если мы говорим про комплексный ИКТ-аутсорсинг (аутсорсинг информационно-телекоммуникационной инфраструктуры), к нему заказчики пока что



Сергей Шеленцов



Мария Вожегова



Артак Оганесян



Михаил Боровов

Вступит ли...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 15

относятся осторожно, — сетует Барт Стаеленс. — Связано это прежде всего с тем, что на комплексный аутсорсинг нельзя перейти за месяц, за два, даже за полгода. Компаниям в большинстве случаев нужно до него “дорости”, плавно увеличивая уровень услуг, которые оператор оказывает заказчику. Оператору же необходимо иметь высококвалифицированную команду поддержки, которая данного конкретного клиента обслуживает не месяц и не два. Только когда две компании становятся прозрачными друг для друга, устраивают друг друга по качеству сервиса, по стабильности бизнеса, тогда возникает повод поговорить о долгосрочном соглашении и аутсорсинге. Пока очень немногие заказчики в России готовы к этому и по большей части это мультинациональные компании”.

В достаточной ли мере структурирован сам рынок ИТ-аутсорсинга? Есть ли на нем независимые от поставщиков услуг консультанты, способные провести предварительное обследование и дать рекомендации по передаче тех или иных процессов внешнему исполнителю? Нужны ли игроки, берущие на себя ответственность за комплексный аутсорсинговый контракт и заключающие необходимые субконтракты с множеством подрядчиков?

“В России на рынке ИТ-аутсорсинга присутствует довольно много “домашних” дочерних компаний, в то время как независимых поставщиков явно недостаточно, — убежден Валерий Корниенко. — Консультанты, которые способны провести предварительные исследования, в основном работают в “большой консалтинговой четверке”, а также в IBM и HP. Российских компаний, способных удовлетворить потребности заказчиков в этой области, пока нет. Точнее, нет локальных знаний и ресурсов — все игроки так или иначе привлекают западных специалистов. В этой ситуации потребность в компаниях, берущих на себя всю ответственность, вырастет вдвойне, так как именно они будут формировать данный рынок”.

Владимир Зайцев полагает, что ситуация в этом отношении не столь плоха: “В России есть консалтинговые компании, которые могут помочь с выбором стратегии. Есть небольшие и средние игроки, сильные в поддержке специфических приложений. Есть крупные компании — интеграторы, готовые осуществлять достаточно большие проекты и имеющие собственную инфраструктуру. Есть крупные зарубежные компании, способные выполнять комплексные дорогостоящие проекты с привлечением региональных ресурсов и местной инфраструктуры. Подходы к мультисервису, т. е. использованию нескольких поставщиков могут быть разные, но почти всегда наличие управляющей компании является эффективным способом организации такой работы”. Соглашаясь в целом с тем, что подобные внешние консультанты на нашем рынке присутствуют, Вячеслав Ермолов отмечает, что пока заказчики чаще привлекают для этой работы самих поставщиков ИТ-услуг. Подтверждением тому служат и слова Барта Стаеленса: “В прошлом году Orange Business Services создал консалтинговое подразделение, которое призвано оценивать уровень информатизации бизнес-процессов заказчика, предлагать рекомендации к их улучшению. При этом компания опирается как на собственный опыт по реализации сложных и масштабных проектов, так и на экспертизу France Telecom”.

Зачем предприятию ИТ-аутсорсинг

Действительно ли аутсорсинг всегда дороже, чем инсорсинг? Если это так, то почему сегодня, в условиях кризиса, основные побудительные мотивы использования ИТ-аутсорсинга с точки зрения

заказчиков: снижение расходов, гибкая система оплаты, учитывающая известную непредсказуемость бизнеса самого заказчика, повышение качества процессов, перестройка организационной структуры, перевод капитальных затрат в ранг операционных, использование аутсорсера в качестве внешнего инвестора? По мнению Валерия Корниенко, все перечисленные побудительные мотивы вполне реальны и важны за исключением расчета на аутсорсера, как на внешнего инвестора. Если же попытаться ранжировать их по приоритетности, то Вячеслав Ермолов на первое место поставил бы желание заказчика сократить собственные затраты, а на второе потребность в изменении организационной структуры. Владимир Зайцев также отдает высокий приоритет снижению расходов, отмечая, что заказчикам бывает интересна даже небольшая относительно их общего бюджета экономия. В отдельных случаях для них может оказаться интересным использование инвестиций аутсорсера. Например, поставщик услуг может выкупить у заказчика существующую инфраструктуру и затем трансформировать ее за свой счет.

По мнению Барта Стаеленса, в случае управляемых услуг основная цель — это снижение общей стоимости сервиса для клиента: “Конечно, счет за управляемую услугу будет больше, чем за “голый” сервис. Однако если посчитать совокупную стоимость владения для традиционного решения, когда к ежемесячным платежам за телефонию и каналы прибавляется стоимость оборудования, содержания высококвалифицированных специалистов, выгоды Managed Services становятся очевидны. У оператора гораздо больше оборудования и специалистов, которые он может поделить между несколькими клиентами, добываясь более высокой степени

их полезного использования. В итоге получается, что каждый клиент будет в сумме платить за те же услуги меньше, чем если бы он тратил деньги еще и на штат своих сотрудников”. О возможных путях существенного снижения расходов упомянул в своем выступлении на конференции “ИТ-аутсорсинг” директор по развитию бизнеса компании EPAM Systems Артук Оганесян, рассказывавший об оказании услуг по аутсорсингу разработки приложений: “Кабальная зависимость компании от ее собственных разработчиков бывает очень сильной, что их зарплаты, нередко, в 2—3 раза превышают средние по рынку”.

Как сбалансировать риски

По мнению вице-президента по ИТ и операциям “Росгосстраха” Марии Вожеговой, высказанному ею на “ИТ-аутсорсинге”, во внимание обязательно следует принимать не только затраты, но и возможные риски. Поскольку в ее организации на аутсорсинг переданы разработка и сопровождение ряда программных решений, то основным риском является несоответствие результатов разработки требованиям бизнеса, а также сильная зависимость от поставщика решения. И в такой ситуации важно обращать особое внимание на формализацию всех процессов взаимодействия с аутсорсером, контроля его деятельности и приемки разработанных приложений.

Выявление и оценка рисков — дело очень непростое. Иногда существенные риски связаны не с самой ИТ-инфраструктурой, а с элементами, на которых она базируется. Об этом напомнил в своем выступлении директор департамента продаж услуг и ИТ-аутсорсинга компании “Открытые технологии” Михаил Боров, отметив, что недостаточно внимания сегодня уделяется аутсорсингу ин-

женерной инфраструктуры ЦОДов, определяющей параметры электроснабжения, разграничения доступа, пожарной безопасности и т. д. По его оценкам, передача мониторинга и управления инженерной инфраструктуры квалифицированному аутсорсеру может на 40% снизить расходы на поддержку ИТ-инфраструктуры за счет снижения рисков вынужденных простоев и аварийных ситуаций.

Еще об одном важном риске упомянул Сергей Шеленцов. Отдавая эксплуатацию VI-системы “ВымпелКома” на аутсорсинг, компания передает аутсорсеру и контроль над самым важным своим активом — данными. При заключении контракта этого сотового оператора с внешней компанией было подписано отдельное соглашение о неразглашении, более того, в случае его нарушения аутсорсер согласился взять на себя возмещение всех (!) финансовых потерь заказчика.

В этой связи правомерно поставить ряд вопросов общего характера. Каковы основные риски перехода на аутсорсинг для заказчика? Чем рискует при заключении аутсорсингового контракта поставщик услуг? Какие меры могли бы снизить или взаимно скомпенсировать указанные риски? “Традиционно понимаемый риск для заказчика — потеря контроля за развитием ИТ и за тем, насколько релевантно его информационная система отражает потребности бизнеса, — полагает Валерий Корниенко. — Однако этот риск компенсируется повышением управляемости, так как аутсорсинг оптимизирует работу ИТ-службы и она становится более эффективной. Основной риск поставщика — возможность лишиться прибыли. Сделанная им начальная оценка стоимости контракта, собственных затрат и прибыли иногда оказывается несостоятельной. А если контракт заключается на долго, то выйти из него аутсорсер не может. Еще одна опасность в том, что иногда из-за недостатка компетенции и ресурсов он не способен справиться с работой. Взаимно скомпенсировать риски заказчика и поставщика услуг помогает модель партнерского взаимодействия между ними. Заказчик должен доверять команде, которая ведет его проект, и содействовать его реализации”.

По мнению Вячеслава Ермолова, основной риск заказчика — это сблизившись к старой модели в случае, если результаты от аутсорсинга не будут соответствовать ожиданиям. Так бывает, когда заказчик недостаточно точно структурировал услуги, отдаваемые на аутсорсинг, ошибочно измерил их объем и стоимость. А изменить её после заключения договора, как правило, сложно. “У поставщика положение несколько не проще, — продолжает Вячеслав Ермолов. — В реальной жизни любой сервисный контракт заказчик может расторгнуть до окончания оговоренных сроков. Риск поставщика в том, что он уже успел инвестировать собственные средства в проект и сформировал команду, а вернуть все на исходные позиции очень не просто. Очевидная мера — это, конечно, грамотное составление договора. Например, финансовая компенсация в случае досрочного расторжения договора, заранее прописанная в нем, действительно помогает снизить риски”.

“Во-первых, при серьезном аутсорсинге заказчик не только передает провайдеру услуг людей и инфраструктуру, но через некоторое время теряет и знания о том, как ею управлять, — предупреждает Владимир Зайцев. — В результате он оказывается привязанным к поставщику, а смена поставщика всегда болезненна. Такой риск можно снизить путем разумного выбора того, что имеет смысл отдавать на аутсорсинг, документированием процессов, грамотным управлением поставщиком, оговоренными условиями выхода из контракта. Во-вторых, какую бы гибкость не проявлял поставщик услуг, его сервис всегда ограничен определенными рамками. То есть в отличие от ИТ-подразделения компании никакую ▶

Опрос читателей PC Week/RE

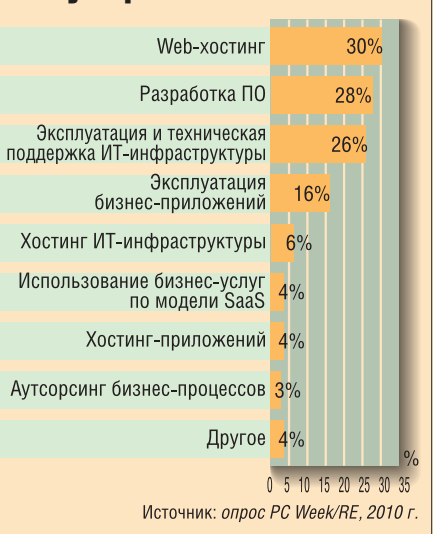
Приведенные ниже результаты опроса читателей PC Week/RE представляют интерес как сами по себе, так и в сравнении с аналогичным прошлогодним опросом (www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=119156). Некоторые показатели с тех пор практически не изменились: так, если год назад 70% респондентов указали, что в их компаниях ИТ-аутсорсинг либо уже используется, либо планируется, то сейчас таковых оказалось 68%. Стабильно (29%) и число тех, кто на такую модель предоставления услуг переходить не собирается. Отмеченное годом ранее преобладание среди аутсорсеров небольших местных компаний (31%) еще более усилилось: теперь их доля достигла 42%, на вторую позицию вышли крупные российские интеграторы (29%), на третью (14%) — частные консультанты. Хотя на долю зарубежных компаний и отпочковавшихся “дочек” приходится лишь по 5%, это никого не должно вводить в заблуждение: среди их клиентов могут быть крупнейшие отечественные предприятия.

Кризис не повлиял на стратегию компаний в области ИТ-аутсорсинга: в прошлом году 67% респондентов считали, что она осталась неизменной, а в нынешнем таковых было 70%. Число тех, кто собирается расширять применение данной модели сервиса, и тех, кто склонны к ее свертыванию, практически совпадает (11 и 12% соответственно). Хотелось бы обратить внимание на вопрос, которого не было год назад: “Если вашей компании приходилось менять аутсорсера или отказываться от его услуг, то чем это было вызвано?”. Чаще всего в качестве причины фигурировало неудовлетворительное качество обслуживания (51%). За ним с большим отрывом следуют получение более выгодного предложения (19%) и неприемлемо высокая цена услуг (13%). Крайне редко принятие подобного решения обусловлено такими форс-мажорными обстоятельствами, как смена собственника и единичный сбой, серьезно сказавшийся на бизнесе заказчика или его репутации (по 3%). Приведенная здесь диаграмма дает представление о том, какие задачи чаще всего решаются с помощью ИТ-аутсорсинга. Особых отличий по сравнению с прошлогодним распределением в ней нет: исключение составляет Web-хостинг, перешедший в рейтинге популярности с третьего места (23%) на первое (30%). Хотелось бы обратить внимание еще на одну особенность данного распределения. Поскольку респонденты могли в своих ответах указывать по несколько задач, решаемых с помощью ИТ-аутсорсинга, общая сумма долей, представленных на диаграмме, превышает 100%. Однако превышение это весьма незначительное (всего на 20%). Из чего следует, что в основном компании передают внешнему исполнителю какую-то одну задачу, а так называемый комплексный или стратегический ИТ-аутсорсинг является скорее исключением, чем правилом.

Вот как выглядит профиль ответивших на опрос организаций:

- не ИТ-компания — 15,6%;
- крупный бизнес (более 500 ПК) — 48,6%;
- средний бизнес (25—500 ПК) — 48,6%;
- малый бизнес (до 25 ПК) — 11%;
- ИТ-компания — 24,8%.

Задачи, решаемые с помощью ИТ-аутсорсинга



Как уменьшить затраты на заключение сделки

ДЖЕННИФЕР ВУЛЬФ

Затраты на заключение договоров ИТ-аутсорсинга способны убить всю сделку. Поэтому важно (в финансовом и юридическом плане) с самого начала построить взаимовыгодные отношения. Каждый, кто прошел через процесс

РЕКОМЕНДАЦИИ

заключения сделки по ИТ-аутсорсингу, что бы она ни подразумевала (управление прикладной разработкой, службу поддержки, услуги ЦОДа или сетевые сервисы), — сделки, которая может стоить от 20 до 100 млн. долл. и потребовать не одного года работы, — знает, что одни лишь затраты на ее заключение могут быть огромны и обременительны. Однако при грамотной организации процесса юридическая сторона переговоров, включая согласование окончательного договора, не обязательно должна быть неподъемной. Надлежащая подготовка сделки, с прицелом на взаимовыгодный результат с самого начала, весьма поможет уменьшить затраты времени и сил на переговоры.

Одним из препятствий, тормозящих заключение сделки, может быть излишнее внимание к не самым важным для организации вопросам. Например, слишком много времени тратится на разграничение ответственности (которое в значительной мере предопределяется ценовыми условиями соглашения) и при этом не уделяется достаточно времени рабочим показателям или практическим методам устранения потенциальных проблем. Цель в том, чтобы использовать договор как готовый путь к разрешению проблем, когда вы уже работаете с вендором.

Очень часто главные участники процесса не понимают стандарты отрасли и точки, требующие согласования, или же они недостаточно быстро начинают процесс обсуждения. Это может привести к бюрократическим потерям времени в дальнейшем и недостаточной заинтересованности тех, кто принимает решения. Чтобы избежать нереалистичных ожиданий, запоздалых перемен в игре и нарушения планов

“победы любой ценой”, вы можете следовать семи руководящим принципам.

Правило № 1. С самого начала соберите всех основных участников сделки

Проведите встречу всех главных участников сделки в самом начале. Среди таких могут быть технические руководители, собственные юристы компании, группа аудита, сторонние консультанты по управлению рисками, сторонние юристы, специалисты по финансам и эксперты по другим вопросам. Такая встреча впоследствии, безусловно, сэкономит вам время и деньги в процессе заключения договора.

Правило № 2. Обсудите стратегию

Рассмотрите и обсудите цели аутсорсинга, ожидаемую отдачу от инвестиций, имеющиеся альтернативы, основания для выбора провайдера, главные ожидания и опасения, наиболее важные пожелания, потребности и нежелательные риски. Это позволит вам использовать время эффективно и вовлечь в процесс заключения сделки всех имеющих к ней отношение

лиц. Если же провести такое обсуждение пост-фактум или не проводить вовсе, то в долгосрочной перспективе это обернется большими затратами и денег, и времени.

Правило № 3. Сформулируйте стратегический план на бумаге

Формулировка стратегического плана на бумаге и сверка с ним при каждой корректировке, чтобы сохранить прицел, является важной частью всего процесса. Имея написанный документ, команда переговорщиков может сверять важные решения с планом, созданным главными участниками процесса, сосредоточившись на действительно важных вопросах. Если вы не сформулируете план на бумаге и не будете сверять с ним свои действия, то конечные результаты могут оказаться хуже, чем могли бы.

Правило № 4. Согласовывайте обязательства с учетом взаимной выгоды

Вряд ли вы достигнете своих целей, если поставщик услуг не сможет заработать на этой сделке и начнет “срезать углы”. Помните, что после заключения договора вы поручаете важную функцию вашего бизнеса вендору. Если вы зашли слишком далеко и заставили его принять

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 18 ▶

срочную работу бесплатно он делать не станет. Поставщик тоже рискует. Во-первых, он делает достаточно серьезные начальные инвестиции в проект и не всегда получает ожидаемую финансовую отдачу. Во-вторых, аутсорсинговый контракт начинает приносить прибыль не в первый год, а потому досрочное его расторжение может привести к убыткам. Выручить здесь могут грамотно составленные условия досрочного расторжения”.

“Существующая сегодня ситуация на рынке телекоммуникационных услуг не способствует поддержанию долгосрочных отношений, — соглашается Барт Стаеленс. — Оператор может в любой момент поднять цены, а заказчик в свою очередь имеет право, предупредив за 30 дней, отключиться. А ведь инвестиции, которые необходимо сделать для поддержки этого клиента, имеют срок окупаемости в несколько лет. Это вложения в оборудование, в клиентские устройства, в строительство последних миль, в персонал и т. д. Поэтому стандартной практикой нашей работы во всем мире являются 3—5-летние соглашения, где фиксируется как стоимость услуг, так и скидка, которая увеличивается каждый последующий год. Такие соглашения обеспечивают лояльность заказчика и дают нам уверенность в сохранности наших инвестиций”.

Вопрос с возвратом инвестиций аутсорсера стоит весьма остро, поскольку нередко аутсорсер на начальном этапе выступает в роли инвестора, выкупая у заказчика оборудование, переводя в свой штат его персонал, приобретая дополнительные аппаратные и программные средства. Как можно защитить эти инвестиции, если заказчик в любой момент будет вправе расторгнуть аутсорсинговый контракт? Какие процедуры должны быть включены в процесс планового или досрочного прекращения контракта?

“У нас не практикуется комплексный аутсорсинг, поэтому мы не переводим персонал в свой штат и оборудование выкупаем нечасто, — сказал Валерий Корниенко. — В случае выхода заказчика из контракта мы применяем штрафы. Это определенная сумма, которую заказчик, если он досрочно выходит из контракта, ежемесячно должен нам выплачивать. Подобное условие оговаривается для того, чтобы права заказчика и аутсорсера были сбалансированы”. По мнению Вячеслава Ермолова, в идеале риски распределяются на паритетных началах и прописываются в договоре. Но на практике такие договоры не находят понимания у юридических служб и бухгалтерии, особенно отечественных предприятий. “Обычно при выкупе инфраструктуры и переводе людей речь

идет о долгосрочном контракте, — пояснил Владимир Зайцев. — И в случае его досрочного расторжения, в зависимости от того, сколько времени прошло с момента старта, обычно оговаривается стоимость выхода, которая покрывает поставщику инвестиции по трансформации, остаток затрат на инфраструктуру и на сокращение сотрудников. Как вариант, возможна обратная передача технических и людских ресурсов заказчику либо новому поставщику услуг”.

Жизнеспособен ли “внутренний” аутсорсинг

Казалось бы, многие из упомянутых рисков теряют свою остроту, если последовать примеру ряда крупных компаний, создавших “собственного аутсорсера”, выделив из своего состава независимую дочернюю ИТ-компанию. Среди участников нашего опроса лишь 5% указали, что у них ИТ-сервис предоставляет собственная дочерняя компания. Однако, поскольку такую модель используют обычно очень крупные предприятия масштаба “Лукойла” и “Газпромнефти”, рыночная доля их аутсорсинговых дочек в денежном выражении скорее всего гораздо больше. Каковы же достоинства и недостатки такой модели? Целесообразно ли подобной дочерней компании, не только обслуживать родительскую структуру, но и выходить на открытый рынок?

“Да, отдельные компании идут по этому пути, и практически всегда испытывают те или иные проблемы, — убежден Валерий Корниенко. — Достоинства данной модели понятны — не нужны никакие вложения: мы берем ИТ-подразделение, создаем из него отдельную компанию, все основные средства и штат уже имеются. Перед нами достаточно простой процесс, который можно провести “на бумаге”, без особых капиталовложений и инвестиций. Недостаток такой модели в том, что аутсорсер с самого начала не является рыночным игроком, то есть все его “сабли, лезвия, ножи” не наточены, у него нет высокой эффективности предоставления услуг, он не может обеспечить необходимое их качество. Рыночные игроки вынуждены этим заниматься, чтобы выжить, а “домашние” компании изначально живут в тепличных условиях, у них нет стимула тем или иным образом развиваться. Попытки вывести эти компании на открытый рынок, как правило, ничем не заканчиваются. Есть, пожалуй, один-два западных примера. Но в нашей стране таких примеров нет. На мой взгляд, выход таких компаний на открытый рынок нецелесообразен, так как ИТ-аутсорсинг не является профильным

бизнесом для головной компании, фокуса на этой деятельности, равно как и инвестиций, ожидать трудно, и результат будет чаще всего негативным”.

Вячеслав Ермолов видит в выходе такой “дочки” на открытый рынок определенную угрозу для родительской компании, которая, может столкнуться со снижением уровня предоставляемых услуг, если ее “личный аутсорсер” сфокусируется на обслуживании “внешних” клиентов. “На практике очень немногим таким игрокам удалось диверсифицировать свою клиентскую базу, — продолжает Вячеслав Ермолов. — Достаточно вспомнить “Сибинтек”, “ТВЦ Энергетики” и ряд других компаний, которые анонсировали планы по активной работе на открытом рынке, однако они так и не были успешно реализованы. Ведь одного желания приобрести внешних заказчиков мало. Такой выделенной аутсорсинговой “дочке” придется столкнуться с целым рядом проблем и ограничений. С одной стороны, в силу ее привилегированного положения у “дочки” нет особой потребности в совершенствовании практики продаж и маркетинга. С выходом на открытый рынок ей придется серьезно пересматривать структуру компании, менять многие процессы, идти на сокращение прибыльности бизнеса, в конце концов. Ведь такие организации за много лет привыкли работать в режиме “освоения бюджетов”, а тут придется зарабатывать в условиях жесткой конкуренции. С другой стороны, к такому аутсорсеру с понятным недоверием будут относиться конкуренты его материнской компании, что ограничивает круг потенциальных клиентов и не позволяет в полной мере использовать накопленный уникальный отраслевой опыт”.

По мнению Марии Вожеговой, которое подтверждается и результатами нашего опроса, в России довольно широкое распространение получил аутсорсинг разработки и эксплуатации ИС, и связано это с тем, что рынок подобных услуг здесь уже сформировался, есть ряд известных его игроков и понятны принципы ценообразования. Вполне вероятно, что сказывается также наличие в нашей стране множества квалифицированных программистов. Об интересном примере такого рода рассказал на форуме “ИТ-аутсорсинг” Артак Оганесян. Для оказания услуг по аутсорсингу разработки приложений заказчику предлагается сформировать в рамках организационно-штатной структуры ЕРАМ Systems свой выделенный центр разработки. Включенные в его состав специалисты будут заниматься только задачами данного конкретного заказчика. Подобные центры организованы ЕРАМ для

таких крупных вендоров, как Google, Oracle и SAP. В России аналогичные выделенные центры созданы для ряда федеральных ведомств, а также для компаний “Ингосстрах”, S7 и “Ренессанс Капитал”.

Центр “Ренессанс Капитала” один из крупнейших в нашей стране: в нем трудится 119 разработчиков ЕРАМ Systems. Руководитель отдела автоматизации бизнес-решений “Ренессанс Капитала” Андрей Бурилов пояснил, что создание центра разработки на базе ЕРАМ было вызвано тем, что многие эксплуатируемые в его компании самописные приложения нуждались в модернизации, но собственный департамент не справлялся с этой задачей, а кроме того, стоимость такой модернизации была непомерно высокой.

Как считают участники данного проекта, несомненным достоинством подобной формы аутсорсинга, является обеспечение полного жизненного цикла приложения: от формирования технических требований до разработки, тестирования, эксплуатации, сопровождения и технической поддержки. Все указанные процессы документируются, что снижает риски потери заказчиком контроля над собственными прикладными системами. Впрочем, нередко организация отдает на аутсорсинг разработку лишь отдельных приложений. Так, по словам Марии Вожеговой, часть решений ИТ-департамент “Росгосстраха” разрабатывает самостоятельно (например, тарифный калькулятор), часть отдает на полный аутсорсинг (система “Россита” для учета договоров и формирования отчетности), а, к примеру, ПО для управления персоналом “БОСС-Кадровик” он модифицирует под свои нужды совместно с разработчиком этого продукта.

Подводя итоги, мы вправе констатировать, что российский рынок ИТ-аутсорсинга сегодня нельзя назвать зрелым. Круг провайдеров услуг только складывается, а сами услуги не стандартизованы. У заказчиков нет четкого представления о том, какой должна быть цена на те или иные услуги и как она зависит от оговоренного уровня обслуживания (SLA). Многие игроки этого сегмента, считающие себя полноценными аутсорсерами, на самом деле представляют собой дочерние компании крупных корпораций, отпустивших соответствующие подразделения в свободное плавание, но вовсе не для того, чтобы они стали нормальными участниками конкурентного рынка, а по каким-то иным соображениям. В то же время игроками этого рынка накоплен немалый опыт работы в нашей стране, который вполне может быть использован при заключении новых аутсорсинговых контрактов.

Ирина Мазурова: «Технологии должны осваиваться не впрок, а ближе к «моменту употребления»»

В 2005 г. в группе компаний «АйТи» был создан Центр «Персоналити», специализирующийся на аутсорсинге ИТ-специалистов. О том, чем сейчас живет этот центр и насколько востребованы его услуги, рассказала бессменный директор «Персоналити» Ирина Мазурова.

Чем была обусловлена необходимость создания в рамках компании «АйТи» специализированного Центра «Персоналити»?

Организация работы любой ИТ-компании имеет проектную модель, и мы здесь не исключение. Что это значит с точки зрения наполнения проектов ресурсами? Потребность в ресурсах неравномерна — вам может потребоваться 20 человек на реализацию проекта, а затем достаточно будет максимум двоих на поддержку. Куда деть остальных? Или другой пример: в пиковую загрузку необходимо дополнительно десять человек на одну неделю для инсталляции системы. Где их взять на такой срок? А самый, пожалуй, распространённый случай — люди нужны уже завтра. Есть выход? Мы искали. И нашли.

Во-первых, стали сотрудничать с вузами, вернее, со студентами. Казалось бы, модель проста и очень многие ее использовали. Однако здесь важно все правильно настроить сначала, иначе не получите ожидаемого эффекта.

Есть устоявшееся мнение, что студент и свежий выпускник — это недоресурс, еще недосотрудник, и, как следствие, возникает искушение поставить, как мы это называем, студента за принтер, т. е. привлечь его к примитивной работе, которой много, а руки до нее не доходят.

Мы категорически пресекали эти попытки, ведь студент — это не дешевая рабочая сила или мальчик на побегушках. В нашей индустрии студенты и выпускники профильных факультетов ведущих вузов — самый конкурентоспособный ресурс, поскольку у них высокий уровень подготовки, незашоренный взгляд на проекты, энергия и энтузиазм.

Успешно настроив работу с начинающими специалистами внутри компании, мы стали оказывать услуги по формированию таких команд и нашим клиентам.

Нашему Центру «Персоналити» уже больше пяти лет, и сейчас с нами работает большое количество опытных специалистов, экспертов в различных областях, однако мы по-прежнему высоко ценим возможность работы с лучшими российским вузами и их выпускниками.

Сегодня в Центре «Персоналити» работает много молодых специалистов. Выпускников каких специальностей вы стараетесь отбирать для работы в нем?

Идеальным кандидатом для нас является выпускник МГУ им. М. В. Ломоносова, МИФИ, МФТИ или МГТУ им Н. Э. Баумана по специальности инженер-математик. Хорошее фундаментальное образование — залог успешной карьеры любого человека. Довольно часто раздаются призывы обучать ИТ-студентов ведущих вузов и университетов тем или иным прикладным технологиям Microsoft, SAP, Oracle, «1С» и других фирм. На мой взгляд, это не совсем правильно. Технологии развиваются и устаревают значительно быстрее, чем создаются и реализуются учебные программы. Поэтому данные технологии должны осваиваться выпускниками не «впрок» (как фундаментальные знания), а ближе к «моменту употребления», т. е. либо в процессе преддипломной практики, либо на специальных курсах. Что мы, собственно говоря, и делаем.

На что в первую очередь обращает внимание клиент при выборе компании-аутсорсера?

Здесь много факторов, во многом они являются стандартными при выборе поставщика любых услуг. На что важно обращать внимание при выборе провайдера услуг аутсорсинга персонала, так это на процесс, посредством которого провайдер обеспечит проект качественными ресурсами на всем его протяжении. Также важно и то, что клиент понимает под



Ирина Мазурова

качественными ресурсами. Наша модель предоставления специалистов во многом не стандарта по сравнению с традиционным рыночным предложением, но мы уверены, что только такой подход позволит реализовать проект с высоким качеством при оптимальном бюджете.

В чем суть нашего подхода? При поступлении запроса на аутсорсинг специалистов, мы в первую очередь вместе с заказчиком обсуждаем предстоящий проект и, исходя из этого, составляем профиль успешного кандидата для участия в проекте — его образование, опыт, личные качества, готовность к интенсивной работе, командировкам, условиям большой неопределенности или, наоборот, однообразной монотонной работе. Согласитесь, люди здесь успешны разные. Очень важный фактор — корпоративная культура заказчика. Надо думать о том, какие люди впишутся в уже созданный коллектив. Вот на основе всех этих факторов мы и формируем команды кандидатов, которые, пройдя обучение в ассессмент-центрах у заказчика, будут сформированы в проектные команды.

Наличие собственной образовательной базы для подготовки специалистов также всегда находится в центре внимания заказчика. Шансы получить контракт у ИТ-компании заметно увеличиваются при возможности самостоятельно и оперативно проводить обучение специалистов по тому или иному направлению, адаптировать их под конкретные задачи выполняемого проекта.

Еще одним залогом успешной работы на данном рынке является готовность компании постоянно предлагать новые, интересные для заказчика условия сотрудничества, т. е. расти вместе с рынком и самим заказчиком.

Могу привести еще один пример. По нашим оценкам, грамотный подход к тиражированию информационной системы позволяет на 30% снизить риск неудачного завершения проекта и гарантирует получение результата в рамках установленных срока и бюджета. «АйТи» разработала собственный подход к реализации проектов тиражирования, который неоднократно доказал свою эффективность. Если традиционные методики внедрения ориентированы на проекты на отдельных предприятиях, то подход компании «АйТи» к тиражированию ИС учитывает специфику проектов внедрения на группе территориально распределенных предприятий. Базируется данный подход на системе управления компетенциями, предполагающей привлечение специалистов разной квалификации, а также применение различ-

ных инструментов массового обучения пользователей. Использование этих двух рычагов в ходе тиражирования ИС не только снижает уровень проектных рисков, но и позволяет сократить финансовые и временные затраты при внедрении системы.

Как, на ваш взгляд, будет развиваться российский рынок аутсорсинга ИТ-персонала?

Кризис во многом «оздоровил» рынок аутсорсинга, одновременно с этим повысился уровень зрелости как провайдеров, так и потребителей услуги. Аутсорсинг стал использоваться более точно, обоснованно, взвешенно. Изменился рынок труда: если раньше на нем тон задавали сотрудники, то теперь на первый план вышли работодатели, а значит, у провайдера есть как никогда широкий выбор при отборе кандидатов. И этот процесс будет продолжаться. Таким образом, при росте качества и выгод для потребителя, сервисы по аутсорсингу будут стоить дешевле, а стало быть, спрос на них будет возрастать.



Спецпроект

Как уменьшить...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 17

обязательства, которые он не хотел принимать, то вам не удастся заложить прочную основу для нормальных рабочих отношений.

Правило № 5. Следует понимать, что согласование договора аутсорсинга — это прежде всего вопрос распределения рисков

Договор аутсорсинга предполагает в первую очередь разделение рисков и закладывает основу вашей работы с поставщиком услуг как со стратегическим партнером в будущем. Понимая распределение

предвидимых рисков до начала заключения договора, вы сможете более эффективно построить отношения с партнером при окончательной формулировке пунктов договора, касающихся данной стороны.

Правило № 6. Исходите из того, что вендоры действуют в рамках принятых у них стандартов

Вы должны понимать, что договоры, в рамках которых работают вендоры, имеют довольно стандартные параметры. Важно осознать эти параметры и донести до вендора то, что наиболее важно для вас. Вендор тоже заинтересован в том, чтобы ваши отношения были успешными, и ему тоже нужна эта сделка.

Правило № 7. Чем больше у вас альтернатив, тем шире ваши возможности

Чем шире у вас выбор, тем больше возможностей, чтобы отстоять те условия, что нужны вам. Это золотое правило любых переговоров. Если у вас нет реальных альтернатив поставщику услуг, с которым вы ведете переговоры, ваши позиции не будут прочными. В таком случае не стоит тратить время и деньги, настаивая на своем по пунктам, которые вы не сможете существенно изменить. Всегда нужно искать золотую середину и не тратить слишком много времени на отстаивание того, что сулит лишь незначительный выигрыш.

Затраты времени, денег и сил, требуемые в процессе заключения договора аутсорсинга, можно значительно уменьшить, если все заинтересованные стороны готовы на начальном этапе потратить некоторое время на тщательное планирование и подготовку будущего соглашения. Если переговорная команда проведет предварительную работу, чтобы определить приемлемые варианты распределения рисков и главные цели сделки с данным вендором, а также выделить в этой сделке самое важное для себя, тогда процесс заключения договора может пройти гораздо менее болезненно.

Managed Services – актуальное решение в непростых условиях

Переход от сетевого оператора к поставщику интеграционных телекоммуникационных сервисов — один из основных приоритетов Orange Business Services в России сегодня, соответствующий глобальной стратегии компании. Для Orange в России это означает использование всего накопленного опыта в области системной интеграции для предоставления комплексных услуг, оптимально для заказчиков сочетающих телекоммуникационную и ИТ-составляющие. Задача, поставленная перед Orange Business Services в России в рамках принятой в конце прошлого года стратегии, — это конкуренция не на уровне цен на традиционные услуги фиксированной связи, а переход на новый уровень взаимодействия с заказчиками, когда вся рутинная работа по созданию и оптимизации сетевой инфраструктуры, а также управлению ею ложится на плечи оператора. Это и услуги консалтинга, и аутсорсинг телекоммуникационной инфраструктуры, традиционно востребованные на рынке, и новый класс операторских услуг, выходящих за пределы простого подключения офисов и требующих серьезной ИТ-экспертизы, — управляемые услуги, или Managed Services.

Managed Services — это новый вид сервиса, который включает в себя не только сами по себе услуги связи, но и услуги продажи или аренды оборудования, его инсталляции, настройки, управления и поддержки. Распространенный случай сегодня — часть оборудования, на базе которого предоставляется услуга, управляется провайдером, а часть — ИТ-департаментом клиента. В этом случае нередко возникают сложности с определением того, на чьей стороне неполадка, если что-то идет не так, если связь вдруг пропала. Клиент тратит свое время и ресурсы на устранение неполадок или изменение настроек на собственном оборудовании, теряет деньги и вынужден решать проблемы, вызванные останковкой бизнеса.

Концепция Managed Service предусматривает делегирование оператору управление всем процессом оказания услуг связи “под ключ”. В итоге не возникает взаимных обвинений на тему “кто виноват в перебоях со связью” — провайдер обеспечивает управление всеми аспектами услуги, а клиент может сосредоточиться на основном бизнесе, не беспокоясь о качестве обслуживания.

Еще одно преимущество услуг класса Managed Services — снижение общей стоимости для клиента. Конечно, счет за управляемую услугу будет больше, чем просто за сервис. Однако все вопросы обычно снимаются, когда мы показываем расчет совокупной стоимости владения в случае традиционного решения, когда к ежемесячным платежам за телефонию и каналы прибавляется стоимость оборудования, содержания высококвалифицированных ИТ- и телеком-специалистов.

В результате, вместо того чтобы содержать штат технических специалистов, способных управлять аппарат-

ным обеспечением и услугами, заказчик может просто отдать эти функции в управление оператору связи и таким образом не только сэкономить, но и высвободить внутренние ресурсы для реализации критичных для развития бизнеса проектов. В нашем случае у Orange гораздо больше возможностей и специалистов, усилия которых мы можем распределить между несколькими клиентами, добиваясь более высокого процента полезного использования компетенций наших сотрудников. В итоге получается, что каждый клиент будет в сумме платить за те же услуги меньше, чем если бы он тратил на нас и штат своих сотрудников.

Сетевые услуги, безусловно, остаются ключевыми для Orange в России, однако стратегия компании предполагает вывод на рынок новых интересных и выгодных для заказчиков предложений, и, стоит отметить, что большинство сервисов, которые мы планируем выпустить в этом году, — управляемые. Это, например, услуги Internet Umbrella — защита веб-ресурсов заказчиков от DDoS-атак на уровне оператора связи; Smart IVR — решение для организации автоматизированной обработки звонков, при этом заказчику не нужно приобретать дорогостоящее оборудование и программное обеспечение — все находится на стороне оператора, заказчик платит только за использование сервиса — обработанный трафик; Cisco Telepresence — видеоконференция с эффектом присутствия, где мы также оказываем все услуги, начиная от поставки оборудования и заканчивая его управлением и др.

Практически любые отрасли — будь то промышленность, финансы или телеком — могут быть перспективны для распространения Managed Services. Так, Orange активно работает в банковском секторе, предоставляя услугу Dual Wireless Access, в рамках которой оператор обеспечивает связь банкомата с центральным офисом с помощью GPRS-модема с двумя SIM-картами, при этом, конечно, задача управления оборудованием полностью лежит на Orange.

Другой пример — решение Smart IVR для организации автоматизированной обработки звонков, которое позволяет компаниям не только уменьшить расходы на связь, минимизируя затраты на персонал, но и увеличить удовлетворенность и лояльность клиентов, автоматизировав и персонализировав процессы взаимодействия с ними.

Преимущества Smart IVR перед традиционными IVR-решениями состоит в использовании новейших технологий, включая распознавание и генерацию речи. Система сама способна квалифицировать звонок, идентифицируя клиента по его имени и фамилии (при этом звонящий может произнести номер, не вводя его), предоставить автоматический ответ на стандартные распространенные вопросы с помощью голосовых автоинформаторов, а также распределить звонки по разным контактным центрам или агентам. При этом ни один звонок не останется незамеченным: решение построено на надежном оборудовании операторского

класса, доступно во всех странах мира и сообщает клиенту о каждом пропущенном звонке по электронной почте или через SMS.

Для того чтобы воспользоваться этим решением заказчику не нужно приобретать дорогостоящее оборудование и программное обеспечение — все это находится на стороне оператора, заказчик платит по модели pay-as-you-go, т. е. только за использование сервиса — обработанный трафик.

Концепция Managed Services, когда оборудование предоставляется в аренду и все необходимые настройки для его работы выполняются специалистами оператора, имеет свои преимущества при работе не только с крупными корпоративными заказчиками.

Так, у СМБ-компаний нет крупных ИТ-подразделений, они не тратят много времени на переговоры, им не нужны сложные многофункциональные решения. Зато необходимы услуги, которые быстро подключаются, безотказно работают и не требуют ресурсов компании для поддержки.

Именно поэтому в прошлом году мы разработали новый продукт специально для рынка СМБ. Это коробочное решение предназначено для предоставления всех видов услуг связи (телефония и Интернет) в одном пакете.

На срок действия договора заказчики бесплатно получают оборудование, необходимое для организации внутренней телефонной и компьютерной сети, а также для выхода во внешнюю телефонную сеть и Интернет. В ежемесячный фиксированный платеж входят безлимитные местная телефонная связь и доступ в Интернет по выделенному порту с гарантированной скоростью, а также комплексное техническое обслуживание оборудования и управление им. Ведь небольшие компании не имеют собственных специалистов и не станут разбираться в сложных настройках.

Несмотря на очевидные преимущества степень проникновения управляемых услуг на российский рынок пока не очень высока. Спрос на управляемые услуги на несколько лет отстает от спроса на зрелых европейских рынках. Мы продвигаем управляемые услуги в России уже свыше пяти лет, и стоит отметить, более 40% сетей IP VPN наших заказчиков управляются Orange в рамках Managed Services.

Причем среди наших заказчиков не только российские компании, но и международные, в частности “Лаборатория Касперского”, “БАТ Россия”, Danone.

В качестве примера можно привести проект для “Лаборатории Касперского”. Специалисты Orange объединили в единую корпоративную IP VPN сеть офисы компании в 12 странах Европы, Азии, Америки и Австралии. Единая корпоративная сеть заказчику требовалась для поддержки работы ERP-системы, корпоративной телефонии и видеоконференцсвязи в офисах в различных странах мира.

Отдельно решался и вопрос “свой персонал vs аутсорсинг” в обслуживании сети. В “Лаборатории Касперского” решили, что компании проще получить сервис с определенным уровнем услуг, нежели нести расходы на

собственных специалистов, обслуживающих оборудование и обеспечивающих стабильное функционирование сети.

Сейчас участие персонала “Лаборатории Касперского” в настройке и обслуживании телекоммуникационной сети минимально — ведется лишь мониторинг доступности сети согласно SLA. При фиксации проблемы сведения о ней просто передаются Orange, которая самостоятельно восстанавливает работоспособность того или иного сервиса.

Мы не сомневаемся, что спрос на Managed Services на российском рынке будет расти: компании активно сокращают издержки — прошедший год научил всех внимательно смотреть на затраты и прибыльность операций. Поскольку рынок еще не вполне освоен, о возможностях Managed Services, мы считаем, что в первую очередь наша задача — донести все преимущества этой модели до клиентов. В этом году мы ожидаем, что половина IP-VPN-сетей наших клиентов в России будут управляться нами.

Более подробно об одной из управляемых услуг — Enterprise Telephony.

Enterprise Telephony — комплексное решение по построению корпоративной телефонии, включает в себя полный спектр услуг от консалтинга и инсталляции до последующего технического обслуживания данного решения.

Портфель решений по корпоративной телефонии, строится на продуктах ведущих вендоров по корпоративной телефонии — Avaya и Cisco. При этом Orange может также взять на себя поддержку и техническое обслуживание работающих у клиента станций других производителей.

Преимущество данного решения — “корпоративной телефонии” под ключ — возможность не покупать телефонную станцию, она может находиться на балансе Orange и полностью обслуживаться оператором, заказчик же ежемесячно платит небольшую сумму. При этом совокупная стоимость владения решением для заказчика уменьшается на 25—55% (в зависимости от размера компании, количества офисов, других факторов) за счет замены капитальных затрат на операционные, экономии на высококвалифицированных специалистах, снижения простоев бизнеса из-за отсутствия сервиса. При этом стоит отметить, что мы не берем в расчет стоимость капитала, т. е. стоимость оборудования, которое заказчики приобретают в начале проекта вместо стандартного ежемесячного платежа в рамках Managed Services.

Подводя итоги, в чем же преимущество управляемых услуг для заказчиков:

- снижение капитальных затрат (CAPEX) одновременно с возможностью контроля за расходами, отсутствие неожиданных платежей;
- повышение эффективности за счет использования новейших технологий и высококвалифицированных специалистов;
- снижение совокупной стоимости владения непрофильными активами;
- возможность сфокусироваться на основном бизнесе.

Рынок систем бизнес-анализа: битва Давида и Голиафа

ЕЛЕНА ГОРЕТКИНА

Согласно отчету аналитической компании Gartner, составленному в фирменном формате “Магического квадранта”, в 2009 г. рынок средств бизнес-анализа (Business Intelligence, BI) возглавила тройка мегавендоров, выпускающих платформу — Oracle, Microsoft и IBM (см. рисунок). Однако их господство может пошатнуться, так как поставщики специализированных систем предпринимают активные действия, чтобы переманить заказчиков на свою сторону. Такое развитие событий позволило аналитикам образно сравнить нынешнюю ситуацию на рынке BI с битвой Давида и Голиафа.

Рост замедляется

С помощью BI-платформ пользователи могут строить приложения, позволяющие им изучать, анализировать и оптимизировать свой бизнес. Согласно определению Gartner, такие инструменты обеспечивают выполнение основных функций, которые аналитики разделили на три группы: интеграция (создание BI-инфраструктуры, управление метаданными, разработка приложений, коллективная работа), доставка информации (генерация отчетов и приборных панелей пользователя, подготовка запросов, интеграция с офисными приложениями и поиск), анализ (оперативная аналитическая обработка — OLAP, интерактивная визуализация, прогнозное моделирование, интеллектуальный анализ данных, использование ключевых показателей).

Несмотря на экономический кризис, сегмент BI является одним из самых быстро растущих на рынке ПО. Аналитики объясняют высокий спрос стремлением предприятий сохранить конкурентоспособность в трудные времена. Ради этого они стараются оптимизировать стратегию и свою текущую деятельность и обращаются к BI как к средству для принятия правильных решений, увеличения гибкости и повышения эффективности бизнеса.

Тем не менее кризис отрицательно сказался на покупательной способности заказчиков, и темп роста рынка BI замедлился. Если в 2008-м объем продаж вырос более чем на 20%, то в 2009-м этот показатель выразался однозначной цифрой и, судя по всему, останется таковым в ближайшее время. По прогнозу Gartner, до 2013-го рынок BI-платформ будет ежегодно расти в среднем на 6,3%.

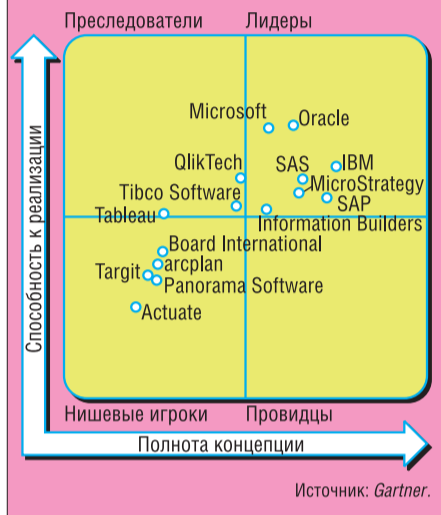
Тенденции рынка

В последние годы в области BI происходили серьезные изменения, вызванные бурным процессом консолидации, в ходе которого киты ИТ-отрасли поглотили несколько ведущих игроков рынка BI. Самыми крупными были сделки Oracle — Hyperion Solutions, SAP — Business Objects и IBM — Cognos. В результате на долю пяти лидеров сейчас приходится 75% рынка BI.

Консолидация не только привела к перестановке сил на рынке, но и вызвала замешательство у заказчиков, которые не знали, как новые владельцы будут развивать и поддерживать продукты купленных компаний. Ведь такие перемены обычно влекут изменения ценовой политики, условий обслуживания, территориального охвата и продуктовых планов, что довольно болезненно влияет на клиентов. Судя по опросу предприятий, проведенному компанией Gartner, процесс “переваривания” еще не завершился. В наилучшем положении находится Oracle, которая успешно завершает переходный период, связанный с поглощениями Siebel и Hyperion. Что касается IBM и SAP, то они пока отстают.

Такая нестабильность привела к тому, что клиенты стали обращать больше внимания на предложения специализированных игроков. К тому же в сложных экономических условиях им требуются решения, которые просты в использовании и позволяют быстро получить отдачу. Многие специализированные поставщики уже предлагают BI-продукты с интуитивным пользовательским интерфейсом и развитыми интерактивными

Основные игроки рынка платформ бизнес-анализа



возможностями, построенные на новаторской архитектуре, предусматривающей размещение информации в оперативной памяти (in-memory). Заказчики выбирают такие решения, несмотря на риск создания на предприятии “зоопарка” из систем и инструментов от разных производителей.

Однако успехи специализированных игроков привлекают к ним внимание мегавендоров. По мнению Gartner, это может вызвать новую волну поглощений и дальнейшую консолидацию рынка.

“Давиды” и “голиафы”

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.

По сравнению с прошлым годом состав раздела лидеров не изменился, но произошли перестановки: Oracle вырвалась вперед благодаря успехам в интеграции BI-технологий купленных ею компаний. Gartner также отмечает, что платформа Oracle BI Enterprise Edition (OBIEE) обладает наиболее широким BI-функционалом по сравнению с другими продуктами. Платформа Cognos 8 корпорации IBM лучше интегрирована, чем большинство конкурирующих решений, что упрощает процесс администрирования. Microsoft вышла на рынок BI сравнительно недавно, но благодаря широкому распространению ее других продуктов, таких как Office, SQL Server и SharePoint, доля корпорации растет и будет расти в 2010-м, особенно после выпуска продуктов PowerPivot (BI-надстройки для Excel) и СУБД SQL Server 2008 R2. На стороне мегавендоров — полная инфраструктура информационных технологий: СУБД (у Oracle и IBM есть также программно-аппаратные решения), ПО промежуточного слоя и бизнес-приложения (в случае Oracle, Microsoft и SAP). Поэтому они могут оптимизировать BI-платформы под свои

комплекты приложений и системы управления информацией.

В такой ситуации “давидам” приходится нелегко. Но экономические проблемы заставляют заказчиков поворачиваться в сторону недорогих решений. В результате растет интерес к BI-системам с открытым исходным кодом и инструментам, встроенным в аналитические приложения и платформы повышения эффективности бизнеса (Corporate Performance Management, CPM). Некоторые клиенты даже начинают рассматривать новые модели использования BI — например, “ПО как услуга” (SaaS). Такие предложения уже предлагают SAP, SAS, а также ряд стартапов, включая Birst, GoodData, Oco и PivotLink.

Новые технологии

Несмотря на замедление роста рынка BI, поставщики активно развивают свои системы, реализуя новаторские технологии. Поэтому, по мнению Gartner, средства бизнес-анализа еще долго будут оставаться востребованными.

Чтобы привлечь к BI пользователей за пределами узкой группы экспертов, разработчики стараются сделать инструменты более удобными и понятными. В результате сейчас набирают популярность простые в использовании методы просмотра и визуализации данных, дополняющие традиционный подход на основе отчетов. Если раньше такие новинки предлагали лишь новаторские компании, такие как QlikTech, Tibco Software и Tableau, то теперь это начинание подхватили и киты индустрии (например, Microsoft готовит PowerPivot, SAP предлагает BusinessObjects Explorer, а IBM — Cognos Express).

Из-за спада экономики предприятия стали уделять больше внимания точному прогнозированию, оптимизации бизнес-процессов и выявлению будущих тенденций. В результате в фокусе интересов поставщиков BI оказалась технология прогнозной аналитики (predictive analytics), связанная с анализом будущих возможностей и тенденций. Поставщики по-разному подошли к ее реализации: корпорация IBM купила компанию SPSS, лидера в области прогнозной аналитики, а остальные занялись созданием или развитием собственных технологий в этом направлении.

От корпоративных приложений поступает все больше данных, и к ним добавляется неструктурированная информация из новых источников — облаков, соци-

альных сетей и мобильных устройств. Поэтому растет спрос на BI как на инструмент для анализа всей этой массы данных с целью выявления важных тенденций, поиска слабых мест в бизнесе и принятия оптимальных решений.

Базовый функционал BI-систем (генерация отчетов, специализированный анализ и оперативная аналитическая обработка) уже достиг зрелости, и сейчас он примерно одинаков у всех вендоров, но Gartner отмечает развитие BI в других направлениях, таких как повышение простоты использования и быстроты внедрения. К этим новым возможностям относятся: анализ данных, размещенных в памяти; прогнозная аналитика; анализ контента; слияние BI и средств поиска данных; интерактивная визуализация данных; объединение BI с социальными сетями и средствами коллективной работы; BI в облаке; BI в реальном времени.

Хотя основным стимулом внедрения BI является повышение эффективности принятия решений, системы бизнес-анализа используются для этой цели далеко не в полной мере, так как в основном служат для анализа собранных фактов, но не связаны с другими источниками данных, нужными для принятия решений, и не позволяют анализировать последствия того или иного решения. В результате предприятия не могут накапливать наиболее удачные подходы и использовать предыдущий опыт. Но уже появляются средства объединения BI с приложениями поддержки коллективной работы и социальными сетями, которые открывают сотрудникам предприятий доступ к полученным с помощью BI отчетам и аналитическим материалам и позволяют проверить различные предположения и варианты решений с помощью соответствующих данных.

Распространение BI-платформ с открытым кодом идет быстрее, чем коммерческих. Хотя по функциональным возможностям системы с открытым кодом еще значительно уступают коммерческим и пока редко используются в качестве корпоративного стандарта, число их внедрений быстро растет. Аналитики объясняют это двумя основными причинами: во-первых, вендоры используют продукты Open Source для создания собственных OEM-приложений, а во-вторых, системные интеграторы начали активнее предлагать услуги внедрения систем с открытым кодом, в том числе и бизнес-аналитики.

SSD...

← ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 1

наиболее часто используемые прикладные программы, например офисный пакет. Он уступает X25-M не только по емкости, но и по быстродействию — скорость чтения у него не превышает 170 Мб/с, а записи — 35 Мб/с, в то время как у 80-Гб SSD эти показатели равняются 250 и 100 Мб/с соответственно. В то же время, если сравнивать его с жестким диском с частотой вращения 7200 об/мин, то X25-V читает и пишет примерно в четыре раза быстрее. По данным Intel, при использовании SSD общая производительность компьютера при работе с приложениями Microsoft Office увеличивается до 43% и значительно сокращается время, необходимое для его включения и перехода из “спящего” режима, а также запуска приложений и открытия больших файлов. Накопитель обеспечивает производительность ввода/вывода при чтении и записи 4-Кб блоков на уровне 25 тыс. и

2,5 тыс. оп./с (IOPS) соответственно, а задержка при чтении и записи составляют 65 и 110 мкс.

32-Гб Онух читает данные медленнее, чем Intel X25-V, но зато пишет вдвое быстрее (скорость этих операций у накопителя от OCZ Technologies равна 125 и 70 Мб/с соответственно). По заявлению производителя, его средняя наработка на отказ (MTBF) составляет 1,5 млн. ч.

Оба новых SSD, которые выпускаются в 2,5-дюймовом форм-факторе, поддерживают реализованную в Windows 7 команду Trim, с помощью которой ОС сообщает накопителю, какие блоки данных ей больше не нужны (например, блоки данных, относящиеся к удаленным файлам), и тот отмечает ячейки, где хранились эти блоки, как свободные, куда можно записать новые данные. Дело в том, что SSD работают с данными на уровне блоков и “не понимают” файловую структуру ОС, поэтому при удалении файла они не могут самостоятельно освободить ячейки, в которых хранились данные этого файла.

Тесное сотрудничество

ЭРИКА ЧИКОВСКИ

Глобальные корпорации стремятся раздвинуть географические и организационные границы своей деятельности. В связи с этим они поручают техническим специалистам разработать некий “суперклей”, позволяющий объединить всё и вся на почве совместной работы. Поскольку для этого существует масса мощных инструментов (таких, как IBM WebSphere, Microsoft SharePoint, видеоконференции, Web 2.0), понятно, что ИТ играют важнейшую роль при переходе к более совершенным формам сотрудничества.

Вместе с тем реализация инициатив в области коллективного труда не сводится к внедрению технологий. Но многие из тех, кто давно уже использует средства организации совместной работы, упустили этот факт из виду.

“Конечно, технологии играют ключевую роль, но если компания хочет добиться успеха, сотрудничество должно определяться интересами бизнеса, а не возможностями технологии”, — говорит Франсуа Жоанет, управляющий партнер нью-йоркской консультативной фирмы SBT Advisors, специализирующейся на разработке стратегии и трансформации бизнеса.

В наше время слишком многие организации пытаются применить в отношении технологий коллективной работы подход, почерпнутый из фильма “Поле мечты” (с Кевином Костнером). Беда в том, что, даже если построишь такое поле, те, для кого оно предназначено, могут на него и не прийти. А если все-таки придут, то сыграют лишь один-два иннинга, пока не убедятся в бессмысленности игры. Тем не менее немало организаций вбухивают деньги в символические бейсбольные стадионы на кукурузных полях, даже не задавшись вопросом, какое значение это имеет для их бизнеса.

Чтобы получить в результате коллективной работы реальный эффект для бизнеса, организациям необходимо изменить свой образ мышления, считает Стивен Доти, исполнительный вице-президент по продуктам и маркетингу консультативной фирмы nGenera из г. Остина, которая специализируется на вопросах стимулирования сотрудничества в масштабе предприятия. Если этого не сделать, попытки организации коллективной работы могут оказаться скомпрометированными.

“Думаю, причина случающихся иногда неудач при налаживании сотрудничества заключается в том, что опускается из виду необходимость изменения характера менеджмента, — полагает Доти. — Раздаются крики “Давай, отличная идея! Надо нам и у себя завести что-то в этом духе, и все сразу начнут сотрудничать”. В девяти случаях из десяти не начинают. “Не понимаю, почему наш план не сработал”, — недоумевают тогда”.

Ошибки, которые мы совершаем

Когда доходит до дела, шум и гам вокруг технологии организации коллективной работы ничем не отличаются от тех, что поднимались в связи с другими находящимися на подъеме технологиями. Сейчас предприятия ощущают первые симптомы приближения описанного компанией Gartner классического цикла “шумихи”.

Маркетологи преподносят инструменты для организации коллективной работы в качестве технологии завтрашнего дня и универсального средства, способного избавить предприятия от всех забот. Это удачный прием, и некоторые покупатели на него в надежде получить конкурентные преимущества. При этом они мало задумываются над тем, как такие инструменты сочетаются со стратегией бизнеса, бизнес-процессами или архитектурой ИТ.

“Если вы присмотритесь к их маркетингу, то можете прийти к выводу, будто использование наборов инструментов сразу дает преимущества и непосредственно влияет на бизнес, — говорит Доти о нынешних производителях средств коллективной работы. — Но истина в том, что ни один из них не способен обеспечить то, что я называю системным сотрудничеством, — действительно превратить компанию в такую, где царит сотрудничество. Это инструменты, а не процессы. Они не влияют на результаты бизнеса”.

К сожалению, многие из успешных приобрести такие инструменты расстанутся с иллюзиями лишь после того, как совершили классическую для ИТ ошибку, поставив телегу (технологии) впереди лошади (бизнес-процессов).

“Инструменты — не проблема, — утверждает Уолтон Смит, старший партнер в консалтинговой компании Booz Allen Hamilton (г. Маклин, шт. Вирджиния), отвечающий за реализацию Hello, платформы коллективной работы, созданной специалистами этой фирмы. — Трудности

начинаются, когда дело доходит до политики и процедур, обеспечивающих коммуникационные возможности. Если вы их уже разработали, можете заняться инструментами”.

По словам Смита, в 2008 г., когда Booz Allen Hamilton приступила к разработке Hello, он со своей командой отвел половину бюджета проекта на управление изменениями, чтобы внести коррективы в политики. В этом заключается секрет успеха данной платформы. В последние годы почти половина работающих в компании консультантов использует Hello для

туры системы, сказал Майк Роузен, директор Cutter Consortium по корпоративным архитектурам (эта компания находится в г. Арлингтоне, шт. Массачусетс, и занимается ИТ-консалтингом). “Одна из наиболее серьезных ошибок, с которыми мне доводилось сталкиваться, — рассказывает он, — заключается в том, что люди приступают к реализации новых технологий организации сотрудничества, не задумываясь о том, как эти технологии вписываются в существующую архитектуру”.

“Будь то вики, видеоконференции или мгновенный обмен сообщениями — всё это реализуется изолированно, — говорит он. — У предприятий возникают серьезные трудности, когда они пытаются увязать эти технологии с бизнес-процессами”.

Десять причин для организации коллективной работы

Стивен Доти, исполнительный вице-президент по продуктам и маркетингу консультативной фирмы nGenera, предлагает предприятиям, которые приступили к пересмотру своей стратегии бизнеса и готовятся встроить технологию организации сотрудничества в структуру бизнес-процессов, с самого начала задуматься о своих целях. Если руководствоваться ориентированным на конечный результат подходом, инвестиции будут сосредоточены на тех процессах, которые обеспечивают ценность в наиболее важных для организации областях.

Чтобы помочь предприятиям определить иерархию целей, nGenera составила список из десяти мотивов организации сотрудничества, которые могут определять стратегию. Мотивы эти следующие:

1. привлечение новых людей или накопление опыта;
2. выявление новых тенденций, возможностей и угроз;
3. создание единого фонда различных мнений;
4. сочетание идей, которые казались несовместимыми;
5. формирование сообществ и изменение представлений о рынке;
6. распределение труда, затрат или риска;
7. изменение царящей в организации атмосферы и характера дискуссий;
8. участие в создании продуктов и сервисов, накопление опыта;
9. координация в пространстве и времени;
10. расширение информационной базы и приобретение дополнительного опыта.

Какие процессы и технологии следует использовать компаниям для организации сотрудничества, зависит от того, какие цели они считают наиболее важными, поясняет Доти.

обмена идеями и установления контакта с территориально и организационно разобщенными коллегами.

Когда речь идет об организации сотрудничества, разочарование, вызванное тем, что сначала позаботились об инструментах и лишь потом о процессах, оказывается особенно глубоким. Это связано с тем, что многие компании возлагают большие надежды на то, что насыщенный контент, обеспечиваемый инструментами для организации сотрудничества, станет панацеей от проблем с бизнес-процессами, возникающих при реализации какой-то иной сверхмодной технологии.

“Другая крайность, в которую компании впадают при организации коллективной работы, — это чрезмерная концентрация внимания на контенте”, — отмечает Доти. Он поясняет, что многие фирмы, приступившие к стимулированию сотрудничества, считают, будто достаточно выложить на вики большой объем качественного контента, чтобы пользователи выстроились за ним в очередь. “Такой метод не работает, — утверждает он. — Вы же не хотите просто создать еще одно хранилище, где сотрудникам придется разыскивать контент, который может им потребоваться”.

Вместо этого организациям необходимо, по мнению Смита, сосредоточить внимание на самих пользователях и на том, как они будут взаимодействовать с контентом.

“На протяжении всего периода планирования мы твердили: в центре внимания должны быть пользователи, — рассказывает он об истоках системы Hello. — Если мы предоставим им инструменты, позволяющие добавлять информацию, они будут пользоваться ею не для того, чтобы доставить фирме удовольствие, а потому, что это облегчит их работу”.

Платформа Hello открывает перед пользователями более широкие возможности в области агрегирования информации и размещения ее на собственноручно настроенных персональных страницах, говорит Смит.

Лихорадочно пытаться организовать сотрудничество, предприятия допускают также ошибки при определении архитек-

Все эти ошибки могут привести к провалу проекта, что, в свою очередь, будет сдерживать развитие сотрудничества, которое в действительности способно существенно повысить ценность бизнеса глобального предприятия. С этим согласны все эксперты.

Извлечение максимальной ценности

Итак, что же необходимо сделать, чтобы должным образом организовать сотрудничество, сделать его содержательным и эффективным с точки зрения затрат?

“Ответ гласит, что сотрудничество должно приносить бизнесу какие-то преимущества, — говорит Доти. — Должны быть основания для реализации данной технологии и, в конечном счете, некая устойчивая ценность, которую данная инициатива обеспечит компании на заданный период”.

Чтобы обнаружить такую ценность, нет необходимости лихорадочно разгребать массу всяких технологий, пытаться понять, какие из них будут пользоваться успехом, что бы ни внушали вам сторонники инициатив снизу в области Web 2.0, полагает Жоанет. “Некоторые думают, что начинать движение к организации сотрудничества в масштабе предприятия следует с обеспечения рядовым сотрудникам возможностей для коллективной работы, — считает он. — Вы знаете, как при этом рассуждают: “Давайте снабдим их инструментами, а люди сами найдут наилучший способ их применения”. Такой подход сработывает, но только до известного предела”.

Жоанет полагает, что сотрудничество в масштабе предприятия обычно проходит три стадии зрелости. Первая — фаза изучения, когда “появляется ряд энтузиастов, будь то отдельные сотрудники, группы или подразделения, которые экспериментируют с Web 2.0 и другими технологиями организации сотрудничества”.

Затем наступает этап использования технологии в процессе производства. “Я считаю, что на этой стадии сотрудничество включается в бизнес-процессы и приносит значительную пользу бизнесу”, — сказал Жоанет. Наконец, следует фаза

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 22 ▶

Как бороться с Верукой Солт

Каждый, кто видел Виллу Вонка в фильме “Шоколадная фабрика”, помнит, как скверно вела себя там Верука Солт. “Папа! Я хочу, чтобы это было сделано немедленно!” К сожалению, некоторые бизнес-пользователи и менеджеры напоминают Веруку, когда требуют предоставить им новейший, сияющий свежей краской инструмент для организации сотрудничества, и предоставить немедленно!

В подобных ситуациях руководители и менеджеры технических подразделений должны вести себя осмотрительно, если хотят достичь долгосрочных целей своих инициатив в области коллективного труда. Марк Роузен из компании Cutter Consortium считает, что для сотрудников ИТ-подразделения наилучший способ реагирования на подобные требования заключается в том, чтобы говорить языком, который представители бизнес-подразделений понимают лучше всего: холодно оперируя точными цифрами, характеризующими бизнес компании.

“Первый вопрос, который я задаю, звучит так: этот инструмент действительно был *необходим* вам вчера или вчера вы просто *хотели* его получить? — рассказывает Роузен. — Каковы затраты на его приобретение сегодня по сравнению с расходами на его покупку завтра?”

Вместо того чтобы объяснять сотрудникам бизнес-подразделений, что перемены нельзя осуществить мгновенно, Роузен предлагает им изложить, какие последствия для бизнеса будет иметь поспешное развертывание инструментов и предоставление им права самим принимать решение.

“Могут появиться какие-то новые нормативные акты или что-то другое, что повлияет на рынок. И если вы не учтете новые обстоятельства, то потеряете миллион долларов, — уверяет он. — И какая разница с точки зрения вашего присутствия на рынке, получите вы данный инструмент на этой неделе или в следующем месяце?”

В результате принятия решения переключается на бизнес-подразделение, но при этом сохраняются количественные критерии оценки этого решения. “Бизнес часто хочет, чтобы его желания исполнялись немедленно, — говорит Роузен. — Но на практике эффект, на который можно при этом рассчитывать, оказывается гораздо ниже затрат на интеграцию инструментов, необходимых для его достижения”.

Тесное сотрудничество

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 21

преобразований, когда меняются правила игры и предприятия изыскивают новые способы ведения бизнеса, которые были недоступны до организации сотрудничества, говорит он.

По словам Жоанета, подавляющее большинство тех, кто пытается воспользоваться новой технологией, едва ли перешло ко второй фазе: «Я думаю, основная масса компаний находится лишь в начале пути. Большинство пребывает в фазе изучения и кое-как продвигается к фазе производственного применения, а это решающий момент».

По мнению Жоанета, даже предприятия, добившиеся ограниченного успеха и не испытывавшие разочарования на стадии изучения, всё еще не получили от организации сотрудничества той пользы, которую должны были извлечь: «Они вложили средства, технология работает. Я уверен, что уже получен значительный эффект. Но добились ли они максимальной отдачи в масштабе всего предприятия, на которую рассчитывали?»

В конечном итоге, чтобы перейти к решающему, производственному этапу, компаниям необходимо сделать огромную работу по переоценке приоритетов бизнеса, определению стратегических целей и формированию структуры процессов, в которую можно с успехом встроить новые инструменты.

Как убедить в необходимости коллективного труда

Однако прежде чем можно будет приступить к созданию структуры процессов, компании необходимо найти в себе силы принять концепцию обмена идеями. Это означает, что культура бизнеса должна допускать (и стимулировать) организацию сотрудничества, а руководство компании должно принять в этом активное участие. Отсутствие соответствующей культуры и неправильная позиция руководства нередко становятся главными препятствиями на пути преобразования предприятия.

«Преодолеть их непросто. Во многих случаях руководители бизнес-подразделений просят директора информационной службы и главного технолога разъяснить им, что представляет собой коллективный труд, — рассказывает Жоанет. — Для достижения успеха в его организации необходимо, чтобы руководители данных подразделений принимали активное участие в этой работе и разбирались в существе дела. В противном случае будет гораздо сложнее добиться того эффекта, который должно дать сотрудничество в масштабе предприятия».

Но это не значит, будто достаточно просто собрать группу из нескольких менеджеров среднего звена, представляющих различные подразделения, и поручить им работу по организации сотрудничества. Чтобы действительно превратить предприятие в такое, где царит сотрудничество, нужен импульс сверху.

«Инициатива в деле организации коллективного труда должна исходить от генерального директора. Вся работа будет более успешной, если он ее поддерживает», — утверждает Доти. Высшее руководство, по его мнению, должно дать своим подчиненным своего рода разрешение на сотрудничество, а кроме того, должно стимулировать и подталкивать менеджеров среднего звена — тех, кто опасается, как бы сотрудничество не нарушило существующую в организации иерархию.

«В конечном итоге вы можете добиться упрощения иерархии в компании. Это станет одним из результатов сотрудничества, но это же является и препятствием к его налаживанию», — отмечает Доти.

Роузен согласен с ним. «Мы создаем угрозу для занимающих некоторые должности, — говорит он. — Перестраивая

бизнес-процессы и открывая перед сотрудниками новые возможности, мы изменяем баланс сил и ответственности на одном-двух уровнях иерархии».

Необходимо справиться с таким «культурным шоком», если компания намерена добиться прогресса посредством организации сотрудничества. Но пока никто не может сказать, как это сделать.

«Я не знаю никого, кто полностью постиг бы, как перестроить культуру организации на основе модели сотрудничества», — с сожалением констатирует Жоанет. Но он видел, какие методы применяются в некоторых компаниях для стимулирования совместной работы. Это

“Большую проблему представляют дифференцированный подход к транзакции и перестройка бизнес-процесса”.

Майк Роузен,
директор компании Cutter Consortium
по корпоративным архитектурам

уточнение показателей, по которым определяется производительность труда каждого сотрудника, совершенствование управления за счет использования внутреннего обмена сообщениями и оказание предпочтения при приеме новых работников тем, кто уже имеет опыт применения инструментов Web 2.0.

Тем не менее Смит считает, что при налаживании сотрудничества организации не могут полагаться лишь на «поколение Facebook». И хотя его представители, может быть, и готовы использовать любую возможность для применения соответствующих инструментов, у них нет того, чем в избытке обладают ветераны компании, — практических знаний.

«Они лишены ценного интеллектуального капитала и знаний, — говорит Смит о молодых сотрудниках. — Им нравится пользоваться современными инструментами, но у них отсутствуют знания, которыми можно было бы поделиться». Поэтому Смит и его команда разработчиков Hello затратили массу времени на ознакомление менеджеров среднего звена и опытных сотрудников со своей системой и на разъяснение ее преимуществ.

Перемены в культуре могут происходить в процессе разработки организацией стратегий сотрудничества, но абсолютно необходимым условием, считает Доти, является наличие авангарда. Кроме того, который под руководством Смита проводил просветительскую кампанию. «Один из факторов, определяющих возможности сотрудничества в компании, — готовность руководства прислушиваться к чужому мнению и участвовать в коллективном труде, — говорит Доти. — Это важнейшее требование. Забудьте о технологии. Если высшее руководство не заинтересовано в предложениях со стороны сотрудников, то даже не стоит тратить выделенные вам на организацию коллективной работы средства».

Формирование структуры

Если руководство возьмет на себя роль лидера и начнет перестройку производственных процессов, ИТ-подразделение сможет приступить к изучению бизнес-процессов и выявлению среди них наиболее зрелых, которые можно усовершенствовать благодаря организации сотрудничества. Жоанет называет это «зонами сотрудничества». Такие процессы характеризуются наличием трех факторов: интенсивным взаимодействием сотрудников, обменом информацией, потребностью в специальных знаниях.

После того как определены приоритетность процессов, испытывающих наибольшую потребность в совершенствовании сотрудничества, Роузен предлагает руководителям бизнес-подразделений и информационной службы сделать паузу

и тщательно продумать описания процессов. Он считает, что инструменты для организации сотрудничества не принесут пользы, если процесс, который предполагается усовершенствовать с их помощью, оказывается гораздо масштабнее, чем считалось первоначально. Это особенно верно, когда речь идет о сотрудничестве с партнерами, поставщиками или клиентами.

«Требуются переосмысление бизнес-процессов, глубокое понимание взаимодействия между человеком и бизнесом и учет этого взаимодействия при автоматизации или создании технического процесса, которым мы управляем», — говорит Роузен.

В качестве примера он приводит случай, когда один из его коллег в компании Cutter Consortium сотрудничал с центром раковых заболеваний, стремящимся автоматизировать процесс работы с пациентами, чтобы регулярно проводить их осмотр. Если мыслить узко, сотрудничество ограничилось бы составлением расписания и автоматизацией напоминаний о необходимости посещения врача. Но работавшие в раковом центре технические специалисты и представители бизнеса понимали, что составление графика посещений открывает более широкие возможности. Реализованный в центре процесс сотрудничества позволяет пациентам зарегистрироваться на веб-сайте, определить время визита к врачу и ответить на его предварительные вопросы о состоянии своего здоровья в данный момент. Система пересылает ответы доктору, который еще до прихода пациента может получить от него дополнительную информацию с помощью электронной почты или системы мгновенных сообщений. Основываясь на этой информации, врач может рекомендовать пациенту какие-то меры, которые следует предпринять до визита в центр.

Все эти действия записываются системой. Таким образом, когда пациент появляется в центре в сопровождении другого врача, что неизбежно, сотрудник центра уже обладает обширной информацией о его состоянии за длительный период и самыми свежими данными и может эффективно использовать то ограниченное время, которое отводится ему на работу с каждым пациентом.

По словам Роузена, центр раковых заболеваний сумел снизить процент ошибочных ответов по сравнению с тем временем, когда они давались на бумаге, и многократно увеличить долю вопросов, на которые пациенты дают ответы. В результате он смог составить более полные истории болезни, а точность информации позволила повысить качество медицинского обслуживания и уменьшить число ошибочных диагнозов. Добиться таких результатов было бы невозможно, если бы сотрудничество ограничивалось назначением визитов к врачу.

«Большую проблему представляют дифференцированный подход к транзакции и перестройка бизнес-процесса таким образом, чтобы он начинался и заканчивался вместе с транзакцией, а не ограничивался бы лишь какой-то ее частью», — говорит Роузен.

Когда ориентированный на сотрудничество бизнес-процесс спроектирован, предприятие может задуматься над тем, какие следует произвести изменения в связи с внедрением коллективного труда и какая технология для этого необходима. В основу ее планируемой реализации должен быть положен смысл сотрудничества («collaborative intent»), т. е. те цели, которых организация рассчитывает достичь с помощью коллективной работы, рассказывает Доти, который уверен, что стратегическое планирование должно ориентироваться на достижение конечного результата.

«Начинать следует с определения желаемого результата, — поясняет он. — Для формирования устойчивого процесса необходимо рассуждать следующим образом: «Мы знаем, какова цель данно-

го процесса, и достижение этой цели будет иметь некоторые позитивные последствия для нашего бизнеса»».

Прежде чем предприятие будет полностью готово к использованию технологии сотрудничества, добавляет Доти, оно должно спланировать результаты, определить стратегию и спроектировать бизнес-процессы.

Однако организация сотрудничества не заканчивается с развертыванием соответствующей технологии. Доти, Роузен, Жоанет — все согласны, что компании должны помимо этого разработать показатели для измерения степени успешности проекта, чтобы с их помощью отладить процесс сотрудничества и оправдать использование новых технологий. По словам Доти, заблаговременное формулирование конечных целей и результатов должно помочь определить, по каким критериям организация будет судить о степени успеха.

Выбор показателей имеет такое же значение, как и сбор данных, полагает Жоанет. Он считает, что слишком многие предприятия используют в качестве мерила успеха только показатели деятельности конечных пользователей.

«Используемый показатель не обязательно должен свидетельствовать о ценности результата с точки зрения бизнеса, — подчеркивает он. — Поэтому так важно встроить сотрудничество в бизнес-процесс. Для меня свидетельством успеха является положительное влияние коллективной работы на показатели бизнес-процесса».

Фокус, разумеется, в том, чтобы найти способ измерить это влияние. Смит поясняет, что разработчики системы Hello в компании Booz Allen Hamilton все еще пытаются разработать какие-то показатели ценности данной системы для бизнеса помимо статистики ее использования. «Я пока не могу дать вам исчерпывающего ответа на вопрос об экономическом эффекте от использования Hello, но мы уже добились ощутимых результатов. Люди стали устанавливать контакты и создавать ценности», — сказал он.

Здесь уместно поведать об одном случае. Смит рассказал, как система Hello получила признание. Начальник поручил ему вместе с несколькими коллегами поработать над документом. Все вместе они набросали черновик и разместили его в системе Hello, чтобы привлечь к нему внимание других специалистов компании. Через несколько дней проект не только был снабжен комментариями, написанными шестью экспертами по данному вопросу, но в нем появился новый раздел, благодаря которому документ стал значительно более весомым. Раздел был составлен консультантом, которого начальник Смита упустил из виду, поскольку тот работал в другом подразделении. Установив таким образом контакт с авторами проекта, этот консультант в дальнейшем стал сотрудничать с возглавляемым Смитом подразделением. Совместными усилиями они создали новое направление бизнеса, доходы от которого, по словам Смита, превышают стоимость приложений, использованных в системе Hello.

По большому счету, разве это не тот эффект, который должно давать сотрудничество? Вся подготовка структуры процессов сводится к обеспечению коллективного труда на основе «золотых правил» бизнеса, говорит Жоанет.

Руководство должно задаться следующими вопросами: поможет ли перестройка данного бизнес-процесса снизить затраты? удалось ли добиться эффективности с точки зрения производственных циклов? могу ли я теперь быстрее принимать решения? могу ли я производить больше с меньшими затратами?

Если вы не можете ответить «да» ни на один из этих вопросов, наверное, пришло время переосмыслить организацию сотрудничества на вашем предприятии. □

Рынок ИБ — это взрослое существо в детской одежде

ВЛАДИМИР ГАЙКОВИЧ

В этой статье я хотел бы изложить свой взгляд на текущие проблемы российского рынка ИБ. Существующий рынок представляет собой своеобразное зрелище. С одной стороны — он динамичнее ИТ-рынка в целом и растет год от года, а цифры роста вызывают зависть ИТ-коллег.

С другой стороны, несмотря на рост, меня не покидает ощущение того, что на рынке давно существуют и год от года усугубляются некоторые проблемы. Рассмотрим их подробнее.

Проблема 1. Виртуальный размер рынка

Известно, что одним из основных показателей того или иного рынка является его объем. Если он известен, то можно определить рыночную долю той или иной компании, а с течением времени выявлять те или иные рыночные тенденции, то есть порождать некую аналитику.

Размер зрелых рынков оценивается и аналитиками рынка, и его участниками с определенной погрешностью, не превышающей 30%. Табели о рангах, которые выстраивают аналитические компании за полгода-год, показывают более или менее правдоподобные результаты участников рынка и тем самым побуждают их задуматься над эффективностью собственной деятельности.

В нашей стране в рассматриваемом сегменте дела обстоят совершенно иначе.

Популярный российский рейтинг в области ИБ строится методом опроса компаний-участников, представленные данные публикуются как есть, без проверки и сопоставления.

Отмечу две основные особенности построения этого рейтинга.

Во-первых, он объединяет совершенно разных игроков рынка: дистрибьюторов, интеграторов, вендоров, группы компаний. Вендор в основном получает деньги за свою продукцию. Но сами вендоры редко самостоятельно продают её потребителю. Поэтому возникают такие участники рынка, как дистрибьюторы и интеграторы, причем на пути к клиенту товар может перепродаваться более двух раз. При этом каждый участник цепочки продажи декларирует свою выручку. В результате происходит повторный подсчет одних и тех же денег. Количество денег, заплаченных потребителем за продукцию, остается неизменным, но объем рынка увеличивается пропорционально количеству участников перепродажи.

В результате получается интересная ситуация. В рейтинге мы видим знакомые названия компаний и цифры в рублях. Но над этими цифрами нельзя производить арифметические операции, потому что они хоть и написаны одними и теми же символами, но реально имеют совершенно разную природу.

Во-вторых, в силу принципа составления рейтинг содержит не выручку компаний, а их собственное мнение о своих финансовых результатах в прошедшем году. Достоверность этого мнения зависит прежде всего от той цели, которую ставит перед собой участник рейтинга.

Никто не мешает участнику рейтинга заявить какие угодно суммы, особенно если компания реализует ИБ-проекты наряду с ИТ-проектами. Если при этом компания не сдает статистические данные государству, то в принципе можно смело заявлять в рейтинг любые цифры, завышенные ровно до той величины, которая позволяет занять нужное место.

Таким образом, приведенные в рейтинге цифры лишь демонстрируют несовершенство методики подсчета и достаточно часто являются количественным отображением желания компании “застолбить” более высокое место.

Безусловно, создание высококачественной аналитики рынка — долгая и затратная вещь. Поэтому можно понять составителей рейтинга, которые минимизируют издержки на содержание штата маркетологов-аналитиков. Но как следствие мы получаем замену аналитики на PR со всеми вытекающими последствиями. При таком подходе дальше констатации фактов продвигаться невозможно.

На мой взгляд, рынку ИБ нужно более или менее объективное зеркало, а не портрет кисти неизвестного художника. Зеркало поможет рынку увидеть себя, ужаснуться или восхититься, но независимо от результата после этого все равно начать изменяться.

Проблема 2. Виртуальные ассоциации реальных участников рынка

Когда рынок переходит в стадию зрелости, обычно это сопровождается формированием определенных институтов, призванных решать те проблемы, которые возникают перед всеми участниками рынка. Давайте посмотрим на банковский рынок, страховое сообщество: везде есть свои ассоциации, объединяющие профессиональных участников рынка. Да что далеко ходить — на рынке ИТ такая практика существует и себя успешно зарекомендовала.

При создании ассоциаций на этих рынках четко соблюдается один принцип: ассоциация не должна быть коммерческим игроком рынка, конкурировать с компаниями-участниками или давать формальное преимущество при получении доступа к тем или иным работам. Виртуальность существующих ассоциаций на рынке ИБ заключается в том, что они есть, но их как бы и нет. Они не объединяют рынок ИБ, а разделяют его на группы и служат средством конкурентной борьбы, тем самым не решая основной задачи — выражения консолидированной позиции участников.

Отсутствие единой ассоциации не позволяет отстаивать позицию участников рынка ИБ при решении спорных вопросов на уровне правительства и Думы. Примером может являться регулирование защиты персональных данных. Обратите внимание, как умело работает банковское и страховое сообщество и как незаметно сообщество профессионалов в области ИБ.

Сейчас на российском рынке ИБ явно видны две основные тенденции. Первая — это усиление требований к безопасности государства, что связано с политической, проводимой нашей страной. И вторая тенденция — общемировая: информационные технологии все больше проникают в повседневную жизнь граждан, и при этом требуется их защита от различных “плохих парней”.

Эти тенденции на самом деле противоречивы. Перенос методов и способов защиты интересов государства на защиту частных интересов граждан ни к чему хорошему не приводит, что можно видеть на примере реализации закона о персональных данных.

Посему все чаще и чаще в обществе будет вставать вопрос о том, как обеспечить в том или ином случае безопасность граждан при использовании тех или иных технологий. Если будет отсутствовать ассоциация, отражающая мнение участников рынка, то в этом случае решения будут приниматься как и сейчас, без учета мнения специалистов по ИБ, что, несомненно, негативно скажется и на их качестве, и на последствиях их реализации.

Проблема 3. Виртуальные требования реальных регуляторов

С существующими регуляторами рынка проблема обстоит несколько сложнее.

Если объемные показатели рынка ИБ и его структура — это зеркало текущей ситуации на нём, а ассоциация — это воз-

можность влияния на будущие проблемы и возможность выразить консолидированное мнение игроков рынка, то требования регуляторов — это один из фундаментальных компонентов рынка ИБ, и от качества этих требований зависит не только текущее состояние, но и перспективы развития рынка.

Ситуация с законом о персональных данных, на мой взгляд, выявила одну большую проблему в деятельности регуляторов, которая затронула не только игроков рынка ИБ, но и всех потребителей.

Предлагаемые регуляторами требования по защите персональных данных малоприменимы к современным системам обработки информации. И часто приходится выбирать: либо работать, либо соблюдать требования. То есть регуляторы есть и требования есть, но требования и реальная жизнь редко пересекаются друг с другом.

Можно сколь угодно долго возмущаться деятельностью регуляторов, но, на мой взгляд, основная причина обозначенной проблемы в том, что устарела сама система регулирования рынка ИБ.

Существующая модель регулирования строилась исходя из того, что потребителей ИБ-услуг немного и все они в основном обслуживают государственные интересы. Именно эта установка определила функции регуляторов, их права и обязанности, а также штатную численность.

Но когда это было? Более пятнадцати лет назад, еще в другом веке и при другом государственном устройстве. Тогда ИТ изменялись медленно, крупные системы строились исключительно в интересах государства, а число контролируемых организаций измерялось десятками или сотнями в масштабах страны.

Именно для такой ситуации и были разработаны универсальные требования по ИБ, которые не зависели от отрасли, а контроль исполнения этих требований проводился непосредственно самими регуляторами.

Вполне естественно, что увеличение участников рынка и усложнение технологий сделало такую модель в текущих условиях почти неработоспособной.

С другой стороны, понятно, что государство не может оставить этот рынок без внимания, потому что одна из функций государства — защита своих интересов и интересов граждан. Получаем противоречие.

Краткий итог

Количественные показатели рынка ИБ и требования регуляторов все больше превращаются в кантовскую “вещь в себе” и в PR-продукт для средств массовой информации. Реальный рынок ИБ начал жить своей жизнью, в отрыве от наших представлений о нем. Он перерос наши представления и продолжает расти дальше. А мы пока не успеваем. Под словом “мы” я понимаю сообщество профессионалов в области ИБ в России.

Здесь возникает любимый национальный вопрос — что делать? Думаю, со мною многие согласятся: нужны глубокие системные изменения.

Часть из них реализовать просто. Для получения более или менее адекватной картины рынка необходимы три действия. Первое — сегментировать рынок ИБ и в соответствии с принятыми правилами собирать и анализировать данные. Второе — научиться не врать (это сложно) или для начала врать не сильно (трудно, но уже реально) насчет собственных достижений. Третье — подвергать заявленные компаниями данные элементарным проверкам, по подобию, например, рейтингов журнала “Эксперт”. В результате цифры наполнятся смыслом.

Для организации ассоциации тоже нужно немного — несколько активных и не-

ангажированных профессионалов, которые разбираются не только в механизмах защиты и хитросплетениях политических интриг, но и в экономических механизмах рынка. Если мы преодолеем феодальную раздробленность, существующую сейчас на рынке ИБ, то от этого выиграют как его участники, так и потребители.

И если формирование системы анализа рынка и создание ассоциации — это скорее косметические изменения, то создание новой схемы регулирования рынка ИБ — это задача, решение которой требует политической воли, системного подхода и нештатного напряжения сил.

На мой взгляд, подходы к регулированию государственного и негосударственного сегментов рынка ИБ должны различаться.

В государственном сегменте целесообразно сохранить ранее созданный порядок регулирования и контроля за его соблюдением. Вполне возможно, что в перспективе его тоже придется модернизировать, но на несколько ближайших лет его надо оставить без изменений.

В негосударственном же сегменте, думаю, роль регуляторов должна быть изменена. Коммерческому сегменту нужны “мета”-регуляторы, которые определяют прежде всего ответственность (административную, финансовую и др.) за нарушение прав тех лиц, чья информация или информация о ком обрабатывается в информационных системах, а также самые общие функциональные требования к системам безопасности. Когда ответственность и функциональные требования будут обозначены, контроль за их исполнением можно осуществлять по формальным признакам. Не хочешь обеспечивать безопасность — не надо. Считаешь излишним или слишком дорогим — значит, так тому и быть, ведь фирмы-то частные и приказать им сложно. Но если безопасность данных нарушена, то ответственность менеджмента определена и исчисляется во вполне ощутимых и понятных показателях, влекущих за собой финансовые, репутационные, административно-правовые последствия. Таким образом, коммерческим компаниям нужно просто дать возможность выбора и понимание цены последствий.

При таком положении дел логичным способом минимизации рисков является следование стандартам. Эти стандарты вместе с правилами их контроля разрабатываются внутри каждой отрасли и регистрируются у мета-регулятора. Они отражают специфику той или иной отрасли относительно рисков и технологий обработки информации и детализируют функциональные требования мета-регулятора.

Контроль исполнения этих требований внутри отрасли производится уполномоченными аудиторами, прошедшими аккредитацию как у мета-регулятора, так и в отрасли.

Мета-регулятор производит выборочный контроль за сделанными проверками для того, чтобы обеспечить контроль качества этих проверок и держать в тонусе аудиторов.

Такой подход позволит, с одной стороны, уделить должное внимание именно безопасности, а не хитрым способам составления формальных документов во избежание замечаний по проверкам, а с другой стороны, даст возможность государству выполнить свои функции по защите интересов граждан.

Предложенный комплекс мер, на мой взгляд, обеспечит защиту интересов потребителей, поднимет уровень профессионализма участников рынка и вместе с этим даст мощный импульс развитию всего рынка ИБ.

Автор статьи — генеральный директор группы компаний “Информзащита”

Мобильные мошенники атакуют

МАКСИМ БУКИН

Преступники всё увеличивают активность в сотовых сетях: используя давно отработанные методы обмана доверчивых граждан, они даже совершенствуют свою тактику, активизируясь и в Интернете. Из бизнеса одиночек мобильный обман превратился в хорошо налаженную преступную деятельность, обороты которой исчисляются миллионами долларов в месяц.

ОБЗОРЫ

Большой преступный бизнес

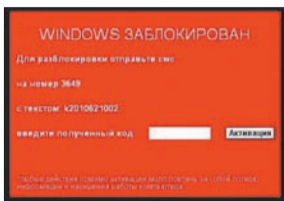
Несмотря на то что типология мобильных мошенничества довольно сильно изменилась, старые варианты обмана пользователей, конечно, остались. Все-таки в сетях мобильных операторов связи сотни миллионов абонентов, и мошенникам было бы как минимум странно отказываться от наработанных схем. Правда, первичный контакт, который раньше реализовывался с помощью голосового звонка, теперь автоматизируется: все чаще пользователи получают SMS-спам с предложением забрать машину от "Русского радио" или "Европы-

теса и потенциальная прибыль от таких мошеннических схем".

Если раньше, ещё в первом полугодии 2009-го, мобильными мошенничествами занимались одиночки, которые в какой-то степени тестировали возможные технологии распространения спама и вирусов, выделяли наиболее работающие схемы вывода денег, придумывали истории для доверчивых абонентов, то есть вели определенную, можно сказать, исследовательскую работу, то сейчас ситуация кардинально изменилась.

"Существует целая индустрия, создающая и обслуживающая мошеннические схемы, — уверен Сергей Хренов. — Одни злоумышленники специализируются на создании вирусного кода, причем зачастую просто покупают его у сторонних разработчиков. Другие разрабатывают наполнение сайтов, регистрируют доменные имена, подключают сервисы к контент-провайдерам, управляют партнерскими программами, выводят fraudulentные мошенническим путем средства и т. п. Этот рынок живет совершенно определенной, не стихийной жизнью". Да и деньги в данном случае серьезные: через такие системы на просторах бывшего СССР "прокачиваются" миллионы долларов в месяц.

Такие вирусы даже пугают пользователей, обещая им, что "любые действия помимо активации могут повлечь за собой потерю информации"



купить подобную информацию за несколько рублей или долларов являются мошенничеством.

Очень большой активностью обладают и специальные "анализаторы SMS": реклама предлагает "узнать, что пишут любимой девушке", поставив "SMS-шпиона", и т. п. При этом мошенники ссылаются на "новые, уникальные технологии", "собственные авторские разработки" и "уязвимости сотовых операторов", которые позволяют внедрять эти разработки. Некоторые "на голубом глазу" пишут о том, что "в такие программы вложено 16 специальных кодов для взлома почтовых серверов оператора связи" — в общем, бред несусветный, при

том, что за короткий текстовый сообщения отвечает вообще-то SMS-центр. В ход идет любая аргументация с тем, чтобы абонент отправил на короткий номер SMS-сообщение "для получения кода разблокировки программ". Причем заявляемая мошенниками стоимость такого сообщения (обычно 6—9 руб.) существенно ниже, чем реальная (100—300 руб.). Подобные "разводы" работают на веб-сайтах и с помощью загружаемого ПО.

Еще один вариант мобильного мошенничества — так называемый "сканер тела". К примеру, пользователям смартфонов, обладающих камерами, предлагается скачать приложение, с помощью которого можно будет видеть любого человека без одежды. Сама по себе постановка вопроса выглядит глупой, но технически не просвещенные пользователи "ловятся" на нее в огромном количестве.



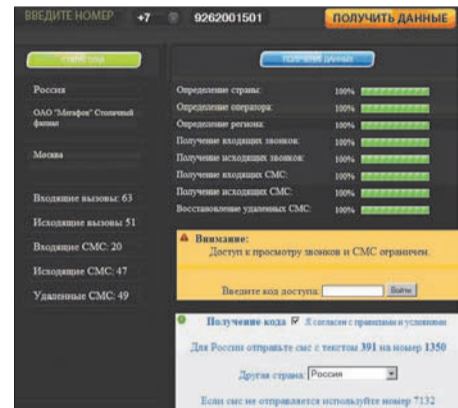
Абсолютно обманчивый сервис удаленного контроля чужого телефона — на такое способен только СОРМ

При том, что такое ПО является просто "ширмой" — красиво выглядит, вроде бы правильно устанавливается, но... не работает. Однако это ещё не самый худший вариант: иногда такое ПО приносит на телефон пользователя вирус, который отправляет по GPRS его телефонную книгу и SMS-переписку или занимается отправкой платных SMS-сообщений, постепенно опустошая счет его мобильного телефона.

Кстати о вирусах: специальные модификации именно для мобильных телефонов, которые эффективно монетизируют усилия авторов по их созданию, уже существуют. Пробиваются на телефон пользователя они обычно в виде открытки с поздравлением ко Дню Святого Валентина, 23 февраля или 8 марта — абонент по SMS получает ссылку с забавным названием, и, конечно, большинство идет смотреть, что же это такое. Привыкнув вроде бы к тому, что вирусов для мобильных телефонов пока не бывает. К сожалению, это не так: для просмотра открытки пользователю, как всегда, предлагается загрузить и установить некий файл. На самом деле это не открытка, а SMS-троян, который в скрытом от пользователя режиме начинает "бомбардировку" текстовых сообщений на короткий номер со стоимостью 300 руб. за каждое. Так что дешевле было бы не обращать внимание на такую открытку.

Очень неприятный вид мобильного развода — "подписка на контент". Одно

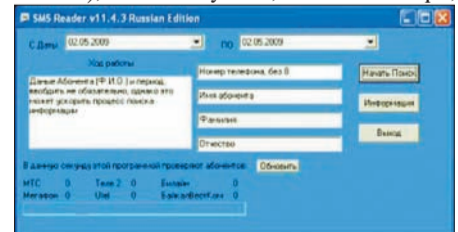
дело, когда абоненту предлагается отправить на короткий номер разовое сообщение. Но в данном случае все с точностью до наоборот: одно сообщение только добавляет номер пользователя для получения рассылки (причем ее содержание может быть самым бредовым — от лучших ссылок на эротические ресурсы Сети до курсов валют, которые не сложно найти и в открытом доступе). Согласие пользователя получать такой бред организуется весьма витиевато. Обычно ловушки расставляют на специальных сделанных сайтах-обманках — там пользователю предлагается ввести номер своего мо-



Веб-сервис чтения чужих SMS-сообщений — не более чем сайт-"обманка". После отправки сообщения на короткий номер работать уже ничего не будет

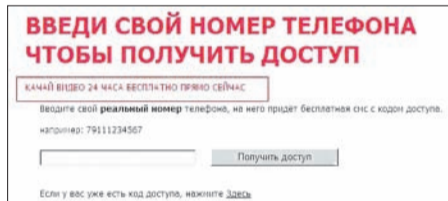
бильного телефона, а в обратном SMS-сообщении получить ссылку, по которой активируется, скажем, бесплатный доступ на закрытую часть ресурса. И везде висят баннеры "бесплатно". Только никто не говорит, что free-доступ обеспечивается только первые сутки. Дальше — 20—30 руб. за каждый день. И все это оперативно списывается, поскольку абонент акцептировал эту услугу. Такое согласие подсовывают жертвам с помощью тех же SMS типа "Вам пришла открытка", "Вам подарок". А в тексте сообщения — ссылки для активации кода доступа. Обычно такие варианты обмана очень хорошо сочетаются с "услугами сомнительного содержания": всевозможные комплексы diet для похудения, бесполезные советы по выбору спутника жизни и т. д. Абоненту всё, конечно, преподносится в самом выгодном свете, но на самом деле это тотальная "обдираловка": "эксклюзивный контент" представляет собой всего лишь перепечатку всяких дурацких статей из женских глянцевого журналов. Но стоит это доверчивому абоненту гораздо больше: в среднем 300—900 руб. за подписку на бесполезную для него информацию.

Еще один вариант обмана — "голосовые поздравления". Схема действия в данном случае проста: на телефон поступает звонок с неизвестного номера. И быстро прерывается, после чего приходит SMS-сообщение. С таким, например, текстом: "Вам оставлено звуковое послание, для прослушивания позвоните на номер 0703, код...". Или сразу рассылаются SMS-сообщения (даже без генерации входящего звонка), абонент думает, что был в метро,



Программа для чтения SMS с чужого телефона скорее установит вам вирус на персональный компьютер, чем даст возможность ознакомиться с текстовыми посланиями других абонентов

в лифте — там, где сеть традиционно работает нестабильно. И перезванивает. В обоих случаях звонок на указанный короткий номер обойдется в сумму более 100 руб., и никакие сообщения на "автоматический", конечно же, не окажется — это просто платная линия с прослушиванием каких-нибудь гороскопов. А списание денег происходит моментально. □



Типичное объявление сайта-"обманки". Согласившись получить такую информацию, пользователь подписывается на рассылку со значительной стоимостью

плюс". В регионах отмечаются попытки аналогичных "разводов" от лица крупных местных банков, торговых центров и даже органов соцобеспечения — фантазия у мошенников работает отлично. Кстати, в определенной степени эту ситуацию подстегивают и сами операторы связи, проводя различные лотереи, которые абоненты давно прозвали лохотерейми — везде надо отправить SMS-сообщение на короткий номер. Причем "атака" от лица операторов (особенно этим знаменит "ВымпелКом") настолько навязчива, что абонент гораздо легче попадает на "развод" мошенников. В целом это вполне устоявшаяся схема бизнеса, которым занимаются заключенные из уральских и северных колоний — для них это привычно, да и до сих пор работает.

"Массовые мошеннические схемы в настоящий момент организованы на базе рассылки первичной информации с помощью SMS-сообщения, есть схемы, где SMS дублируется голосом, — отмечает Владислав Терехин, директор по безопасности ГК "ВымпелКом" в России. — Кроме того, многие варианты основаны на мобильном переводе средств с одного лицевого счета на другой. При этом мошенники используют имена известных брендов, имитируют процедуры обслуживания и маркетинговые акции (технические работы, розыгрыши, викторины, оплату услуг)".

"Все чаще мобильные мошенники используют для рассылки своей информации киберпространство, поскольку Интернет дает огромный охват, — констатирует Сергей Хренов, начальник департамента по гарантированию доходов и управлению фродом компании "МегаФон". — С одного или даже с десятка телефонов можно позвонить нескольким десяткам людей в день, в Сети за аналогичные деньги можно проинформировать сотни тысяч и даже десятки миллионов пользователей. Соответственно меня-

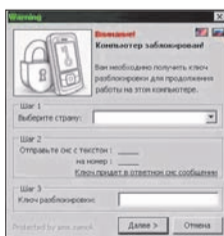
Типовые схемы атак

Классические методы мобильных мошенников из серии "случай с родственниками", "ложный приз", "SMS-просьба", "платный код" и "ошибочный перевод средств", несмотря на их давнее распространение, никуда не испарились — их по-прежнему активно используют злоумышленники в сотовых сетях. Однако вместе с ними абонентов ожидают куда более изощренные способы мобильного обмана, которые, правда, работают исключительно через Интернет.

Самый известный на сегодняшний момент тип мобильных угроз — это различные "блокираторы" компьютерной техники. Хотя волна вирусов-оборотней, захватывающих компьютеры пользователей (защищенные весьма слабыми антивирусами, а то и вовсе оставленные без поддержки сетевых экранов), вроде бы пошла на убыль, количество таких случаев до сих пор еще крайне велико. Действуя примерно по одной технологии, подобные вирусы продолжают атаковать

персональные компьютеры, "представляясь" новыми антивирусами или аддонами к операционной системе, полезным ПО и т. д. Цель одна: заблокировать ПК и заставить пользователя отправить деньги на короткий номер контент-агрегатора. К этой же категории относят и различные варианты "порно-банеров", которые "приписываются" в определенной части экрана поверх всех программ и мешают нормально работать с компьютером до тех пор, пока их владельцам не заплатят.

Еще один популярный тип мошенничества — это различные "обманки". Чуть раньше на рынке довольно активно были представлены различные GPS-пеленгаторы и локаторы, которые обещали отследить местоположение любого телефона по LBS — разумеется, для сторонних сервисов это нереально. Информацию о местоположении абонентов, равно как и другую аналогичную информацию об абонентах и использующих ими услугах, оператор предоставляет только правоохранительным органам в установленном законом порядке, и любые предложения



Вредные "блокираторы" могут маскироваться под антивирусы, аддоны операционной системы и т. д.

МАКСИМ БУКИН: КОЛОНКА РЕДАКТОРА

Методика возврата



Не проходит недели, чтобы в своем интернет-блоге я не получал комментариев о новой схеме мобильного мошенничества или обмане пользователей в сотовых сетях. И это еще очень небольшой ручеек информации: крупные операторы мобильной связи получают от 100 до 500 жалоб абонентов на мошеннические действия со сторо-

ны партнеров контент-агрегаторов в каждом регионе своего присутствия. Каждый месяц. Из года в год. Разумеется, наибольшее количество жалоб приходится на крупные города, где проникновение интернет-доступа, с помощью которого мошенники рассылают иницилирующие ошибочные или обманные действия спам, гораздо выше.

Однако мало кто из пользователей знает, что все компании “большой тройки”, “Скай Линк”, Tele2 и т. д. готовы вернуть деньги всем абонентам, которые считают, что были втянуты в мошеннические действия с отправкой платных SMS-сообщений на короткие номера контент-агрегаторов. Основная сложность для самих пользователей состоит в том, что лишь незначительная их часть знает об этом и звонит в call-центр своего оператора связи по этому поводу. Кто-то не подозревает о такой возможности, кто-то не верит в реальность ее осуществления, а кто-то просто стесняется. К примеру, вирусы-блокираторы по большей части были “пойманы” абонентами на сайтах с эротическим контентом — признаться в этом, разумеется, сложно. Причем в такой ситуации нет никакого смысла звонить в службу поддержки контент-агрегатора, арендующего короткий номер, на котором режутся мошенники: именно операторы связи делают начисления абоненту по представлению своего биллинга или по требованию сторонних партнеров. А деньги за контент-услуги не уходят “на сторону” мгновенно — всегда есть возможность получить их обратно, если услуга не была оказана или работала мошенническая схема.

Схема возврата довольно простая: в большинстве случаев абоненту необходимо только позвонить по телефону в call-центр своего провайдера связи. Причем с некоторых пор инструкции у всех сотрудников call-центров операторов “большой тройки” стали более жесткими. Сотрудник центра обработки вызовов обязан жалобу принять, занести ее суть в CRM, а также, самое главное, отметить там короткий номер (для выставления претензии контент-провайдеру, который его

арендует) и тот префикс (сообщение), которое было на него отправлено. Поскольку на одном коротком номере может находиться несколько тысяч различных префиксов, это поможет достаточно быстро отследить злоумышленника.

Далее по цепочке это сообщение, не задерживаясь, должно попасть в соответствующий департамент оператора связи, который занимается фродом (расследованием мошенничеств в сотовых сетях). Формально операторы “большой тройки” декларируют, что немедленно, в режиме online передают эту информацию контент-провайдеру с требованием определенный префикс заблокировать, чтобы больше никто не мог пострадать от подобных мошеннических действий. С недавних пор долгой и длительной переписки по этому поводу не ведется: контент-агрегаторы обязаны в безусловном порядке заблокировать префикс по решению оператора (разумеется, аргументированная часть жалоб им пересылается), и только после этого проводится “разбор полетов”. Таким образом, скорость решения подобных вопросов многократно возросла. Правда, деньги вернут только тем клиентам, которые заявят оператору, что пострадали от какого-либо мошеннического действия — те, кто попал в подобные ловушки и не заметили больших списаний со своих счетов или по каким-то причинам не обратились к оператору связи никаких возмещений не получают. Как в любой нормальной ситуации, в превентивном порядке, не дожидаясь заявлений абонентов, основываясь на данных биллинговой системы, такие возвраты не реализуются.

И это совершенно отдельный вопрос. Декларируется, что в своих CPA-системах (Content Provider Access) большинство операторов связи не видит префиксов, на которые абоненты отправляют деньги. Наиболее доступная степень детализации — это отдельные короткие номера, куда средства уходят целевым образом. “Разбрасывает” их по партнерам в зависимости от префиксов уже контент-агрегатор. Следовательно, операторы

возвращают деньги только тем пользователям, которые об этом попросят. И получается, что оператор отправляет деньги контент-провайдеру, отлично зная, что часть из них — поступления от действий мошенников. Ну и оставляет половину себе. А контент-агрегатор, заблокировав своего партнера за незаконные услуги, тоже оставляет эти деньги себе и даже оказывается в плюсе. При этом операторы связи не требуют, чтобы контент-провайдеры в обратном порядке предоставили им данные обо всех клиентах, которые отправили платные сообщения на определенный номер с определенным префиксом, в том случае, если будет признан факт мошеннических действий. Мотивация для такого бездействия очень интересна — они просто считают, что в такой ситуации у контент-агрегатора всегда будет возможность увильнуть, продемонстрировав заниженные данные о поступлении средств от мошеннических сервисов. Может быть, это и так, но отсутствие подобной системы контроля делает контент-агрегаторов полностью незаинтересованными в выявлении мошеннических сервисов. Вообще с информированием абонентов о способах мобильного мошенничества у операторов связи все не просто — при большом количестве таких данных они не выкладываются в Сеть. К примеру, сотрудники в федеральном “МегаФоне” регулярно готовят обзор активности кибер-мошенников — но эти данные доступны только в интранет-сети. Недавно компания “Вымпел-Ком” запустила специальный раздел на своем сайте, посвященный этой напасти, но там представлены только старые методы подобной активности — в принципе, ценность информации невелика.

Очень слабо развиты у операторов сервисы уточнения стоимости премиального контента и условий его приобретения. До сих пор не реализована функция автоответа, где пользователю на каждый запрос платных услуг приходило бы немедленное SMS-уведомление о том, что это за сервис, телефон службы поддержки и точная стоимость запроса с указанием продолжительности его действия (единовременно или постоянно). Этот сервис работает фрагментарно только на “дорогих” (стоимость свыше 10 долл.) коротких номерах у МТС, да и то, формально, временно. У того же оператора работает услуга “Инфоконтент”, где можно отправить запрос на короткий номер 2282 и получить всю информацию. Еще вариант — набрать ussd-команду, чтобы узнать стоимость, — это уже пару лет есть у Tele2, но сервис особо не известен абонентам. “Вымпел-

Ком”, “МегаФон” и “Скай Линк” в федеральном масштабе для этого ничего не делают.

Кроме того, очень странная ситуация сложилась с возможностью для самого пользователя блокировать отправку премиальных SMS- и USSD-запросов с мобильного телефона. Еще в прошлом году все операторы, кроме “Скай Линка”, с редким единодушием и упорством, достойным лучшего, заявляли, что подобная ситуация “невозможна технически”. При этом на нескольких тарифах у МТС и “МегаФона” такая возможность есть. Но в массовом порядке внедрять такой функционал операторы связи не готовы — разумеется, это “подрежет” им значительную часть прибыли на ошибках. И вот в последнюю неделю февраля 2010 г. компания “МегаФон” все-таки предоставила абонентам возможность блокировать отправку SMS- и USSD-запросов на номера контент-провайдеров (услуга “Запрет Premium Rate”). Правда, как минимум непонятно желание компании “срубить” за такой сервис аж 150 руб. в месяц. То есть “на ровном месте” поднять половину среднестатистического ARPU. Очень похоже на политику создания сложности и ее последующего решения с финансовой для себя выгодой. Остальные операторы, правда, не предложили и этого.

Кстати, еще один вариант потенциальных потерь для абонентов кроется в мелочах. К примеру, все без исключения операторы “большой тройки” дают своим абонентам возможность отправлять премиальные SMS-сообщения даже при небольшом положительном балансе, суммы которого явно не хватает для оплаты такого сообщения полностью. Мотивировка в данном случае самая простая — “пусть абоненты пользуются услугами связи даже при отрицательном балансе”. Но в случае с мобильными мошенничествами получается очень негативный вариант — к примеру, услуга “На полном доверии”, позволяющая “уходить в минус” даже на pre-raid тарифах у МТС подключается в лучших традициях одиозных финансово-кредитных учреждений. О том, что она есть, пользователю отправляют только SMS-сообщение, и если он не отказывается от нее — оставляют как есть. Таким образом абонент может “попасть” как минимум на пару тысяч рублей, работая с отрицательным балансом в полной уверенности, что деньги на его счету еще есть. Особенно часто попадают на это пожилые абоненты, наткнувшись в Интернете на сайты-обманки с неправильно указанной тарификацией. И эту проблему быстро не решить. ■

ЭНДРЮ ГАРСИЯ: 25 ЛЕТ EWEEK

Wi-Fi на пути к ответственным приложениям



На Рождество 2000 г. мне пришлось оторваться от семьи и отправиться в офис лаборатории eWeek Labs и журнала PC Magazine (в то время я работал там). Мне нужно было успеть к моменту публикации решить проблему, которая возникала во время моего первого тестирования беспроводной ЛС на базе протокола 802.11b. Я обнару-

жил, что обновление прошедшего сертификацию ПО, встроенного в отдельные продукты, которые я тестировал, нарушает их способность взаимодействовать сразу после включения. А именно эта способность обеспечила будущий успех и рост популярности данной беспроводной технологии.

Вскоре после того, как в 1999 г. в продаже появились продукты на базе протокола 802.11b, организация Wi-Fi Alliance (в то время Wireless Ethernet Compatibility Alliance) начала сертификацию продуктов на совместимость. Большинство из тестируемых мною продуктов, состоявших исключительно из узлов доступа и карт PC

Card для ноутбуков, уже прошли сертификацию, однако правила были не очень строгими, и пара производителей потихоньку нарушили совместимость своих продуктов, выпустив обновление после получения сертификата.

Уже в те времена никто не сомневался в потенциальных возможностях Wi-Fi: благодаря использованию открытого частотного спектра для связи и падению цен на процессоры снизились входные барьеры для производителей оборудования и разработчиков ПО и открылся простор для свежих идей о том, как потребители смогут применять неограниченные прелющества подключения к сетям. Одно-

временно с первым поколением довольно дорогих корпоративных продуктов с поддержкой Wi-Fi на рынке появилось более дешевое оборудование для корпоративных потребителей и домашних пользователей.

Однако без гарантированной совместимости оборудования этот потенциал мог бы так и остаться нереализованным. Именно поэтому работа Wi-Fi Alliance была так важна на этапе становления данной технологии. В дальнейшем эта организация также сыграла важную роль в усилении влияния Wi-Fi.

Но перед тем как я написал вышеупомянутую статью, группа ученых из Калифорнийского университета обнаружила дыру в алгоритме шифрования WEP, применяемом в сетях Wi-Fi, и внимание общественности сместилось с вопросов совместимости к проблемам безопасности. Эта уязвимость алгоритма WEP уже была известна членам организации IEEE 802.11, которые составили план ее устранения, несмотря на то что большинство пользователей Wi-Fi вообще не применяли WEP. Однако предприятиям нужно было быстро получить средство для обеспечения безопасности имеющихся сетей для продолжения их развертывания.

В качестве временного решения проблемы был предложен протокол TKIP, который верно прослужил шесть лет до тех пор, пока Мартин Бек и Эрик Тьюз не сообщили об уязвимости и этого протокола в 2008 г. Но передышка оказалась достаточно длинной для создания полноценного механизма защиты 802.11i на базе стандарта AES. Организация Wi-Fi Alliance добавила к своей программе тестирования оба решения — TKIP (WPA) и AES (WPA2) еще до завершения их создания, тем самым заранее положив конец будущим спорам и ускорив выпуск продуктов на рынок.

Я стал свидетелем феноменального роста популярности Wi-Fi, наблюдая, как она проходила путь от экстравагантной новинки для пользователей ноутбуков до основы ответственных приложений, позволяющих передавать данные, речь и видео на множество конечных точек и устройств. Эта технология даже позволяет скрыть недостатки других более дорогих, фирменных беспроводных технологий (я имею в виду компанию AT&T).

Я называю это потрясающей историей успеха. А теперь прошу меня извинить — я собираюсь с помощью Wi-Fi посмотреть на iPhone матч NBA. ■

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

- 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. _____

Ничего из вышеперечисленного

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

ВКРАТЦЕ

КОНКУРСЫ

Софт для суперкомпьютеров будущего

Коалиция стран “Большой восьмёрки” (G8), включая США, Канаду, Францию, Германию, Японию, Россию и Великобританию (кроме Италии), согласилась финансировать набор проектов по разработке ПО для суперкомпьютеров следующего поколения, появление которых ожидается в 2019 г. и которые будут в тысячу раз производительнее нынешних, в частности иметь число ядер от 100 до 500 млн. (По прогнозу G8, производительность в 10 Пфлопс будет достигнута в 2013-м, 100 Пфлопс — в 2016-м, 1000 Пфлопс — в 2019 г.) Объём финансирования — 13,6 млн. долл.

Заявки от фирм принимаются ежегодно до 2012 г. через национальные исследовательские агентства (в России — через Российский фонд фундаментальных исследований, РФФИ). Отбор заявок на конкурс “Исследования в области применения программного обеспечения для моделирования в экзафлопном масштабе глобальных проблем” (Interdisciplinary Program on Application Software towards Exascale Computing for Global Scale Issues) в этом году будет проходить в два этапа, первый (предварительная заявка) — до 7 мая, второй (полная заявка) — до 25 августа. Подробнее можно посмотреть на сайтах РФФИ и Немецкого научного фонда. РФФИ грозит профинансировать пять проектов. Одна из трудностей состоит в том, что заявки за-

полняются и публикуются на английском языке. Другая проблема — планируется поддержать пять российских компаний, выделив по 100 тыс. евро каждой. С учётом налогов и накладных расходов, этой суммы хватит на год на оплату работы четырёх человек. Так что особенно не разбежишься.

Интересно отметить, что это соглашение появилось в то время, когда страны начали уменьшать расходы на суперкомпьютерные проекты, увеличивая при этом расходы на системы, связанные с высокопроизводительными расчётами, такими как прогнозирование изменения климата и прогнозы погоды. По данным IDC, в 2009 г. расходы на такие проекты выросли с 353 до 392 млн. долл. и, по прогнозу, увеличатся до 470 млн. долл. в 2013-м. Любопытно также, что в данном соглашении отсутствует Китай, претендующий на ведущие позиции в суперкомпьютеринге (считаю, что через 5—7 лет он реально достигнет этой цели). **Э. П.**

АНОНСЫ

Проблемы ситуационных центров обсудят в Москве

С 27 по 28 апреля в Российской академии государственной службы (РАГС) при Президенте России пройдет восьмая ежегодная научно-практическая конференция “Ситуационные центры и информационно-аналитические средства поддержки принятия решений” (“Ситуационные центры 2010”). Ее организатором выступает РАГС.

Конференция ориентирована на руководителей и специалистов федеральных министерств

и ведомств, субъектов федерации, представителей бизнес-структур, а также отечественных и зарубежных ученых, проявляющих интерес к ее тематике.

Планируется проведение секций по следующим направлениям:

- роль и место информационно-аналитических технологий и систем поддержки принятия решений в электронном правительстве;
- опыт использования ситуационных центров в государственном, муниципальном и корпоративном управлении;
- методы, модели средства и технологии исследования социально-экономических, административных и политических процессов;
- принципы построения и функционирования учебно-исследовательских ситуационных центров и информационно-аналитических систем в учебной деятельности.

В фойе планируется размещение выставочных стендов общей площадью до 100 кв. м.

На форуме участники ознакомятся с опытом использования ситуационных центров в государственном, муниципальном и корпоративном управлении, обсудят тенденции развития информационно-аналитических технологий и систем поддержки принятия решений, заслушают информацию о новых методах, моделях, средствах и технологиях исследования социально-экономических, административных и политических процессов.

Участие в конференции двух представителей от органа государственной власти или государственного вуза — бесплатно.

Планируется публикация материалов форума в специальном сборнике.

Регистрация на участие в мероприятии открыта на сайте www.sconf.ru/ru/component/option,com_fabrik/Itemid,118.

Александр Чубуков

рабельности и производительности в Web-пространстве.

Согласно информации Microsoft, основные новшества IE9 связаны с расширенной поддержкой HTML5, применением аппаратных ускорителей при работе с графикой и текстом, а также с реализацией нового движка JavaScript. Корпорация раскрыла некоторые детали поддержки спецификаций HTML5, включая CSS3, Scalable Vector Graphics (SVG), синтаксический анализ XHTML, а также видео- и аудиотеги, которые используют кодеки (H.264/MPEG4 и MP3/AAC), являющиеся сегодня отраслевыми стандартами.

Было также сказано о том, что компания будет способствовать появлению новых возможностей и улучшений в библиотеке jQuery JavaScript (в том числе в плане ее взаимодействия с ASP.NET) и предоставит релиз очередного набора разработчиков (software development kit, SDK) для Open Data Protocol (Odata). В качестве первого шага Microsoft предложит новый движок JavaScript команде разработчиков jQuery JavaScript для включения в библиотеку. Microsoft также анонсировала SDK для OData, HTTP и архитектуры Atom, с помощью которого обеспечивается перенос данных для некоторых языков и платформ, среди которых .NET, Java, PHP, Objective-C (iPhone and Mac) и JavaScript.

Новые...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 1

4 RC, предусматривающей возможность работы приложений вне браузера (out-of-browser) и средства поддержки инструментов Visual Studio и Expression Blend, а также технологии Sketchflow. В своем выступлении Скотт Гатри сообщил, что на сегодняшний день более 60% компьютеров с подключением к Сети уже имеют установленный Silverlight. Кроме того, Microsoft представила бета-версию Expression Blend 4 — инструмента разработки и дизайна. Новые функции, такие как Path Layout, позволяют построить и анимировать UI-дизайн с помощью новаторского механизма создания дизайна, не требующего написания кода. Данный инструмент также поддерживает Silverlight 4, .NET Framework 4 и Visual Studio 2010.

Основным событием второго дня конференции MIX10 стало представление первой предварительной версии браузера Internet Explorer 9 (IE9) генеральным директором направления Internet Explorer Дином Хачамовичем (Dean Hachamovitch). Свое выступление он начал с ряда заявлений, в которых в очередной раз подтвердил намерение корпорации Microsoft следовать принципам интерпо-

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 обращаться 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



№ 11 (713)

БЕСПЛАТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОТ ФИРМ!

ПОЖАЛУЙСТА, ЗАПОЛНИТЕ ПЕЧАТНЫМИ БУКВАМИ:

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

- 1С 1
- ПЭЙБОТ 20
- РОСКО 11
- ASUS 13
- INTEL 3
- INTEL 7
- MARVEL 5

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»		
		Всего:	
Кассир	Плательщик:		
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»		
		Всего:	
Кассир	Плательщик:		