

PC WEEK RUSSIAN EDITION

800-й номер



№ 15 (800) • 5 ИЮНЯ • 2012 • МОСКВА

<http://www.pcweek.ru>

1С:ДОКУМЕНТООБОРОТ

НОВОЕ РЕШЕНИЕ НА ПЛАТФОРМЕ 1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8.2



www.v8.1c.ru/doc8

МГТС делает ставку на GPON

ПЕТР ЧАЧИН

“Московская городская телефонная сеть” (МГТС), дочернее предприятие МТС, решила отказаться от медных линий и сделала выбор в пользу ВОЛС (волоконно-оптические линии связи). Одновре-

ИНФРАСТРУКТУРА

менно в технологическом плане для реализации широкополосного доступа (ШПД) будет сделан переход от ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) к GPON (Gigabit-capable Passive Optical Network). Это позволит компании укрепить свои позиции на столичном телекоммуникационном рынке.

Один из крупнейших операторов местной проводной связи в Европе, в этом году МГТС отмечает свое 130-летие и десятилетие старта широкополосной сети передачи данных на базе ADSL, заявив о новых перспективах развития своей сети связи на основе волоконно-оптической сети GPON и о возможности создания на ней мультимедийных и интерактивных сервисов. Сейчас компания обслуживает 4 млн. квартирных абонентов и 90 тыс. организаций.

До сих пор подключение по медной паре позволяло обеспечить по телефонной линии доступ в глобальную сеть с одновременно работающим телефоном. Первыми абонентами сети были клиенты

корпоративного сегмента и частные пользователи премиум-класса. В 2005 г. началось предоставление домашнего Интернета для абонентов МГТС. Сегодня МГТС совместно с МТС обслуживают 21% абонентов ШПД в столице.

В мае 2011 г. компания запустила в Москве проект по переходу с медной инфраструктуры на волоконно-оптическую на базе технологии GPON. Модернизация абонентской линии по “оптике” меняет приоритетность услуг: вместе с заменой медной телефонной линии на оптическую МГТС проводит массовую установку терминалов, обеспечивающих доступ в Интернет и прием цифрового телевидения. Вместо нынешних 12 Мбит/с по медным линиям с использованием ADSL оптическая сеть по технологии GPON уже позволяет предоставлять услуги широкополосного интернет-доступа на скорости до 200 Мбит/с.

По завершении строительства сети абонентам станут доступны услуги видеонаблюдения, пожарно-охранной сигнализации, телеметрии и другие интерактивные сервисы. Как сообщил генеральный директор МГТС Сергей Иванов, до конца нынешнего года компания обеспечит техническую возможность подключения к оптической сети для 1,7 млн. московских домохозяйств, в 2013-м — для



Сергей Иванов: “Подключение абонентов к сети GPON будет производиться поэтапно до 2015 г.”

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 23 ▶

Лазерные новинки HP: решения важнее “железа”

МАКСИМ БЕЛОУС

В конце марта стало известно, что Hewlett-Packard планирует два своих крупнейших подразделения — Imaging and Printing Group (IPG) и Personal Systems Group (PSG) — свести в единую бизнес-структуру. А незадолго до то-

ПЕЧАТЬ

го в испанской Барселоне HP провело уникальную демонстрацию своих новейших продуктов — New Product Warm-Up. Настолько уникальную, что на публикацию материалов с этого мероприятия было наложено эмбарго длительностью более полутора месяцев. Вероятно, ошутимое обновление продуктовой линейки HP стало откликом на непростую ситуацию, в которой компания очутилась в 2011-м.

Тогда, напомним, начались разговоры даже о выделении PSG в обособленную компанию и её продаже, а прибыли IPG под руководством Вайомеша Йоши отнюдь не выглядели адекватными качеству и репутации бренда HP. Надо полагать, образование единой Printing and Personal Systems Group под началом Тодда Бредли, бывшего CEO компании Palm и с 2005 г. весьма успешного руководителя HP PSG, пойдёт на пользу и печат-

ному, и компьютерному направлениям бизнеса компании.

По крайней мере в отношении систем печати — судя по тому, что было представлено в середине марта в Барселоне, — можно с уверенностью утверждать: HP весьма системно подошла к реформированию своей продуктовой линейки. Более того, значительное внимание уделено не одним лишь продуктам, но полнофункциональным решениям, что позволяет гораздо полнее удовлетворять запросы современного потребителя печатающей техники на всех уровнях, от домашних пользователей и микробизнеса до корпоративных заказчиков.

Центральным выступлением конференции New Product Warm-Up 2012 стал рассказ Роберта Динкелакера, менеджера по продуктовому маркетингу HP IPG EMEA, об инновациях компании, нацеленных прежде всего на конечных заказчиков из среднего и малого бизнеса (СМБ). Такие заказчики в современных условиях сталкиваются со множеством вызовов — необходимостью высокой мобильности бизнеса, взрывным ростом информационной насыщенности деловых отношений, переводом потреби-



Роберт Динкелакер, менеджер по продуктовому маркетингу HP IPG EMEA

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 2 ▶

В НОМЕРЕ:

Культура эффективности 11

Virtualization Security Conference 2012 16

Облачные IaaS-услуги 17



ИТ на страховом рынке 18

Сущность СМЭВ 20

SAP: нацеленность на инновации и рост бизнеса

АЛЕКСЕЙ ВОРОНИН

История становления и развития многих глобальных поставщиков ИТ-решений внешне напоминает историю последовательной автоматизации крупного современного предприятия, хотя по сути, конечно же, дело обстоит с точностью до наоборот: это предприятия проходят путь, который раньше них прошли вендоры. На начальной стадии этого пути разработчики ПО решали задачи автоматизации управления ресурсами предприятия посредством ERP-систем, затем постепенно расширяли круг бизнес-процессов и интегрировали их на базе платформенных решений. Далее перешли к задачам снижения совокупной стоимости

БИЗНЕС

владения, обеспечения сквозных бизнес-процессов, максимального удобства использования продуктов, автоматизации разнообразной бизнес-аналитики, и наконец наступил период активного развития облачных сервисов и мобильных приложений. Не является исключением из этого правила и глобальная немецкая компания SAP, отмечающая в нынеш-



В качестве одного из приоритетных направлений работы SAP Игорь Богачев отмечает сотрудничество с министерствами и ведомствами

нем году двойной юбилей — 40 лет существования и 20 лет бизнеса в России. По этому знаменательному поводу компанией был организован и проведен форум “SAP. 40 лет инноваций”, на котором обозначались как самые важные вехи пройденного, так и этапы предстоящего — всё в контексте проблематики современного бизнеса.

SAP в России

Как известно, SAP пришла на российский рынок в 1990 г., установив партнерские отношения с тверским НИИ “Центрпрограммсистем” — первым российским предприятием, занявшимся локализацией решений SAP (и, кстати говоря, организованном почти одновременно с SAP — в первой половине 1970-х). Спустя два

года немецкая компания открыла официальное представительство в Москве и у неё появились первые клиенты — АО “СвердловЭнерго”, “Сургутнефтегаз”, Красноярский алюминиевый завод и “Туламашзавод”, впоследствии было открыто еще семь офисов, в том числе в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и других городах.

Сегодня SAP лидирует на российском рынке ERP-решений для предприятий (её доля в этом сегменте, по данным IDC, — более 50%), активно развивает другие направления, в том числе самые современные, например мобильные приложения. Согласно прогнозу IDC, приведенному в выступлении на форуме Питером Майером, вице-президентом по функциональным решениям SAP, к 2013 г. в мире будет более 1 млрд. специальных приложений для мобильных устройств. В русле данной тенденции компания предлагает своим клиентам мобильные разработки фирмы Sybase, приобретенной SAP, платформу для разработки корпоративных мобильных приложений и решение для управления разнообразными мобильными устройствами, а также “магазин” готовых мобильных приложений — портал SAP Store.

В числе российских клиентов немецкой компании — Сбербанк, руководитель проектов и корпоративный архитектор которого Максим Ламсков пояснил, почему выбор банка был остановлен на мобильной платформе SAP. Необходимость мониторинга процессов в многочисленных офисах банка, а также управления техническим персоналом по обслуживанию банкоматов и других устройств самообслуживания, которых только в

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 6 ▶

ISSN 1560-6929



1 2 0 1 5



9 771560 692004

Лазерные новинки HP...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 1

ляемого и производимого контента из аналоговой формы в цифровую. Естественно, они ожидают, что их высокотехнологичное окружение — в данном случае коммерческая система печати — будет отвечать этим вызовам в полной мере.

Прежде, как отметил Роберт Динкелакер, принтеры и МФУ HP создавались с прицелом на наивысшую производитель-



МФУ LaserJet Pro новой, 400-й серии заменяют прежние модели HP CLJ CM 2320

ность. Сегодня же на повестку дня выходит эффективность, причём с деловой точки зрения максимальный вес приобретает сокращение стоимости единичного отпечатка на всём протяжении срока эксплуатации устройства. Что, в свою очередь, подразумевает и совершенствование технологий печати, и упрощение коммуникаций между пользователем и устройством, и гибкую расширяемость возможностей офисной подсистемы печати по мере эволюции и роста бизнес-потребностей.

HP принялась за обновление модельного ряда своих устройств печати, начав с наведения порядка в их номенклатуре. Отныне персональные принтеры и МФУ, а также некоторые продукты для малых групп (линейки OfficeJet, LaserJet, ScanJet) входят в серию Professional, а числовые индексы конкретных моделей относятся к диапазону 100—299 (персональные машины) либо 300—599 (микробизнес и СМБ; например, LaserJet Pro M425).

Частично, впрочем, модели LaserJet/ScanJet с индексами в интервале 300—500 могут интересовать и корпоративных заказчиков — как устройства для небольших рабочих групп. В этом случае они получают наименование с прямым упоминанием термина Enterprise — например, HP LaserJet Enterprise M575. На крупный бизнес ориентированы и более внушительные принтеры и МФУ — для крупных рабочих групп (индексы в интервале 600—799) и для целых департаментов (800-я серия).

Разведение профессиональной техники HP по двум большим категориям, Professional и Enterprise, не выражается в одной лишь разнице количественных характеристик устройств — скорости печати, величине предельного месячного ресурса, времени выхода первого отпечатка. Принимается в расчёт различие в запросах заказчиков, отнесённых к каждой из этих групп. Микробизнесу и СМБ важны максимальная мобильность (наличие — хотя бы опциональное — адаптера Wi-Fi), простота установки устройства и работы с ним, широта спектра помогающих в повседневной деятельности приложений. Корпоративные же заказчики особенно ценят возможность расширения “железной” функциональности устройства (добавления/замены оперативной памяти, жёстких дисков и т. п.), эффективность служб безопасности и наличие высоко-

скоростных адаптеров Ethernet для проводной сети.

В рамках новой продуктовой стратегии HP с февраля по май 2012 г. вывела на рынок десяток принтеров и МФУ: LaserJet Pro 300 M351, LaserJet Pro 400 M351, TopShot LaserJet Pro 200 M275nw, LaserJet Pro 300 M375, LaserJet Pro 400 M475, LaserJet Ent 500 MFP M575, LaserJet Pro 400 M401, LaserJet Pro 400 M401dn/dw, LaserJet Pro 400 MFP M425, LaserJet Ent 500 MFP M525. Это позволило компании упрочить присутствие во всех сегментах рынка лазерной печати, в которых она традиционно отстаивает своё лидерство.

Впрочем, как уже отмечалось, сами по себе принтеры и МФУ, будь они сколь угодно совершенными технически, погоды на нынешнем рынке не делают. Заказчикам нужны решения — и потому второй ключевой презентацией New Product Warm-Up'2012 стал рассказ о самых свежих программных разработках группы EMEA LaserJet & Enterprise Solutions (LES). Нацелены они на “умный” СМБ и корпоративный бизнес (по-английски — Managed SMB/Enterprise), для которого понятия “оптимизация инфраструктуры”, “забота об окружающей среде”, “эффективные бизнес-процессы” — не пустой звук.

Особенность новейших решений группы LES состоит в том, что предоставляются они заказчикам через сертифицированных реселлеров (HP Certified Document Solutions Resellers), что дополнительно стимулирует и оздоравливает канал. Сами же эти реселлеры могут укрепить свои компетенции в рамках специально разработанных HP программ обучения и предпродажной поддержки.

Новинками 2012 г. в арсенале EMEA LES стали такие решения, как HP EcoSmart Fleet (оценка и мониторинг экологического состояния принтеров и МФУ), HP I&P Security Center (единый



3,5-дюймовая сенсорная панель — удобный и наглядный способ управлять новыми устройствами HP

центр управления политиками безопасности предприятия), HPAC Express (комплексное предложение пакета услуг обеспечения безопасности и аудита печати для СМБ), HPAC Pro (то же для корпоративных заказчиков). Пакетные предложения услуг, как показывает практика, лучше продаются и обеспечивают большую отдачу, так что на них HP LES делает серьёзную ставку. В особенности — на приложения, связанные с контролем доступа к офисной печати, включая квотирование, распечатку конфиденциальных документов лишь после авторизации отправителя, персонализированный учёт пользования печатными ресурсами и т. п.

Самыми зрелищными среди новинок HP оказались решения, представленные в рамках концепции ePrint Mobile. Они действительно упрощают жизнь обитателей современного офиса — в особенности тех, кто с энтузиазмом следует новомодному тренду BYOD (Bring Your Own Device; имеется в виду активное использование в рабочем окружении личных смартфонов, планшетных ПК и ноутбуков).

Простейшим, с точки зрения конечного пользователя (да и системного админист-

ратора), следует признать вариант отправки задания на печать на офисном принтере с персонального устройства посредством электронной почты. Документ, который нужно распечатать, в любом подходящем формате (веб-страница, картинка, файл PDF и т. п.) просто прикладывается к письму в качестве вложения и высылается на собственный адрес данного принтера в облачном сервисе HP.

Адрес этот логично разместить на самом принтере — в виде традиционной



TopShot LaserJet Pro M275nw отлично справляется со сканированием мелких и среднеразмерных трёхмерных объектов

“человекочитаемой” строки символов и/или QR-кода, нанесённых на наклейку на корпусе устройства. Получив из облака заявку на печать, такой принтер (точнее, управляющее его работой программное решение) проверит права и состояние квоты пользователя, идентифицировав его по обратному адресу, и если всё в порядке, выведет документ на печать. В ходе демонстрации HP ePrint via Email на барселонской конференции процедура доставки файла с довольно объёмным изображением с iPhone через облако на принтер заняла пару десятков секунд.

Безусловный плюс такого решения — отсутствие необходимости в каком бы то ни было ПО на смартфоне или ином персональном цифровом терминале пользователя, то есть полная совместимость с любым устройством, способным отправлять электронную почту. И ещё — возможность печатать на любом подключённом к локальной сети предприятия принтере, даже без адаптера Wi-Fi. И Apple AirPrint, и Google Cloud Print позволяют выводить на печать (впрочем, только на совместимых принтерах) документы со смартфонов/планшетов, однако требуют прямого подключения к принтеру — что в общем случае может быть попросту запрещено корпоративными политиками безопасности.

Если же локальный принтер не имеет доступа в Интернет, однако оснащён мо-

Сегодня на повестку дня выходит эффективность, причём с деловой точки зрения максимальный вес приобретает сокращение стоимости единичного отпечатка на всём протяжении срока эксплуатации устройства.

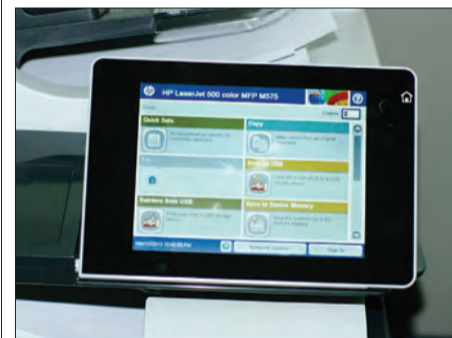
дулем Wi-Fi, HP и для такой ситуации предлагает своё новое решение сопряжения с мобильными устройствами — ePrint Wireless Direct. Совместимые с ним новейшие модели принтеров и МФУ могут работать в режиме точки доступа (настраивать беспроводное соединение ad-hoc с цифровыми терминалами). После того как будет установлено такое соединение и запущено приложение HP ePrint Home & Biz App, отправка документа на печать производится в одно прикосновение к сенсорному экрану.

Кстати о сенсорных экранах: в лазерных новинках HP первой половины 2012-го они присутствуют повсеместно. Например, 8-дюймовый цветной сенсорный дисплей стал основным органом управления цветного МФУ HP LaserJet Enterprise M575. А вполне демократичный монохромный принтер HP LaserJet Pro 400 M401 в сетевых вариантах dn и dw оснащается 3,5-дюймовой цветной контрольной панелью с возможностью запуска дополнительных приложений — хоть пасьянса или прогноза погоды, если понадобится.

Но самым, пожалуй, уникальным инструментом для СМБ и даже микробизнеса среди всех новинок переработанной лазерной линейки HP стал аппарат TopShot LaserJet Pro M275nw. Этот цветной комбайн способен не только сканировать бумажные листы и печатать, но ещё и делать снимки трёхмерных объектов, которые размещаются на его верхней крышке. Расположенная над ней на выносной штанге цифровая камера с LED-подсветкой создаёт чёткое и внятное изображение — не в пример встроенным камерам большинства смартфонов, — сразу готовое к загрузке в Интернет.

Коммерчески доступных аналогов этому устройству пока нет, а рыночные перспективы его применения действительно широки — особенно в тех отраслях малого бизнеса, которые имеют дело с производством малотиражными партиями чего-то реального, осязательного. Такие предприятия остро нуждаются в веб-витрине, чтобы подавать товар лицом как можно большему числу потенциальных покупателей.

Здесь и придёт на помощь TopShot LaserJet Pro M275nw: эксклюзивные кондитерские изделия, бижутерию, керамику, да хоть авторские варежки и чехлы для iPhone можно без труда разместить на предметном столике под камерой, а



Большой, 8-дюймовый сенсорный дисплей на МФУ корпоративного уровня позволяет даже предварительно просматривать отсканированные изображения и документы

затем одним нажатием кнопки в соответствующем приложении отправить в свою онлайн-галерею или напрямую в Google Docs. Особый интерес к этому аппарату наверняка проявят завсегдатаи онлайн-аукционов, всевозможные коллекционеры, любители исторической и игровой пластиковой миниатюры — в общем, самый широкий круг самых современных потребителей. Вдобавок сканировать под выносной камерой на штанге россыпь мелких документов (кассовых чеков, корешков счетов и т. п.) куда удобнее, чем прижимать их крышкой сканера, надеясь, что неизбежное движение воздуха при её закрытии не приведёт к их взаимному наложению.

Конференция HP New Product Warm-Up'2012 показала, что компании и в самом деле пошла на пользу прошлогодняя смена старшего менеджмента, — её модельный ряд ошугито расширился и, главное, стал более привлекательным в плане стратегической цельности, взаимного дополнения аппаратной и программной функциональности. А значит, есть уверенность, что и после объединения IPG и PSG печатающая техника компании продолжит развитие, предлагая конечному заказчику ещё более привлекательные решения. □

SONY
make.believe

VAIO

Создан для быстрой работы

VAIO серии **E**

- Процессор Intel® Core™ i5/i3
- Технология AMD Vision
- Проигрыватель Blu-ray Disc®



VAIO серии **E** — современное решение повседневных задач.

РОСКО — официальный дистрибьютор Sony

Москва
Тел.: (495) 795-04-00

Санкт-Петербург
Тел.: (812) 677-08-09

Интернет
www.rosco.ru

РОСКО
Дистрибьютор современных технологий

СОДЕРЖАНИЕ

№ 15 (800) • 5 ИЮНЯ, 2012 • СТРАНИЦА 4

НОВОСТИ

- 1 **МГТС** решила отказаться от медных линий и сделала выбор в пользу ВОЛС
- 1 **HP** принялась за обновление модельного ряда своих устройств печати
- 1 **SAP** инвестирует в рынок России и СНГ к 2015 г. 1 млрд. евро
- 7 **Программисты Polymedia** и специалисты Chilin Solutions создали многофункциональный интерактивный дисплей FlipBox
- 8 **Марина Никитина**: “Чем больший спектр продуктов мы предлагаем, тем более привлекательной компанией становимся”

- 8 **Компания Huawei** предлагает ряд новых корпоративных решений для различных отраслей
- 10 **Новые решения HP** для России
- 23 **ASF** анонсировала официальный релиз Apache OpenOffice 3.4

ЭКСПЕРТИЗА

- 11 **ВРМ-проекты** последних лет в российской банковской сфере
- 14 **Юлия Михальченко**: “Конкурентное преимущество техники Kyocera — исключительно низкая ТСО”
- 14 **Возможности** прогнозной аналитики
- 15 **ownCloud** теперь можно использовать в корпоративной сетевой инфраструктуре

- 16 На конференции **Virtualization Security Conference 2012** обсужден широкий круг вопросов безопасности ИТ-инфраструктуры

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- 17 **Cloud** — это объективная стратегическая тенденция развития ИТ

УПОМИНАНИЕ ФИРМ В НОМЕРЕ

АФК Система	1	BlueLock	17	iland	17	SAP	1
МГТС	1	Carpathia Hosting	17	Intersoft Lab	12	Savvis	17
НИИ Центрпрограмм-систем	1	Chilin Solutions	7	Joyent	17	SoftLayer	17
Ростелеком	20	CSC	17	KYOCERA Document Solutions	14	Tata Communications	17
ТелекомЭкспресс	19	Datapipe	17	NaviSite	17	Terremark	17
Электронные офисные системы	20	Gartner	21	OpSource	17	Tier 3	17
Adobe Systems	8	GoGrid	17	Oracle	12,23	Trend Micro	16
Amazon Web Services	17	HP	1,10	Polymedia	7	Treolan	8
		Huawei	8	Rackspace	17	Virtacore Systems	17
		IBM	14,17			VMware	16

БЛОГОСФЕРА PCWEEK.RU

Неуловимый HTML5

Сергей Бобровский,
www.pcweek.ru/idea/blog/idea/

Вы видели хотя бы одно недемонстрационное мобильное приложение HTML5? Какой-нибудь известный сайт, сделанный целиком на этой суперперспективной технологии? А может быть, неуловимость HTML5 связана отнюдь не с ее незрелостью, а, как в известном анекдоте, с никомуненужностью? В пользу как минимум скептицизма разработчиков мобильных систем в отношении HTML5 да и самих веб-технологий говорит исследование рынка смартфонов в США, представленное на конференции Arpnation.

Год назад 40% мобильных пользователей имели смартфон. Сегодня эта величина уже перевалила за 50% и успешно растет. А самое интересное, что надежды на мобильный веб пока совершенно не оправдываются: количество пользователей Android и iOS за год выросло в два раза, и они особо отличаются активным скачиванием автономных программ. Среднее число приложений, установленных на смартфоне, увеличилось с 32 до 41 штуки. При этом доля использования автономных программ уже достигла 81% (год назад их было 73%), и на веб остаются тающие 20%. В самом же вебе абсолютно лидируют Facebook, YouTube, Android Market, Google Search и Gmail, которые по сути фактически уже можно считать standalone-софтом.

То есть даже малейшего намека на тренд массового развития унифицированных веб-приложений для мобилок пока нету...

Железная волна инноваций

Сергей Бобровский,
www.pcweek.ru/idea/blog/idea/

Глава Autodesk Карл Басс, разработчик популярнейшей опенсорсной платы Arduino Массимо Банзи и еще две сотни известных ИТ-гуру собрались в мае в легендарном центре PARC в г. Пало-Альто на симпозиум по аппаратным инновациям, организатором которого выступил не менее легендарный журнал MAKE (“Самоделькин”).

Вот краткие итоги сессии:

— продолжается стандартизация опенсорсного “железа” (OSHW) и софта, что упрощает создание новых систем;

— новые средства производства стимулируют революцию быстрого прототипирования — быстрее, дешевле, проще;

— активно развиваются коллаборативные практики проектирования с применением качественно новых технологий и инструментов;

— автоматизация захватывает все бо-

лее сложные элементы производства, традиционно считавшиеся исключительно человеческой вотчиной;

— краудфандинг (сбор средств с миру по нитке) хорошо себя оправдывает и стимулирует множество новых проектов;

— классические инвесторы настроенно относятся к hardware-инновациям, но проблему смягчают аппаратно-ориентированные инкубаторы.

В контексте этого симпозиума *The Washington Post* называет в качестве ключевых трендов развития производства исследований интеллект, робототехнику и цифровое производство, а *Business Week* сравнивает движение современных Самоделькиных/DIY с переходом от сельского хозяйства к началу индустриализации...

Обокрасть или “убить”

Валерий Васильев,
www.pcweek.ru/security/blog/security/

Обокрасть или “убить” — таковы две главные мотивации нынешних киберпреступлений. Об этом говорят результаты исследований компании Check Point Software Technologies, которые она недавно опубликовала: 65% респондентов отметили как главный мотив кибератаки воровство, а 45% — дестабилизацию бизнеса атакующего.

Целевые атаки (APT), про которые много говорят в последнее время, по данным Check Point, действительно довольно распространены — их испытали на себе 35% опрошенных. Тут еще нужно учесть то, что они наносят особенно большой урон атакуемому — среднюю потерю от APT эксперты из Check Point оценивают в 214 тыс. долл. Кстати, APT-атаки не всегда завершаются явно для пострадавшего — атакующие следят за атакованным, стараясь не обнаруживать себя, месяцами и даже годами.

Наиболее подверженной риску кибератаки опрошенные признали работу на мобильных устройствах. Это нужно намотать на ус российским ИБ-службам. Беды под названием Bring Your Own Device им не избежать, а потому нужно готовиться к нашествию в офисы личных мобильных аппаратов...

Никаких противоречий

Сергей Голубев,
www.pcweek.ru/foss/blog/foss/

Программа Nero Linux больше не поддерживается производителем. Впрочем, интересно тут не столько само событие, сколько его обсуждение. Наиболее яркое и интересное можно почитать на linux.org.ru.

Вот две точки зрения:

— проприетарное ПО в очередной раз не выдержало конкуренции со свободным;

— серьезная компания не желает вкладывать деньги в поддержку бесперспективной платформы.

На мой взгляд, оба этих утверждения не только не противоречат друг другу, но являются по сути одинаковыми. То есть предмет для спора отсутствует как таковой.

Действительно, пользователю Linux проприетарная программа для записи компакт-дисков нужна как пятое колесо в телеге. И никто не будет платить за то, что можно получить даром. Поэтому для разработчиков подобных приложений свободная платформа совершенно бесперспективна.

В общем, нет никакого противоречия между свободным и проприетарным ПО. Полная гармония. Одни не хотят делать то, что другим и даром не надо...

Вузы и бизнес — как нужно сотрудничать?

Андрей Колесов,
www.pcweek.ru/business/blog/business/

Недавно было объявлено о начале проекта по подготовке студентов по новой для нашей высшей школы специальности — “компьютерная лингвистика”. В рамках проекта компаний АBBYY и IBM, реализуемого под эгидой Института лингвистики РГГУ, открываются аж две кафедры — в РГГУ и МФТИ. И это очень характерный момент. Специальность действительно на стыке двух сфер — гуманитарной и технической, и потому можно предположить, что каждая кафедра будет иметь свою специфику.

Но разговор о другом: насколько хороша практика создания “своих” кафедр в вузах коммерческими компаниями?

Такая практика у нас в стране появилась, кажется, лет десять-двенадцать назад. При этом каждый такой анонс вызывал у общественности просто бурю восторгов: “Какие молодцы! Вот реальные дела по поддержке высшей школы! Так держать!”

У меня же и тогда такая “модель” вызвала сильные сомнения, хотя в те времена я оценивал ее положительно — вполне годится в условиях “пожаротушения”. Но “пожарная фаза” уже давно закончилась. Вы можете себе представить, чтобы, скажем, IBM или Microsoft открыла свою кафедру в Гарвардском университете? А в Кембриджском? Я не могу...

Вот и “анти-СЭДы” появились на рынке

Евгений Васильев,
www.pcweek.ru/ecm/blog/ecm/

В то время как СЭДы пытаются выйти за собственные границы, на рынке начинают появляться и продукты, которые позиционируют себя как “анти-СЭД”. О подобном проекте от его руководителя Алексея

- 18 **Информационные технологии** — движущая сила современного страхового рынка

- 19 **Состояние** и перспективы развития рынка услуг контакт-центров

- 20 **Главные задачи СМЭВ** — юридическое обеспечение транзакций и сохранность данных

- 21 **Эд Томсон**: “Рынок CRM далек от консолидации”

Васюкова я узнал еще в феврале на семинаре по Alfresco. Тогда он сказал, что его команда делает продукт, который они не хотели бы классифицировать как “СЭД”.

Я отлично понимаю, что разработать ПО — это только начало, и как сложится жизненный цикл нового продукта, никто сказать не может. Но сама по себе идея, а главное, ее позиционирование — это очень интересно.

Ведь многие наши СЭД-поставщики при том, что их продукты уже действительно “не те СЭД”, никак не могут отказаться от привычных слов. Говорят: “Наши традиционные заказчики привыкли к такой терминологии”. Да, это так. А нетрадиционные, на которых тоже хочется выйти, как раз слова СЭД не понимают.

На мой пост в блоге по теме СЭД неожиданно среагировал приятель-однокурсник, ИТ-специалист, который уже давно живет в Израиле. Он прислал комментарий-вопрос: “А что такое СЭД? Я прочитал ваши дискуссии по теме, но ничего не понял”...

СЭД для малого бизнеса, или Первое знакомство с AlveX и Alfresco...

Евгений Васильев,
www.pcweek.ru/ecm/blog/ecm/

Я работаю с малым бизнесом, и потому все его чаяния мне знакомы. Что нужно малому бизнесу? Да все то же, что и большому, только стоимость должна быть ниже, а внедрение и эксплуатация — проще. Когда организация небольшая и все сотрудники размещены в нескольких соседних комнатах, они обходятся “общей папкой” и диалогом:

— Маша, где отчет?

— Отчет в папке...

И все хорошо, особенно если работа монотонная. Но если 20 человек раскиданы по трем городам, сразу начинается “специфика” организации... Один сказал, второй забыл, у начальника показывают пальцем друг на друга, а работа стоит...

Приглашает меня начальник такой организации и говорит примерно так: нужен “календарик” или “напоминалка”, чтобы можно было задания давать, контролировать их исполнение, дополнять их подзаконными, и чтобы файлы к ним крепить, да так, чтоб на каждом этапе их можно было открывать, править и пускать далее по кругу, и чтобы можно было высылать задания на согласование, а еще вести контроль рабочего времени и т. д. и т. п.

Послушав сей рассказ, я решил не отказываться сразу, а задумался об Alfresco, а тут еще статья про AlveX попала. Я знаю, как вам, а мне лично интересно попробовать новое... Полез в Google, нашел Alfresco CE, скачал bin-файлик, поставил на виртуальную машину...



Как настроить сеть и не расстроить работу

Внедрение некоторых систем требует перестроения существующей сетевой инфраструктуры в соответствии со стандартами этих систем. Но это не относится к IBM BladeCenter® на базе процессоров Intel® Xeon®. Благодаря широкому спектру сетевых технологий, используемых в IBM BladeCenter, включая новейшие в отрасли решения для виртуализации, можно подобрать конфигурацию, которая лучше всего подходит для конкретной инфраструктуры. Кроме того, IBM BladeCenter позволяет сэкономить до 40% затрат на организацию сетей.



Реклама

Потратьте всего 10 минут – и убедитесь сами

Воспользуйтесь инструментом для оценки возможности консолидации систем и узнайте, как за 3 месяца окупить инвестиции в миграцию систем. Посетите ibm.com/systems/blade/ru

IBM, логотип IBM, ibm.com и BladeCenter являются товарными знаками или зарегистрированными товарными знаками International Business Machines Corporation в США и/или других странах. Список товарных знаков, зарегистрированных IBM на настоящий момент, представлен по адресу www.ibm.com/legal/copytrade.shtml. Intel, Intel logo, Xeon и Xeon Inside являются товарными знаками либо зарегистрированными товарными знаками, права на которые принадлежат корпорации Intel или ее подразделениям на территории США и других стран. Наименования других компаний, продуктов и услуг могут быть товарными знаками или знаками обслуживания третьих лиц. © 2012 IBM Corporation. Все права защищены.





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

Шеф-редактор группы ИТ

Р. ГЕРР

Редакция

Главный редактор

А. МАКСИМОВ

1-й заместитель главного редактора

И. ЛАПИНСКИЙ

Научные редакторы:

В. ВАСИЛЬЕВ,

Е. ГОРЕТКИНА, Л. ЛЕВИН,

О. ПАВЛОВА, С. СВИНАРЕВ,

П. ЧАЧИН

Обозреватели:

Д. ВОЕЙКОВ, А. ВОРОНИН,

С. ГОЛУБЕВ, С. БОБРОВСКИЙ,

А. КОЛЕСОВ

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

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, 2012

109147, Россия, Москва,

ул. Марксистская, д. 34, корп. 10,

PC WEEK/Russian Edition.

Еженедельник печатается по лицензионному 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», «Специальный проект» и «По материалам компании» редакция ответственности 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 2012. 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.

SAP...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 1

Москве более 6 тыс., — эти и ряд других повседневных бизнес-задач и заставили искать подходящее мобильное решение. По словам представителя Сбербанка, главными факторами выбора мобильной платформы SAP стали реализация промышленного подхода, возможность подключения любого мобильного устройства к любой информационной системе банка, а также поддержка нескольких операционных систем.

Активно развивает SAP и направление бизнес-аналитики. По словам Питера Майера, сохранение управляемости бизнеса в условиях постоянно нарастающих объемов данных — большая проблема, решить которую и призвана новая бизнес-аналитика. Подход компании к разрешению данной проблематики реализован в новом продукте SAP HANA (High Performance Analytic Appliance), позволяющем производить расчеты непосредственно в оперативной памяти (так называемые расчеты in-memory), что значительно ускоряет процесс обработки больших объемов данных. Правда, несмотря

на заверения самого Питера Майера, что SAP HANA — один из самых «быстрорастущих продуктов», и приведенные им цифры (уже порядка 350 клиентов в мире), успехи данной инновации в России пока более чем скромные. Так, выступивший на форуме Евгений Чаркин, директор по ИТ компании «Северсталь», сказал, что окончательное решение о промышленном внедрении SAP HANA пока не принято, хотя он и «смотрит оптимистично» на этот вопрос. Пока же продукт внедрен на предприятии лишь в качестве «демопримера», на «слепке с хранилища данных».

Справедливости ради назовем количественные показатели результатов пробного проекта, сделанные представителем «Северстали»: «эффект ускорения» обработки данных при опробовании продукта составил от 5 до 100 крат, сокращение скорости загрузки данных — на 30%. Что касается еще одного российского проекта внедрения SAP HANA — в компании «Сургутнефтегаз», то здесь ситуация еще туманнее. Ольга Латыпова, первый заместитель начальника управления информационных технологий компании, ограничилась краткой информацией а la twitter, причем самого общего характера: «Запущено несколько инновационных проектов на базе SAP HANA». Впрочем, с похожим дефицитом информации приходится сталкиваться на начальном этапе вывода на рынок многих инновационных продуктов самых разных вендоров, так что сама по себе ситуа-

ция довольно распространенная, вполне объяснимая, и делать какие-то далеко идущие выводы о перспективах продукта пока, наверное, рано.

Из выступления Питера Майера стоит еще выделить обозначенный им объем планируемых инвестиций SAP в рынок России и СНГ к 2015 г. — на уровне 1 млрд. евро. Кроме того, представитель SAP определил три главных направления работы на ближайшую перспективу: расширение присутствия компании в регионах и развитие новых рынков; инвестиции в локализацию отраслевых решений (в частности, в настоящее время среди приоритетов — локализация решения для банков); масштабные проекты с участием государственных органов РФ. Завершил докладчик свою речь практически майскими призывами: «консолидируйте ваши приложения и аналитику, используя передовые методики и опыт!», «обеспечивайте мобильность!», «используйте облачные решения!», — в которых, как мы вынуждены констатировать, нет ничего оригинального, на разные лады эти лозунги выдвигают практически все вендоры, что, впрочем, не отменяет их актуальность.

Своего коллегу дополнил Игорь Богачев, генеральный директор «SAP СНГ», который считает залогом успеха компании ее экосистему, включающую в себя специалистов предприятия — клиентов и партнеров SAP. Как сообщил г-н Богачев, ежегодно SAP обучает порядка 2 тыс. специалистов, общее количество которых к 2015 г. планируется увеличить до 20 тыс. (в настоящее время их порядка 7 тыс.). Кроме обучения специалистов компания осуществляет консультационную поддержку своих клиентов и партнеров, причем с января нынешнего года — в круглосуточном режиме и на русском языке. С целью развития российского направления бизнеса планируются инвестиции и в локализацию продуктов (порядка 25 млн. евро в течение ближайших трех лет). Предполагается, как особо отметил представитель SAP, активно развивать сотрудничество с органами российской власти — в том числе в плане реализации программы открытого правительства, привнесения в российскую действительность западного опыта взаимодействия государства и граждан. В частности, в русле долгосрочного сотрудничества с государственными органами в Сколково недавно было открыто подразделение SAP Lab, занимающееся научными исследованиями и инновационными разработками.

Новому направлению в работе SAP в России и СНГ — заказным разработкам — была по-



Кlaus Вебер привез в Россию новое направление бизнеса — заказные разработки



Роман Журавлев рассказал об отделе заказных разработок и его перспективах

ВКРАТЦЕ

РЕШЕНИЯ

“1С-Такском” упрощает работу с электронными счетами-фактурами

23 мая вступил в силу приказ ФНС России от 05.03.2012 № ММВ-7-6/138@ “Об утверждении форматов счета-фактуры, журнала учета полученных и выставленных счетов-фактур, книги покупок и книги продаж, дополнительных листов книги покупок и книги продаж в электронном виде”. Таким образом, полностью сформирована нормативная правовая база для обмена электронными счетами-фактурами.

Новое решение “1С-Такском” (разработка компаний “1С” и “Такском”) позиционируется как инструмент для удобного обмена электронными счетами-фактурами и другими документами прямо из “1С:Предприятия 8”.

Вот некоторые из особенностей этого решения:

- Вся работа ведется в “1С:Предприятии 8”: подготовка документов, их подписание, отправка, хранение, прием документов, формирование журналов и реестров и пр.

- Не надо тратить время на ручной ввод или загрузку документов в систему из внешней

программы электронного документооборота. Входящие документы в информационной базе “1С:Предприятия 8” формируются автоматически на основе полученных электронных документов — их остается только провести.

- Поддерживается обмен не только счетами-фактурами, но и другими документами — накладными, актами, счетами, заказами и т. д.

- Все настройки выполняются в “1С:Предприятии 8” в пользовательском режиме.

- Для обеспечения юридически значимого электронного документооборота подходит любой сертификат электронной цифровой подписи, который признает ФНС России.

- Входящие электронные документы не тарифицируются и не оплачиваются.

Как сообщается, в настоящее время к обмену электронными документами с применением “1С-Такском” могут бесплатно подключиться зарегистрированные пользователи программ “1С:Управление торговлей 8” (ред. 11), “1С:Бухгалтерия 8”, “1С:Бухгалтерия 8 КОРП”, “1С:Управление производственным предприятием 8”, “1С:Комплексная автоматизация 8”, заключившие договор 1С:ИТС.

В. М.

священа специальная пресс-конференция в рамках форума.

Кlaus Вебер, вице-президент SAP и глобальный директор направления Custom Development, подчеркнул, что в рамках реализации заказных решений можно, в частности, расширить и улучшить функциональные возможности стандартных продуктов SAP, внедрить инновационные разработки, автоматизирующие новые бизнес-процессы, осуществить переход на платформу

не могут эволюционировать в поддерживаемые стандартные продукты, предлагаемые другим заказчикам. Права на любую заказную разработку остаются у SAP (что, как прокомментировал Роман Журавлев, вызывает вопросы лишь у 5% клиентов), так что подобная практика вполне юридически обоснованна. В рамках развития направления заказных решений на российском рынке в компании уже создан отдел из нескольких специалистов, которые в настоящее время занимаются локализацией ряда продуктов.

Игорь Богачев напомнил, что одно из ключевых направлений работы компании, в том числе в контексте заказных решений, — сотрудничество с органами власти. Любая федеральная программа, считает он, дает в этом плане огромные возможности, поскольку в рамках подобных проектов приходится на базе стандартной платформы решать нестандартные задачи.

Было сообщено также, что к 2015 г. SAP планирует увеличить долю заказных разработок в структуре доходов от продажи ПО по российскому рынку и рынкам СНГ до 7%.

О месте и перспективах российского направления бизнеса

По результатам 2011 г. бизнес SAP в России и СНГ в общем бизнесе немецкой компании, как сообщалось на форуме, располагается на четвертом месте, в планах на текущий год — переместиться на третью позицию. С точки зрения Игоря Богачева, наиболее актуальны для современного бизнеса — как мирового, так и российского — вопросы не выживания, а роста, что и обеспечивают современные инновационные технологии. □

Сегодня SAP лидирует на российском рынке ERP-решений для предприятий (её доля в этом сегменте, по данным IDC, — более 50%), активно развивает другие направления, в том числе самые современные, например мобильные приложения.

Об актуальности заказных разработок для российского рынка

Новому направлению в работе SAP в России и СНГ — заказным разработкам — была по-

FlipBox — интерактивный дисплей для бизнеса

АЛЕКСАНДР ЧУБУКОВ

Многофункциональный интерактивный дисплей FlipBox позиционируется как продукт для бизнеса и небольших переговорных (для проведения совещаний). Он представляет собой комплексное решение, призванное в мгновение ока превратить любую обставленную мебелью комнату в переговорную и даже в конференц-зал.

Продукт увидел свет после двух лет совместной работы международной команды, состоящей из программистов Polymedia и специалистов тайваньской компании Chilin Solutions (разработчика и производителя дисплеев).

“Реализация этого проекта позволила нам выйти с уровня системного интегратора на уровень разработчика, что для нас было очень важно”, — заявила генеральный директор ГК Polymedia Елена Новикова, отметив, что проект финансировался из собственных средств компании.

Разработчик инновации Иван Вахмянин продемонстрировал FlipBox в действии, наглядно показав, что это многофункциональное устройство “all-in-one” вполне способно заменить собою практически дюжину аппаратов: интерактивный дисплей, внешний ПК, акустическую систему, видеоканеру и микрофон, терминал видеоконференцсвязи (ВКС) и флипчарт, а также исключить инженерные работы по оснащению бизнес-переговорных мультимедиа- и аудиовизуальными системами. “Сердцем” FlipBox является встроенный компьютер с разработанным Polymedia (на основе собственной концепции) специализированным ПО.

Безопасности и конфиденциальности, отметил г-н Вахмянин, при работе с новым оборудованием уделено особое внимание: по завершении сеанса память FlipBox надежно очищается, а обмен данными с облачными и корпоративными системами хранения выполняется только по защищенным каналам. Что касается антивирусной защиты, то, по его словам, от простейших вирусов FlipBox также защищен.

ВКРАТЦЕ

БИЗНЕС

Seagate покупает контрольный пакет акций LaCie

Производитель жестких дисков компания Seagate договорилась о приобретении за 186 млн. долл. 64,5% акций французской фирмы LaCie, выпускающей устройства хранения данных для потребителей. После одобрения сделки регулирующими органами Seagate собирается сделать LaCie тендерное предложение о покупке остальных акций.

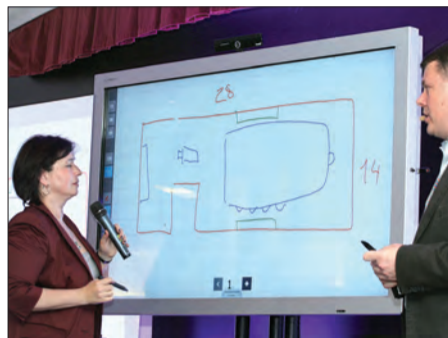
В результате поглощения LaCie компания Seagate сможет расширить каналы продаж, чтобы укрепить позиции в Европе и Японии, а также получить обширный портфель продуктов, включая внешние жесткие диски, сетевые устройства хранения, дисплеи и накопители Blu-ray/DVD. Это позволит Seagate продолжить реализацию стратегии, направленной на выход за пределы традиционного рынка жестких дисков и превращения в поставщика разнообразных решений для хранения данных.

Кроме того, Seagate недавно начала выпускать беспроводные внешние накопители для планшетов, а Western Digital занялась видеоплеерами, выпустив устройство WD TV.

По плану эта сделка завершится в III квартале.

Е. Г.

Сами презентации (в разных форматах — Word, Excel, PDF, видео, фото и т. д.) можно загружать через USB-порт с флэшки или через Интернет, например, через сервис Dgorbox. Предусмотрена интеграция с облачными сервисами с быстрым доступом к данным из облачного хранилища, а также возможность сохранения результатов совещания в облаке.



FlipBox — многофункциональный интерактивный дисплей

Возможны поиск и просмотр контента сайтов с добавлением комментариев поверх веб-страниц и приложений, отправка результатов по электронной почте или в социальные сети.

Рабочий стол ноутбука может передаваться на экран устройства FlipBox по беспроводной сети без установки на него дополнительного ПО.

Иван Вахмянин сказал: “Все технические характеристики устройства нам не хотелось бы раскрывать, так как для пользователя они не имеют значения, а вот для разработчиков представляют собой ноу-хау”. Для пользователя, по его мнению, “важны функциональность, скорость и надежность, которые обеспечивает FlipBox”: разрешение FullHD (1920×1080), видеосвязь высокого разрешения — 720p при скорости 15 кадров в секунду, совместимость со всеми современными системами ВКС (LifiSize, Cisco, Polysom и др.), поддержка участия в конференциях (сервис “ВидеоМост”). В новинку входят встроенные динамики, два USB-порта для флэшек, 1-Гбит/с LAN-порт, Wi-Fi-модуль, стандартный VESA-монтаж. Используются программы Microsoft, Adobe и других вендоров. В качестве ОС применяется Windows Embedded. Устройство включается в течение пяти секунд путем прикосновения к экрану.

Елена Новикова сообщила о стоимости новинки: модель FlipBox с диагональю 55 дюймов обойдется в 319 тыс. руб., а с 60-дюймовым экраном — в 399 тыс. В эту цену включены двухгодичная поддержка и обновление (каждые три месяца). “Мы планируем, что будет продано 500 штук в этом году и несколько тысяч в следующем, после чего станет понятным, каковы потребности рынка в этом продукте, — добавила она. — Первые 15 комплексов отправлены для Дальневосточного федерального университета; большую заинтересованность в поставках продукта проявили заказчики из Сколково и ещё ряд клиентов”.

Для продвижения FlipBox на отечественном рынке будет использоваться, по словам г-жи Новиковой, уже отработанная в Polymedia бизнес-модель: продажи клиентам как через региональные офисы компании, так и через ее партнерскую сеть.

Что касается выхода с новым изделием на зарубежные рынки, то Елена Новикова и представители Chilin Solutions проявляют осторожность в этом вопросе, заявляя о необходимости перед таким ответственным шагом сначала накопить опыт работы с ним в России.

Microsoft®

РАССЧИТАНО НА БУДУЩЕЕ, РАБОТАЕТ СЕЙЧАС

Частное облако от Microsoft

Узнайте подробнее на Microsoft.ru/readynow.

© 2012 MICROSOFT CORPORATION. ВСЕ ПРАВА ЗАЩИЩЕНЫ. ВЛАДЕЛЬЦЕМ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ MICROSOFT, PRIVATE CLOUD, WINDOWS SERVER, SYSTEM CENTER, ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫХ НА ТЕРРИТОРИИ США И/ИЛИ ДРУГИХ СТРАН, И ВЛАДЕЛЬЦЕМ АВТОРСКИХ ПРАВ НА ИХ ДИЗАЙН ЯВЛЯЕТСЯ КОРПОРАЦИЯ MICROSOFT. ДРУГИЕ НАЗВАНИЯ КОМПАНИЙ И ПРОДУКТОВ, УПОМЯНУТЫЕ В ТЕКСТЕ, МОГУТ ЯВЛЯТЬСЯ ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫМИ ТОВАРНЫМИ ЗНАКАМИ СООТВЕТСТВУЮЩИХ ВЛАДЕЛЬЦЕВ. РЕКЛАМА.

Treolan наращивает софтверный бизнес за счёт контракта с Adobe

ВЛАДИМИР МИТИН

В начале 2010 г. в дистрибуторской компании Treolan был образован отдел программных решений. По итогам 2011 г. этот отдел вдвое (по сравнению с 2010-м) увеличил

ДИСТРИБУЦИЯ количество своих клиентов (ныне это примерно половина общей клиентской базы компаний*) и обеспечил Treolan около 10% продаж. Для сравнения: по оценкам IDC, в минувшем году на российском ИТ-рынке “железная” и софтверная составляющие соотносились друг с другом приблизительно как 7:2, а для мирового ИТ-рынка данное соотношение — 5:2. То есть софтверному бизнесу широкопрофильного дистрибутора ещё есть куда расти темпами, опережающими темп роста “железного” бизнеса компании.

В последней декаде мая было объявлено, что пятым официальным софтверным поставщиком Treolan стала американская компания Adobe Systems, которая раньше имела в нашей стране лишь двух дистрибуторов. “Чем больший спектр продуктов мы предлагаем нашим партнерам, тем более привлекательной компанией становимся, — отметил заместитель управляющего директора по развитию бизнеса Treolan Марина Никитина. — Продукция Adobe хорошо известна на российском рынке, и нам особенно приятно, что начало нашей работы с данным вендором совпало с выходом его нового инновационного продукта Creative Suite 6, предназначенного для дизайна, разработки веб-решений, видео-

монтажа и работы с цифровыми изображениями. Кроме того, мы надеемся, что новый вендор среди прочего принесет нам новых партнеров”.

“Уже сейчас у нашей компании в России насчитывается около 1000 авторизованных партнеров второго уровня, — добавил глава представительства Adobe в России и странах СНГ Арсений Тарасов. — Ещё больше компаний продают нашу продукцию, не обладая каким-либо специальным статусом. Но мы стремимся к расширению нашей партнерской сети. Особенно за счет интеграторов и корпоративных реселлеров, которыми так богат Treolan и которые имеют выход на наших потенциальных клиентов”.

Директор по работе со стратегическими партнерами Treolan Игорь Белик уточнил: “При продвижении продукции Adobe Systems мы в первую очередь будем ориентироваться на наших партнеров, занимающихся поставками рабочих станций, плоттеров и цветных печатающих устройств. Можно предположить, что компании, приобретающие оборудование такого рода, испытывают потребность и в корпоративных продуктах нашего нового поставщика”.

Проработанный бизнес-план развития взаимовыгодного сотрудничества у сторон, конечно, имеется. Однако его детали не разглашаются. Сообщается лишь, что уже в этом году Adobe и Treolan проведут совместные ознакомительные семинары в Санкт-Петербурге (май), Самаре и Новосибирске (июль), Екатеринбурге (август).

Как известно, в современном мире все большую популярность приобретает использование софта по модели SaaS и поставка программных продуктов через

различные интернет-магазины, в том числе фирменные. Все это усложняет работу дистрибуторов ПО. Однако в Treolan отно-



Марина Никитина и Арсений Тарасов считают, что у продукции Adobe Systems в нашей стране хорошие перспективы

сятся к этой ситуации спокойно. По их мнению, в нашей стране корпоративные клиенты в подавляющем большинстве случаев приобретают программное обеспечение не через интернет-мага-

зины, а через интеграторов и корпоративных реселлеров (как в виде “коробок”, так и в виде многопользовательских лицензий). Кроме того, в компании считают, что SaaS-модель потребления программного обеспечения по разным причинам (в том числе из-за проблем с оплатой такого рода услуг) также пока не очень популярна у корпоративных клиентов.

“Так как партнерская сеть Treolan и партнерские сети двух других наших дистрибуторов пересекаются не очень сильно, то мы считаем, что появление в России нашего нового прямого партнера на бизнесе наших прежних партнеров практически не скажется, — утверждает Арсений Тарасов. — Их продажи продолжают свой рост”. Он

также отметил, что в 2011 г. продажи продукции Adobe в России увеличились “на десятки процентов”.

Стороны рассчитывают, что в связи с окончанием “политической неопределенности” (в том числе с утверждением нового состава Правительства РФ) вторая половина нынешнего года пройдет под знаком оживления как экономики страны в целом, так и ИТ-бизнеса в частности. Ещё один фактор роста совместного бизнеса стороны видят в постоянно идущем снижении цен на цветные печатающие устройства. Ведь владельцы таких устройств — потенциальные пользователи продуктов Adobe. Да и в СЭД формат PDF ныне почти столь же популярен, как и форматы Microsoft Office. □

Huawei рассчитывает на корпоративный ИТ-рынок

АЛЕКСАНДР ЧУБУКОВ

На выставке “Связь-Экспокомм 2012” компания Huawei продемонстрировала ряд новых корпоративных решений. В действующую экспозицию, собранную в одном демонстрационном грузовике (Demo Truck), вошли ИКТ-решения для крупных предприятий, а также решения для различных отраслей, системы дистанционного обучения, видеонаблюдения, телеприсутствия и др.

Менеджер по сетевым решениям Huawei Enterprise Виталий Томилко подчеркнул, что корпоративный бизнес представляет собой стратегическое направление, которое компания в течение трех последних лет развивает в три этапа, при этом с ростом бизнеса в этом сегменте меняется и организационная структура. Такому развитию, по его словам, в немалой степени способствуют НИОКР, проводимые в 20 центрах, размещенных по всему миру, со штатом около 45 тыс. сотрудников. Особое внимание компания уделяет патентованию разработок. Г-н Томилко отметил, сославшись на данные Всемирной организации интеллектуальной собственности (WIPO), что Huawei заняла в прошлом году третье место по числу опубликованных заявок на патенты. Практически все значимые корпоративные решения первоначально реализовывались и отработывались в Китае.

Как сообщил г-н Томилко, до 2008 г. Huawei в корпоративном секторе ограничивалась поставками устройств оптической передачи, маршрутизаторов и GSM-R, которые широко используются в различных сферах: электроснабжение, железные дороги, финансовый сектор, госучреждения и ЖКХ.

В 2009 г. был создан департамент Enterprise Business для рынка КНР, на котором было представлено решение Telepre-

sense, продажи которого составили 1 млрд. долл.

В 2010 г., когда был основан департамент Enterprise Business Sales, ориентированный на мировой рынок, и анонсированы стратегия в области облачных вычислений и разработка облачной платформы, корпоративный бизнес Huawei показал быстрый рост, достигший 100% (2 млрд. долл.) в том же году. В 2011 г. было основано подразделение Enterprise Business Group и оборот Huawei в корпоративном секторе в этом финансовом году достиг 4 млрд. долл. Доходы Huawei в корпоративном сегменте в 2015 г., как планируется, достигнут 15 млрд. долл.

В России доходы компании в корпоративном секторе в 2011 г. составили, по данным г-на Томилко, порядка 140 млн. долл. Он отметил, что “это только первые шаги работы”: здесь надо учитывать поэтапную оплату контрактов на внедрение масштабных проектов, которые “в России реализуются медленно и не один год”. По его словам, Huawei рассчитывает на существенный рост бизнеса в корпоративном сегменте нашей страны в следующие годы. В качестве значимых корпоративных проектов в нашей стране, в которых задействованы решения компании, он привел масштабный проект для Yandex, включающий семь дата-центров с более чем 3000 серверами. В этих ЦОДах развернуты коммутаторы Huawei — свыше 1000 устройств S5700 и 15 — S9312, отличающиеся высокой производительностью и плотностью портов.

В корпоративном сегменте Huawei, работающая с телекоммуникационными операторами по схеме прямых поставок, изменила бизнес-модель, которая теперь предусматривает внедрение корпоративных решений через своих бизнес-партнеров.

Однако, по словам г-на Томилко, Huawei может реализовывать проекты и самостоятельно на уровне системного интегратора,

используя свой опыт и возможности в том случае, когда у партнера недостаточно своих ресурсов или желания для реализации крупного проекта. При этом к работе могут подключаться соответствующие департаменты корпорации, которые выполнят согласования с заказчиком, разработают документацию и реализуют весь проект под ключ. Для работы с бизнес-партнерами пришлось наладить систему сертификации с обучением партнеров и заказчиков на трех уровнях (начальный, средний, экспертный), которая стартовала в этом году.

Как рассказал Виталий Томилко, подразделение Enterprise фокусируется на трех основных направлениях: One Net, One Com и One Cloud.

One Net предполагает создание конвергентных и открытых сетей с большой полосой пропускания, поддерживающих протокол IPv6. One Com предусматривает создание решений для унифицированных коммуникаций, включая системы телеприсутствия. One Cloud сфокусировано на облачных моделях предоставления ИКТ-сервисов.

Как сообщил г-н Томилко, облачные технологии выделены в компании в стратегическое направление как объединяющие все другие решения в единый комплекс и обеспечивающие непрерывность бизнеса. Он подчеркнул, что все современное оборудование Huawei поддерживают облачные решения, а облачные платформы компании ориентированы как на операторов связи, так и на предприятия — для создания корпоративного частного облака.

В плане решения отраслевых задач компания занимается кастомизацией своих платформ для конкретных отраслей, предлагая, например, комплексы решений для “умного” города, электронного правительства, электроэнергетики, интеллектуальных транспортных систем и др. □

Промышленные серверы KISS для решений класса Hi-End

- Низкий уровень шума
- Длительный жизненный цикл до 7 лет
- Готовые системы для тестирования со склада

www.rtsoft.ru

*В настоящее время с компанией Treolan работают свыше 2300 партнеров из более чем 220 городов России.

Архитектура самой быстрой в мире системы хранения у вас в серверной*



Дисковые массивы ZPAR используются не только «облачными» провайдерами, крупнейшими банками и производственными компаниями. Даже предприятия среднего бизнеса могут получить преимущества при использовании систем хранения HP ZPAR и повысить эффект от инвестиций в ИТ-инфраструктуру. Как правило, такие организации действуют в рамках ограниченных бюджетов и предъявляют особые требования по общей стоимости решения.

Для таких компаний HP предлагает комплекты оборудования ZPAR по специальной цене.

* 18 октября 2011 года компания HP объявила о мировом рекорде производительности системы хранения HP ZPAR P10000 в тесте SPC-1 (450 212.66 IOP/s).

Подробнее см. на странице:

<http://www.hp.com/hpinfo/newsroom/press/2011/111018xb.html>



Выбери свой HP ZPAR Starter Kit на сайте:
hp.ru/promo/3PARstarterkit

“Мы стараемся предугадывать тенденции”

Трудно добиться успеха в регионе, если не учитывать его особенности. Для любой международной компании это аксиома. Вот только следовать ей не так просто, особенно если речь идет о крупном поставщике, представленном во множестве стран. Например, на подготовку специального предложения для российского рынка в сегменте монохромных лазерных устройств печати компании HP потребовалось около двух лет. В мероприятии по случаю представления новых решений для России принял участие **Вейн Дэйви**, вице-президент направления лазерных устройств печати HP по региону EMEA. С ним беседовал 1-й заместитель главного редактора PC Week/RE **Игорь Лапинский**.

ИНТЕРВЬЮ



Вейн Дэйви

PC Week: Специально для России HP изменила комплектацию целого ряда моделей LaserJet Pro. Какими причинами это обусловлено?

ВЕЙН ДЭЙВИ: Одна рубашка на всех — это не наш подход. Мы стараемся учитывать характерные потребности и тенденции каждого рынка. Что касается России, то это самый большой и наиболее быстро растущий рынок в EMEA по направлению HP LaserJet, и здесь наша задача заключается в том, чтобы удерживать лидирующие позиции. Присмотревшись внимательно к этому рынку, мы увидели, что в отличие от Западной Европы, где для интенсивных нагрузок выбирают более мощные модели, здесь очень многие клиенты покупают недорогую модель, а потом очень активно ее используют. Мы поняли, что можем создать определенные преимущества для таких клиентов, и они отражены в нашем новом предложении.

PC Week: Подобная особенность российского рынка, очевидно, является следствием того, что здесь по-прежнему стремятся снизить начальные расходы и не особенно задумываются о совокупной стоимости владения?

В. Д.: Цена начального приобретения — важный фактор для российских заказчиков, но в данном случае мы подумали обо всех составляющих их издержек. Поэтому в рамках наших новых предложений предусмотрено не только увеличение ресурса стартового картриджа, но и возможность в дальнейшем по более выгодной цене приобретать картриджи в двойной упаковке. Увеличение срока гарантии до трех лет также избавляет клиента от возможных затрат на более длительный, чем прежде, срок. Все это в совокупности с эффективно реализован-

ными в наших устройствах функциями энергосбережения и двусторонней печати способствует снижению показателя TCO.

PC Week: В силу повсеместно принятой поставщиками средств печати бизнес-модели все они заинтересованы в росте продаж оригинальных расходных материалов. Может ли запущенная вами программа существенно изменить соотношение продаваемых LaserJet Pro оригинальных и неоригинальных картриджей, при том что после кризиса наши заказчики не слишком большое значение придают качеству печати?

В. Д.: Мы считаем, что наше предложение вполне адекватно сегодняшнему состоянию рынка печати в России. У нас есть данные, которые позволяют оценить соотношение продаж оригинальных и неоригинальных расходных материалов для наших принтеров, и могу сказать, что нам удастся сохранить свою долю в этих продажах стабильной. Мы видим, что объемы печати, упавшие в кризисный период, опять увеличиваются. Соответственно растут и продажи наших расходных материалов. И предложенная для российского рынка специальная программа, безусловно, послужит дополнительным стимулом для роста этих продаж.

Вместе с тем для тех заказчиков, которым крайне важно минимизировать расходы на офисную печать, HP предлагает системы OfficeJet: у них стоимость печати существенно ниже лазерной и вполне сопоставима с той, которая получается в случае использования переправленных картриджей.

PC Week: Лазерная печать — весьма зрелая технология. Подстегнуть технический прогресс в этой сфере могли бы новые задачи, возникшие у пользователей. Вы видите такие задачи?

В. Д.: Цель всей нашей деятельности заключается в том, чтобы предугадывать тенденции и вовремя выводить на рынок решения, которые будут востребованы. Сейчас одна из важнейших тенденций — это все более широкое использование мобильных устройств и технологий. И если сегодня, чтобы распечатать документ, нужно лишь подключить ноутбук к принтеру через USB-кабель, не задумываясь о драйверах, то в ближайшем будущем мы должны свести задачу пользователя только к поиску ближайшего принтера HP, которым он сможет воспользоваться. Это очень важный момент, потому что огромные объемы информации находятся в облаках и доступны пользователю в любом месте, где есть доступ к Сети. Все ходят со смартфонами и планшетами, с помощью которых потребляют большое количество контента. И иногда этот контент им нужно распечатать. Мы видим, что в MacDonalds и других подобных заведениях люди не только покупают гамбургеры, но и печатают, если там есть доступный принтер. А, например, Shell-VP в Германии устанавливает принтеры на своих заправочных станциях.

PC Week: HP уже неплохо подготовилась к мобильной эре. Помимо технологии Wi-Fi Direct она уже сравнительно давно предлагает и облачный сервис ePrint. Но, как мне представляется, он не очень популярен в России. Может быть, я ошибаюсь?

В. Д.: Страны EMEA довольно заметно различаются по уровню популярности мобильной печати, и Россию, конечно, нельзя назвать в этом плане страной номер один. Но и здесь на улицах мы видим множество людей со смартфонами, а значит, мобильные технологии активно проникают и сюда. Возможно, популярными в России они станут несколько позже, чем в других странах, но тем не менее бы-

ло бы неправильно не делиться ими с потребителями, хотя бы затем, чтобы показать им будущую перспективу. Ведь наши усилия направлены не только на удовлетворение сегодняшних потребностей пользователей, но и будущих. И по мере того как новые технологии будут все шире применяться на конкретном рынке, мы сможем занять на нем определенную долю, поскольку в наших устройствах к этому моменту будут присутствовать все необходимые функции.

PC Week: Благодаря платформе OXP (Open Extensibility Platform) МФУ HP могут быть превращены в специализированные системы, заточенные под определенные бизнес-функции. Часто ли, по вашим данным, заказчики используют такую возможность?

В. Д.: У нас есть несколько крупных реализованных проектов в России, где это действительно используется. Но OXP — это сравнительно новая технология, и требуется время для более широкого ее принятия рынком. До сих пор многие заказчики в корпоративном сегменте имеют очень разнородный парк средств печати. И первое, что им нужно сделать, — это

Мы считаем, что наше предложение вполне адекватно сегодняшнему состоянию рынка печати в России. И предложенная для российского рынка специальная программа, безусловно, послужит дополнительным стимулом для роста этих продаж.

оптимизировать свой парк, т. е. стандартизировать состав моделей принтеров и МФУ и ограничить номенклатуру применяемых расходных материалов. Следующий шаг на пути к сокращению издержек связан с использованием средств печати в рамках документооборота компании. Платформа OXP позволяет разрабатывать специальные приложения, заточенные под операционную деятельность предприятия (для бухгалтерии и других подразделений), и таким образом оптимизировать его документооборот и бизнес-процессы.

Разработка приложения для заказчика будет стоить денег, но впоследствии он может сэкономить, в том числе за счет сокращения времени выполнения операций и исключения ошибок, которые неизбежно возникают при традиционном способе заполнения и проводки документов.

PC Week: Бизнес-процессы компаний зачастую уникальны, и поэтому нужна экосистема разработчиков приложений на платформе OXP. В каком виде она существует сегодня?

В. Д.: Во-первых, с помощью предлагаемого нами SDK заказчик сам может разрабатывать такие приложения. А во-вторых, для наших принтеров уже разработано сторонними компаниями много разных решений, в частности по обеспечению безопасной печати, мониторингу объемов печати разными отделами и конкретными сотрудниками и т. д. У нас по всему миру есть сеть партнеров, с которыми мы постоянно взаимодействуем и для которых регулярно организуем соответствующее обучение. Предусмотрена также онлайн-поддержка таких разработок и помощь со стороны специалистов HP.

PC Week: Спасибо за беседу.

Jet
infosystems

ИНФОСИСТЕМЫ ДЖЕТ
ВЕДУЩИЙ СИСТЕМНЫЙ ИНТЕГРАТОР

- Бизнес-решения и программные разработки
- IT- и телекоммуникационная инфраструктура
- Информационная безопасность
- IT-аутсорсинг и техническая поддержка
- Управление комплексными проектами

Тел. +7 (495) 411 7601
info@jet.su
www.jet.su

Управление эффективностью банковского бизнеса: культурный аспект*

ЮЛИЯ АМИРИДИ

Рынок Business Performance Management (BPM) с легкой руки авторитетного мирового эксперта Крейга Шиффа повернулся к потребителям своей новой гранью: в фокусе — культурный аспект управления эффективностью, или, если коротко, культура эффективности. Что это — очередной маркетинговый ход или уже сигнал о том, что пришло время снять розовые очки и по-новому взглянуть на результаты BPM-проектов последних лет?

По данным Gartner, объем мирового рынка BPM по итогам 2010 г. составил 2,167 млрд. долл., а его рост — 12,8%. На фоне крепнущей зрелости этого ИТ-сегмента за рубежом отечественная статистика свидетельствует, что как минимум каждый третий российский банк из Топ-50 имеет негативный опыт внедрения хранилищ данных/BPM-систем, а в каждом четвертом банке одновременно эксплуатируется несколько хранилищ/витрин данных от разных поставщиков, отвечающих за решение отдельных прикладных задач. Это означает, что по крайней мере половину из реализованных BPM-проектов нельзя считать полностью успешными.

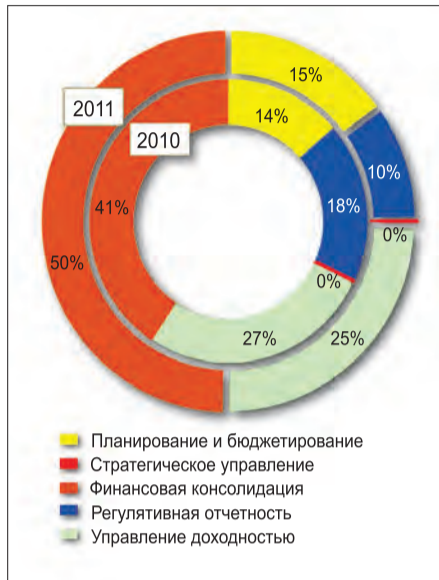
Однако успех — категория относительная, и канонических критериев его изме-

рения попросту нет. Поэтому каждый заказчик соотносит сначала планы, а потом и достигнутые результаты проекта с собственным пониманием того эффекта, который может принести банку автоматизированная система управления эффективностью бизнеса. Потребительские ожидания опираются на существующий уровень понимания методологических, технологических и организационных аспектов BPM, т. е. на культуру эффективности.

Рассмотрим гипотетический случай: банк приобрел мощную в технологическом смысле BPM-систему, но у заказчика не принята методика аллокации накладных расходов. Какой бы продвинутой ни была функциональность для прямого и косвенного разнесения затрат на центры прибыли, без методологии она не будет востребована, и задействовать систему на полную мощность не получится.

Недостаточный уровень проработки управленческих методологий — только один из примеров дефицита культуры эффективности. Устранение подобных недоработок будет способствовать извлечению максимальной выгоды от применения BPM-системы. Факторы успеха BPM-проекта не ограничиваются качеством программного продукта и автори-

тетом его поставщика, успешность всего комплекса работ в значительной мере определяется именно культурой эффектив-



Популярность BPM-приложений в российских банках в 2010—2011 гг. (источник: Intersoft Lab)

ности. Среди ее слагаемых — и степень подготовленности заказчика к проекту, и “правильность” клиентских ожиданий в отношении результатов создаваемого решения, и понимание необходимости выстраивать наряду с ИТ-составляющей проекта методологии и регламенты управленческих процессов, а также много других важных моментов.

Стратегическое видение и детальный план
Как известно, концепция BPM охватывает комплекс управленческих процессов — от планирования стратегии, выраженной в значениях KPI, до их мониторинга и контроля с помощью измерения эффективности на тактическом и операционном уровнях. При этом центральная задача BPM — обеспечить прямую и обратную связь управления на всех уровнях.

Последние годы в российских банках, по оценке компании Intersoft Lab (см. рисунок), были наиболее востребованы элементы управления эффективностью на тактическом уровне. Речь идет о бюджетировании, финансовой консолидации и подготовке регуляторной отчетности. Сегодня спрос акцентирован на управлении операционной эффективностью, т. е. оценке и контроле доходности бизнес-направлений, подразделений, банковских продуктов. Инструменты управления на стратегическом уровне — решения для долгосрочного планирования, моделирования и контроля ключевых показателей эффективности (Key Performance Indicators, KPI) — не пользуются спросом и практически не развиты. В итоге оценки эффективности, полученные на операционном и тактическом уровнях, не согласуются с KPI.

В проектной практике это выглядит как решение локальных задач BPM. Например, открывается проект по автоматизации подготовки управленческой отчетности. Инициатором выступает конкретное подразделение, например отдел подготовки управленческой отчетности в составе финансового департамента банка. Получив нужный ему функционал, “локальные заказчики” считают задачу выполненной. В результате внедренное решение остается в использовании исключительно этого одного небольшого структурного банковского подразделения и не

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 12 ▶

*Продолжение цикла статей: “Системы управления эффективностью бизнеса для российских банков” — PC Week/RE, № 26/2006; “Управление эффективностью бизнеса в российских банках” — PC Week/RE, № 40/2007; “Управление эффективностью банковского бизнеса в условиях кризиса” — PC Week/RE, № 41/2008; “Управление эффективностью банковского бизнеса после кризиса” — PC Week/RE, № 47/2010.

IP-ATC Panasonic

IP-ATC Panasonic серии NCP — надежное и гибкое решение на базе IP-технологий. Благодаря IP-ATC Panasonic Вы получаете возможность подключения различных телефонных терминалов: системных IP и цифровых телефонов, SIP-телефонов, DECT-терминалов, а также обычных аналоговых аппаратов. Вы можете объединить в сеть с единым номерным планом свыше 100 IP-ATC серии KX-NCP. Создание новых рабочих мест станет проще и удобнее.

IP-ATC растет вместе с Вашим бизнесом.



IP-ATC серии KX-NCP

Системный IP-телефон KX-NT400

Решения
для офиса

www.panasonic.ru

Информационный Центр Panasonic: для Москвы (495) 725-05-65, для регионов РФ 8-800-200-21-00 (звонок бесплатный). На правах рекламы ООО «Панасоник Рус» — уполномоченного представителя компании Panasonic Corporation Ltd. на территории России.

ATC

Panasonic
ideas for life

Новые сотрудники? Добро пожаловать!

Владимир Демёхин
Начальник IT-отдела

Я работаю в растущей компании, где в отделы приходит много новых сотрудников, и нужно оборудовать новые рабочие места. Для меня очень важно, чтобы решение было гибким, надежным и многофункциональным. К первому числу мне нужно подготовить еще 8 рабочих мест. С IP-ATC Panasonic сделать это — легко!

Управление...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 11

распространяется дальше.

Как достичь интеграции всех аспектов ВРМ и получить максимальную пользу от системы? Для этого необходимо еще до старта проекта видеть будущую ситуацию с управлением эффективностью в банке в целом, а не только в том небольшом “круге света”, который ограничен интересами одного конкретного отдела банка. Чтобы сформировать гармоничное стратегическое видение, требуется выяснить ожидания от проекта разных банковских подразделений и согласовать их. Как правило, такая задача решается в рамках предпроектного обследования, которое целесообразно поручить внешнему по отношению к банку исполнителю. В отчете по итогам предпроекта фиксируется текущее состояние методологий и технологий управления эффективностью в банке (“как есть сейчас”) и взаимоувязанные ожидания потенциальных пользователей и топ-менеджеров от внедрения ВРМ (“как должно быть”). Именно сложностью взаимоувязывания продиктована рекомендация пригласить для решения этой задачи внешнюю компанию, которая может стать своеобразным громоотводом при принятии решений, затрагивающих интересы разных подразделений.

Важнейший результат обследования — план реализации проекта, который рассчитан в среднем на 2—4 года. Целесообразно выделять в плане два уровня: стратегический — для лиц, принимающих решения, и детальный — для ответственных исполнителей. План стратегического уровня позволяет “единым взглядом” оценить технологическую карту воплощения стратегического видения в жизнь, последовательность и сроки получения значимых для банка результатов проекта. В детальном плане отражены все шаги практической реализации проекта.

Применение подобного подхода позволит избежать ошибки, которая может стать губительной для масштабного проекта. Я говорю о нестыковке потребительских ожиданий и восприятия результатов проекта. Осознание того, какая пропасть их разделяет, наступает, к сожалению, уже после внесения львиной доли инвестиций и выполнения большей части работ. Комплексное стратегическое видение и четкий план реализации ВРМ-проекта должны быть актуальны на всех его этапах — это фундамент успеха. Если в ходе выполнения проекта придет новое видение, его необходимо также зафиксировать, реструктурировать проект и откорректировать план на стратегическом и детальном уровнях.

Диагностика и документирование методологий управления

Промежуточным слоем между видением проекта и его воплощением в настройке ВРМ-системы является методология финансового управления банком, т. е. набор положений, инструкций, регламентов и других внутренних нормативных документов банка, определяющих организацию управления эффективностью.

Несмотря на то что управленческие процессы исполняются постоянно, изо дня в день, методологические наработки часто не документируются, знания расплывлены между сотрудниками и Excel-таблицами, с которыми они работают. Каждый исполнитель знает о каких-то определенных узких местах в алгоритмах, отчетных формах, организационных регламентах, но в повседневной текучке расшивать их им просто некогда. А когда дело доходит до автоматизации, то всякого рода мелкие методологические проблемы обнаруживаются серьезной причиной пробок проекта.

В то же время многие банки связывают с ВРМ-проектом свои ожидания в отно-

шении разработки и внедрения новых методик управления и выпуска внутренней отчетности либо модификации существующих. Это естественное и своевременное пожелание, однако следует помнить, что ВРМ-платформа — только инструмент для ИТ-поддержки управленческих процессов, а один инструмент, сколь бы совершенен он ни был, не создаст правильный управленческий процесс. Здесь важнее опыт и навыки исполнителей, а не характеристики ИТ-системы.

Подготовка методологической базы банка к автоматизации — отдельная задача, к решению которой следует приступить на стадии предпроектного обследования. Наряду с изучением ИТ-инфраструктуры банка и разработкой предложений по интеграции в нее ВРМ-системы, в ходе предпроекта нужно оценить управленческие процессы и уровень их документирования. Диагностика начинается с исследования действующих нормативных документов и проведения глубинных интервью с руководителями и сотрудниками финансовых департаментов с целью формулирования требований к будущим методологиям финансового управления банком и подготовки плана перехода от текущего состояния методологий к целевому. Одновременно необходимо учитывать возможности конкретной ВРМ-платформы по поддержке будущей методологии. Оказать банку такую услугу могут квалифицированные консультанты-методологи, профессионально владеющие выбранными банком инструментами автоматизации ВРМ.

Парадокс ситуации на российском рынке заключается в том, что на фоне количественного роста ВРМ-проектов круг специалистов, сочетающих перечисленные навыки, очень ограничен. Консалтинговые компании не владеют ИТ-инструментарием, а знаний внедренческих фирм недостаточно для методологического консультирования. Исключение составляют специализированные компании — разработчики ВРМ, причем только в том случае, если в их арсенале имеется достаточный практический опыт проектного сотрудничества с отечественными банками.

Распределение задач между АБС и ВРМ

Неожиданно, но факт: российские банки по-прежнему испытывают трудности при распределении функциональности между автоматизированной банковской системой (АБС) и ВРМ-системой на основе хранилища данных (ХД). Казалось бы, никто не спорит, что создание исходных данных — традиционная функция систем оперативного учета, а хранение данных и подготовка различной банковской отчетности — прерогатива решений на основе ХД. Неоднозначность возникает в связи с активным переходом банков к использованию централизованных АБС, а также сложностями в обеспечении качества данных для отчетности.

Действительно, при эксплуатации в банке централизованной АБС от одного поставщика несложно представить в одном отчете данные из разных учетных модулей, например по операциям с юридическими и физическими лицами. Однако доступ к тем же данным, но за архивные периоды либо вообще отсутствует в АБС, либо будет неприемлемо медленным. В ХД надлежащий срок отклика системы достигается за счет партиционирования данных по времени.

Проблемы с производительностью АБС возникнут также при использовании ресурсоемких алгоритмов расчетов. Например, чтобы выполнить в АБС поэтапную обработку разнородных данных для расчета обязательных нормативов банка, необходимо блокировать весь состав данных на период выполнения всех этапов расчетов. Это приведет к остановке работы пользователей АБС по внесению изменений в данные. Поэтому сложные фор-

мы финансовой отчетности целесообразно переносить на платформу ХД. А вот оперативную отчетность по требованиям Положения Банка России № 302-П, для формирования которой необходимы только данные Главной книги, разумнее выпускать непосредственно из АБС. Это сэкономит время получения результата, ведь ХД чаще всего работает с данными, дата актуальности которых “Д+1”.

АБС, ориентированная на поддержку текущей деятельности банка, не обеспечит сохранения истории данных и метаданных, которые нужны для построения сложных форм регуляторной и финансовой отчетности. А вот ХД фиксирует состояние данных, их структур, расчетных алгоритмов и отчетных форм на каждый момент времени. Так, если в правила трансформации данных в регистры управленческого учета изменения внесены со II квартала, то в апреле можно выпустить управленческую отчетность за январь — март по действовавшей ранее методологии, а отчетность за текущие даты будет соответствовать актуализированным требованиям.

Действительно сложной и практически всегда индивидуальной является выработка правил заполнения атрибутов данных для более детального раскрытия информации в отчетах. Практически всегда исходным данным, поступающим в ХД из АБС, недостает аналитических признаков, необходимых для подготовки отчетов. Их можно вводить как в АБС, так и в ХД — главное, чтобы в АБС предоставление дополнительной аналитики не повлияло отрицательно на скорость обслуживания клиентов и выполнение основных операций. Так может произойти, если, например, поручить операционистам при вводе лицевых счетов маркировать их признаками статей управленческого учета. Такой подход, особенно при внесении изменений в методологию управленческого учета, потребует работы по смене признаков в АБС, что существенно усложнит ее эксплуатацию. Заложить основу для формирования требований к ведению учета в АБС также стоит в рамках предпроектного обследования.

Если ошибки, вызванные недостаточным качеством данных, обнаруживаются на заключительных этапах подготовки отчетности, то правильнее будет использовать механизмы оперативного внесения корректировок непосредственно в готовые отчеты в ХД с последующим сохранением значений корректировок и “правленных” версий отчетов.

Таким образом, еще на предпроектном этапе необходимо выработать оптимальный подход к распределению функциональности по сбору, хранению и обработке данных для подготовки отчетов между АБС и ХД. Это позволит выпускать банковскую отчетность в минимальные сроки, с минимальными затратами на создание и сопровождение решения, с минимальными операционными рисками.

Технологические компоненты ВРМ

Недавняя консолидация рынка ВІ и ВРМ, насаждавшая моновендорный подход к построению систем управления эффективностью, сегодня уступает место концепции best of breed, которая предполагает комбинирование лучших в своем классе программных продуктов при создании экземпляра ВРМ-системы для конкретного заказчика.

Напомним, что укрупненная архитектура ВРМ-системы включает три слоя (снизу вверх): слой консолидации и хранения данных, слой ВРМ-приложений и слой инструментов бизнес-аналитики и подготовки отчетности. Если использование разных ВІ-инструментов в составе комплексной системы стало уже нормой в большинстве крупных организаций, то разделять требования к поставщикам хранилищ данных и прикладных реше-

ний готовы далеко не все. Вместе с тем немногие поставщики предлагают весь комплекс ВРМ-приложений, в то время как их специализированные решения могут быть лучшими в своем классе (как, например, приложения SAS OpRisk Management). Не секрет, что до сих пор в мире ограничено число поставщиков приложений для управления доходностью. В текущих условиях, когда интеграция перестала быть проблемой, банки могут выбрать лучшие прикладные решения, чтобы удовлетворить свои специфические требования. Например, в составе ВРМ-платформы “Контур” (разработка Intersoft Lab) представлены приложения для ведения управленческого учета и подготовки отчетности по МСФО. Но в рамках стратегического видения системы управленческой и финансовой отчетности Группы ММВБ архитектура решения объединила витрину финансовых данных, разработанную на ВРМ-платформе “Контур”, и приложения Oracle Hyperion Planning и Oracle Hyperion Financial Management от мирового лидера ВРМ-индустрии корпорации Oracle.

Те же принципы применимы и к выбору поставщика хранилища данных — основы ВРМ-системы. На уровне ХД решаются две основные задачи: обеспечение оптимальной структуры хранения и обеспечение надлежащего качества данных. Модель данных финансового ХД определяет состав объектов хранения, их атрибуты, взаимосвязи и т. д. Она должна гарантировать полноту данных для решения всего комплекса ВРМ-задач, поддерживать особенности ведения бухгалтерии и подготовки регуляторной отчетности для Банка России, обеспечивать приемлемую скорость получения данных и отчетов из ХД.

Принципиальное требование к поставщику ХД — предоставление описания модели данных. Это позволит сотрудникам банка самостоятельно строить новые виды отчетности из хранилища. В ВРМ-проекте особенно важно, чтобы заказчик доверял данным в ХД, иначе использование системы так никогда и не начнется. Достичь этого поможет применение программных средств класса Data Quality на уровне интеграции хранилища с источниками данных, а также специальных инструментов ХД. Стоимость компонентов Data Quality в составе интеграционных пакетов разных поставщиков сегодня по-прежнему высока, однако наблюдается определенная тенденция к ее снижению, к тому же отдельные вендоры предлагают lite-версии своих инструментов. Качество данных становится доступнее, хотя интеграция и Data Quality пока еще остаются основными статьями экономии в ВРМ-проектах.

Организационный аспект

Внедрение ВРМ практически всегда ведет к организационной перестройке в банке. В первую очередь это касается изменений в регламентах процессов учета и управления. Автоматизировать хаос нельзя. Процессы надо описать на бумаге, закрепив документально ответственность и механизмы контроля над исполнением. Например, если регламенты ввода и проверки данных отсутствуют, то наладить выпуск отчетности невозможно. Потому что ни одно подразделение или исполнитель никогда “за просто так” не возьмут на себя дополнительную нагрузку и ответственность за качество данных. Часто единственный способ запустить новые или модифицировать устоявшиеся процессы — использование административного ресурса. Это должно быть ожидаемым и подготовленным событием на всех этапах разворачивания ВРМ-проекта. □

Автор статьи — эксперт Ассоциации российских банков, заместитель генерального директора компании Intersoft Lab по развитию бизнеса.

HP ProLiant Gen8



Встречайте новое поколение серверов, которые заботятся о себе сами

300 млн. долл. инвестиций в разработку новых технических решений >>> 2 года исследований и тестирования у 150 заказчиков HP по всему миру >>> более 900 заявок на патенты

HP ProLiant DL380p Gen8
Самый продаваемый
в России сервер*
стал умнее.

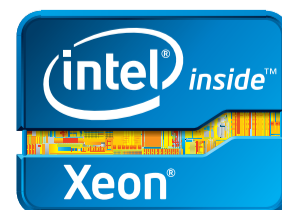


- процессоры Intel® Xeon™ серии E5-2600
- 24 слота памяти DDR3 1600 МГц (до 768 ГБ)
- гибкий выбор сетевых портов на материнской плате
- дисковая подсистема в 6 раз быстрее
- лучшая в отрасли онлайн-поддержка
- автоматизация большинства задач администрирования благодаря новым технологиям управления и мониторинга от HP*



www.hp.ru/gen8/

*Источник см. на www.hp.ru/gen8/
Intel, логотип Intel, Xeon и Xeon Inside являются товарными знаками корпорации Intel на территории США и других стран.





Экологическая программа KYOCERA Document Solutions

В нынешнем году корпорация KYOCERA Document Solutions, до недавнего времени известная как KYOCERA MITA, отмечает важную дату в своей истории. Именно в 2012-м исполняется ровно 20 лет фирменной концепции ECOSYS, в соответствии с которой строится основа бизнеса компании: производство энергоэффективных решений и долговечных компонентов. За время следования этой концепции KYOCERA Document Solutions развила действительно уникальную для современной деловой среды корпоративную философию, во многом основанную на традиционных японских ценностях: стремлении к совершенству, бережном отношении к природе и чуткому ощущению уникальности каждого проживаемого нами момента. О том, каким образом продукты и технологии ECOSYS превращают эту философию в реально работающий на благо компании и её партнёров бизнес-инструмент, рассказывает **Юлия Михальченко**, менеджер по маркетингу KYOCERA Document Solutions Russia LLC.



Юлия Михальченко

Бытует мнение, что лазерные печатающие устройства — далеко не самые дружелюбные к природе аппараты. Насколько эти представления соответствуют современному положению дел?

Мы уделяем большое внимание вопросу энергоэффективности наших устройств, сокращая энергопотребление до максимально возможного (1 Вт в спящем режиме), а также уменьшаем время разогрева устройства, применяя фьюзеры индукционного нагрева. Уровень шума — исключительно важный момент, особенно, если речь идет о настольных устройствах. Работа над сокращением уровня шума всего на 1 дБ требует огромных усилий со стороны разработчиков. Но наша команда смогла добиться существенного снижения уровня шума для своих устройств, и в последних моделях мы снизили его на 5 дБ. Мелкодисперсные тонеры KYOCERA не содержат тяжелых металлов и поэтому не причиняют вреда здоровью пользователей, что подтверждено международными тестами. Также важно отметить, что в устройствах KYOCERA применяется технология положительного заряда фотокондукторов, позволяющая избежать выделения вредного для здоровья озона.

Предлагает ли KYOCERA своим потенциальным заказчикам простой и эффективный способ рассчитать, насколько снизятся их затраты при переходе на её продукты серии ECOSYS,

привлекательные именно с точки зрения общей стоимости владения высокотехнологичными устройствами (ТСО)?

Конкурентное преимущество техники KYOCERA — исключительно низкая ТСО. Поэтому мы не побоялись разработать и разместить на нашем сайте приложение PEC (Print Economy Check), которое позволяет рассчитать стоимость владения для печатающих устройств любых производителей и сравнить их. Это открытая информация, с помощью которой мы предоставляем нашим клиентам возможность убедиться в экономии средств, самостоятельно рассчитав затраты на эксплуатацию устройств различных производителей.

Считается, что сделать высокотехнологичное устройство «зелёным» — значит потратить на его разработку дополнительные средства, что в итоге выразится в повышении расходов конечного заказчика. Верно ли это в отношении концепции ECOSYS?

KYOCERA — это аббревиатура от словосочетания «керамика из Киото». Наш бизнес начинался с керамики в городе Киото в 1959 г. Работая с высокотехнологичной керамикой, мы создали долговечные компоненты для наших устройств, позволившие нам отказаться от классической модели печатного бизнеса, где создается огромное количество твердых отходов при каждой замене картриджа. Аморфно-крем-

ниевые барабаны KYOCERA в 30—50 раз прочнее пластика, поэтому их рабочие свойства не деградируют на всем протяжении срока службы. Все это позволило нам внедрить «бескартриджевую технологию» (имеется в виду, что картридж не является расходным материалом, а замене подлежит только тонер-контейнер) и быть уверенными, что ресурс барабана гарантирует продолжительный срок службы устройства. Мы не делали дополнительных инвестиций, чтобы создать экоустройства KYOCERA, — такова наша модель бизнеса изначально. Экологическая политика была частью концепции создания нашей компании ещё в 1959 г. Доктор Инамори, основатель KYOCERA, начал керамический бизнес с создания философии менеджмента, которая объясняет нашу приверженность заботе об окружающей среде. «Сосуществовать в гармонии с природой и обществом» — повторяем мы каждое утро на общем собрании гуманный наказ нашего основателя.

Всем известно, как яростно сражаются ведущие производители принтеров и МФУ с изготовителями «совместимых» расходных материалов и тем более с нелегальными переправщиками. Удастся ли, по мнению KYOCERA, когда-нибудь окончательно справиться с тягой конечных потребителей как можно больше экономить на оригинальных расходниках?

Удастся, как только придет понимание всех рисков, которые несет использование неоригинальных расходных материалов, прежде всего для здоровья пользователей. Оригинальные тонеры KYOCERA не содержат тяжелых металлов, что гарантирует пользователям работу с устройством, не подвергаящим их здоровью вредному воздействию, способному вызвать смертельные заболевания. Производители неоригинальных расходных материалов такой гарантии не дают, а сомнительная прибыль от дешевизны неоригинального тонер-контейнера/картриджей не сделает отпечаток дешевле, так как нет никакой гарантии, что само устройство не придет в негодность от таких расходных материалов. Мы, в KYOCERA, снимаем с гарантии устройства, которые работали на неоригинальной «расходке», так как не хотим брать на себя ответственность за здоровье людей и сохранность техники, которая эксплуатировалась с нарушениями. Риски слишком велики и для пользователя, и для производителя.

Какие награды, данные экологических экспертов и прочие независимые свидетельства под-

тверждают дружелюбный к природе характер техники KYOCERA ECOSYS?

Техника KYOCERA отмечена не только высокими наградами за качество, но и всевозможными международными экологическими знаками, которые подтверждают нашу приверженность «зеленой политике».

Один из самых знаменитых и первых в мире экзонаков, учрежденный немецким институтом качества, — награда «Голубой ангел». Ее присуждение подтверждает не только минимальный выброс вредных веществ при производстве и эксплуатации, но и низкое потребление энергии; о последнем свидетельствует и награда «Энерджи Стар». «Нордик Свон» — еще один экологический знак, представленный в Скандинавских странах. Критерием для получения этой награды служит экологичность материалов и продолжительность службы устройств. Японская ассоциация по защите окружающей среды имеет свою награду «Эко Марк», которая присуждалась продуктам KYOCERA.

Как долго, по вашему мнению, другие крупные производители принтеров и МФУ будут продолжать делать ставку на многокомпонентные картриджи в ущерб экологичности и эффективности своих продуктов?

Для перехода к использованию экологических продуктов необходимо государственное вмешательство — льготные поощрения будут мотивировать компании внедрять «зеленые» технологии. К сожалению, экологические нормы в России недостаточно развиты и большинство законов в области экологии и природоохранной деятельности имеют лишь рекомендательный характер. Но мы видим, что начавшиеся модернизационные процессы набирают темп и вопрос мотивации перехода на безвредные экопродукты становится все более актуальным в стенах законодательных учреждений. С модернизацией экономики «зеленые» технологии обязательно придут в Россию. А переход к модернизационным процессам — это нелегкая задача для нашего правительства, так как для этого должны сложиться определенные условия. Одно из условий — это сознательная готовность общества к переменам.

Существует стереотип, что экологически чистые технологии намного дороже, и пока такая точка зрения доминирует в обществе. Продукты KYOCERA созданы в рамках такой бизнес-модели, которая доказывает, что экологичность и экономичность — это два неразрывных понятия. Чем меньше отходов мы производим, тем меньше в конечном итоге расходов.

Как извлечь пользу из прогнозной аналитики

СЭМИОЕЛ ГРИНГАРД

Список сфер использования прогнозной аналитики растет с каждым днем. Правительственные и коммерческие организации применяют ее в таких областях, как здравоохранение, обслуживание клиентов, экономия энергии и предотвращение преступлений. Много лет пользуются ею и спортивные организации, однако программное обеспечение и приложения для этой области все более усложняются, а сфера их применения расширяется.

Взять, к примеру, профессиональное регби — спорт, популярность которого в США постоянно растет. Регби — один из самых жестких видов спорта, командная контактная игра с минимумом защитной

экипировки. Примерно четверть всех игроков получают травмы в течение одного сезона, притом травмы некоторых спортсменов могут выбить их из игры на весь сезон. Для них травмы создают весьма неприятную ситуацию, для остальных же членов команды отсутствие ключевых игроков может означать проигранные матчи, падение продаж билетов на игру и менее активное посещение стадиона зрителями.

Но такие команды, как «Лестерские тигры» в Великобритании, используют средства прогнозной аналитики, чтобы получать глубокий анализ статистики травм и соответствующих данных. «Спорт теперь не просто игра, это понятие становится все более научным, основанным на

данных и числах, — отмечает Джереми Шоу, глава отдела бизнес-аналитики IBM в сфере мультимедийного и развлекательного ПО. — Ушли в прошлое те дни, когда можно было полагаться только на талант и животный инстинкт, чтобы добиться успеха».

IBM совместно с «Лестерскими тиграми» разрабатывает более эффективные способы понимания того, каковы причины травм и как можно снизить их количество. Аналитики изучают определённые факторы, такие как усталость, предел выносливости и уровень интенсивности игры, чтобы выявить скрытые тенденции и аномалии и определить, кто склонен к тому, чтобы получить травму, и какие типы травм наиболее вероятны.

К примеру, если игрок демонстрирует статистически значимые изменения по одному из параметров усталости при высокой интенсивности тренировок, данные могут показать, что возможность для такого игрока получить травму повысилась на 80%. Кто-то из команды может продемонстрировать 60%-ный рост риска. Такой уровень информации в реальном времени позволяет тренеру изменить режим тренировок определённого спортсмена или предложить варианты его замены в серии матчей, чтобы снизить риск.

Но возможности аналитики на этом не заканчиваются. Технология позволяет «Тиграм» проанализировать данные психологического состояния игрока, чтобы выявить другие факторы, которые могут повлиять на успех команды. Результатом становится создание индивидуальной программы тренировок, настроенной под физические и психологические показатели каждого спортсмена. □

Постройте облако на открытом коде с помощью ownCloud

СТИВЕН ВОАН-НИКОЛС

Большой бизнес использует облачные сервисы. К примеру, и вы, и я каждый день прибегаем к облачным сервисам хранения, таким как DropBox, Google Drive и Amazon Cloud Drive. Однако при этом свои данные приходится доверять системе, разработанной посторонними людьми. С помощью ownCloud — проекта на основе открытого кода, начатого когда-то в сообществе KDE и предназначенного для синхронизации файлов и совместного доступа к информации, — вы можете разместить свои данные на серверах и решить, какие еще публичные облачные сервисы вам нужно интегрировать со своим частным облаком.

С точки зрения архитектуры ownCloud относится к классу облачных сервисов “инфраструктура по запросу” (Infrastructure as a Service — IaaS). С его помощью вы можете хранить свои файлы, папки, контакты, фотогалереи, календари и многое другое на сервере по собственному выбору. Затем можно обращаться к сохраненным данным с мобильного устройства, настольного компьютера или через Интернет. Кроме того, можно синхронизировать свои данные с локальными устройствами и предложить к ним



Нравится идея облаков, но не доверяете поставщикам облачных платформ? Создайте свою собственную платформу с помощью ownCloud

доступ либо всем желающим, либо пользователям, получившим специальное одобрение.

Новая, только что выпущенная версия 4 поддерживает версию файлов с возможностью “отката” к предыдущей версии; шифрование на уровне файлов; управление файлами через Интернет в стиле “drag and drop” и встроенный выюер формата ODF (Open Document Format).

Программа разрабатывалась на PHP и JavaScript и выполнена на основе базы данных MySQL. Четвёртая версия предлагает новый интерфейс прикладного программирования, что облегчает разработку приложений с использованием встроенных инструментов ownCloud.

Кроме того, в состав версии 4 вошла “экспериментальная” функция для подключения внешних файловых хранилищ — таких, как DropBox, FTP и Google Drive, что позволяет пользователям объединить все свои инструменты синхронизации и организации совместного доступа к файлам в едином интерфейсе.

OwnCloud теперь может применяться и в корпоративной сетевой инфраструктуре — новая версия включает систему регистрации и позволяет администраторам управлять пользователями и группами с помощью Lightweight Directory Access Protocol или службы каталогов Active Directory.

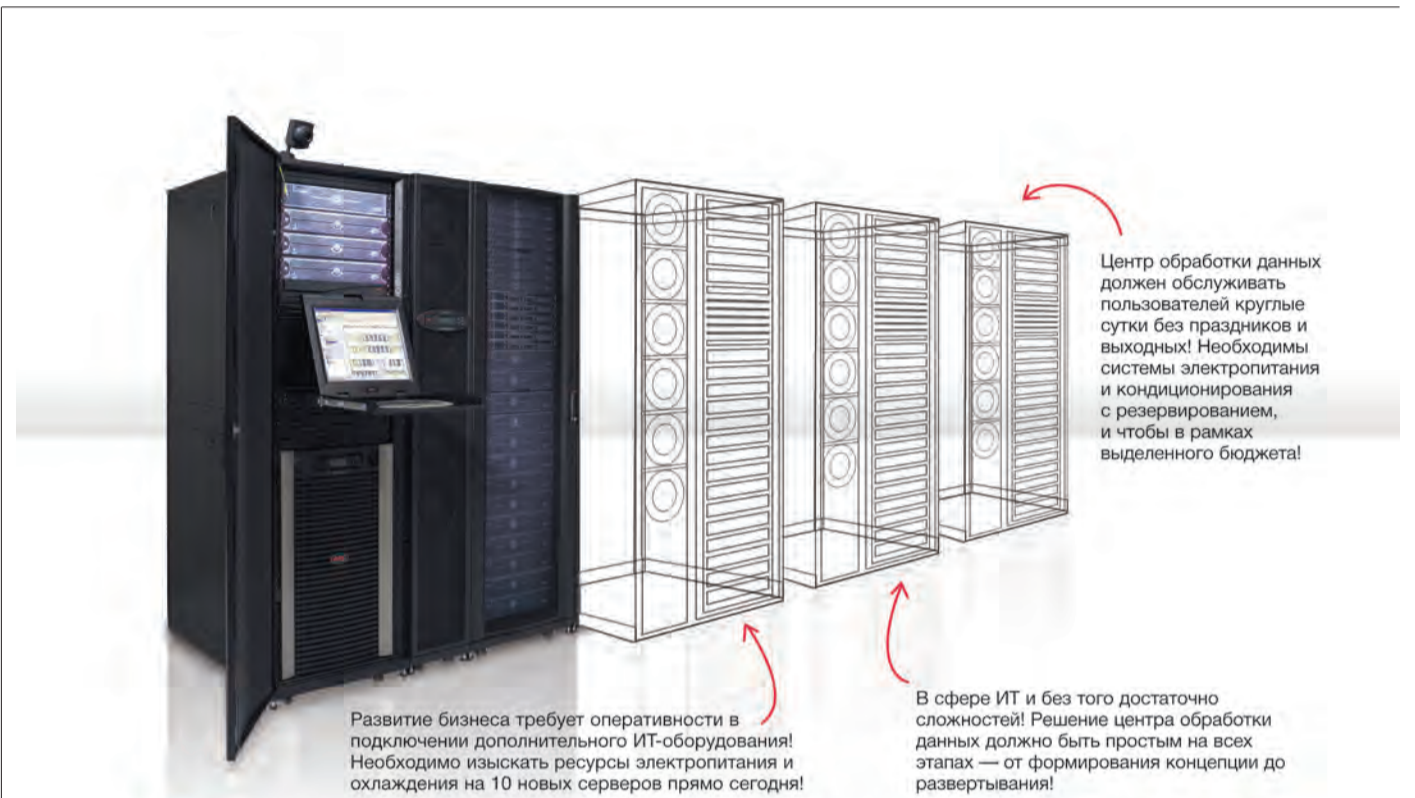
“Уже третья версия представляла собой значительный технологический прорыв, а поскольку наше сообщество продолжает расти, то четвёртая получила ряд существенных улучшений, результатом чего стало появление наиболее передовой и гибкой на настоящий момент платформы синхронизации и организации совместного доступа к файлам, — отметил Френк Карличек, основатель own-

Cloud. — Последняя версия ownCloud имеет функции, необходимые провайдеру бизнес- и сервис-услуг, включает новые возможности и приложения, отвечающие запросам сообщества, и значительно расширяет функциональность создаваемых нами будущих коммерческих версий”.

Загрузив ownCloud (<https://build.opensuse.org/project/show?project=isv:ownCloud:community>) на свои серверы CentOS 6 и openSUSE 12.1, я остался впол-

не доволен результатом. Нет, система не так легка в работе, как DropBox, и не так мощна, как Amazon Cloud, однако я смог запустить свои собственные сервисы синхронизации данных и организации совместного доступа на своих серверах и в своем хранилище и подключиться к публичным сервисам хостинга и хранения данных. В целом мне всё понравилось. Хорошо и то, что ownCloud будет доступен на таких платформах, как Windows 7 и Windows Server 2008.

Конечно, я мог бы сделать что-то подобное и самостоятельно. Мне уже приходилось заниматься такими вещами в своей жизни, но ownCloud объединяет всё необходимое для работы в одном месте, позволяя запустить мое собственное облако так, как мне нужно. И это мне очень нравится. На данный момент я мог бы рекомендовать всем знатокам Linux, ищущим способы создания собственного варианта облачного сервиса, попробовать поработать с этой системой. □



Развитие бизнеса требует оперативности в подключении дополнительного ИТ-оборудования! Необходимо изыскать ресурсы электропитания и охлаждения на 10 новых серверов прямо сегодня!

В сфере ИТ и без того достаточно сложностей! Решение центра обработки данных должно быть простым на всех этапах — от формирования концепции до развертывания!

ЦОД не должен сдерживать рост бизнеса!

Только InfraStruxure предлагает тройное преимущество постоянной готовности круглые сутки, без праздников и выходных, высокой оперативности и экономии за счет эффективности

Инженерная архитектура InfraStruxure нового поколения

Центр обработки данных должен служить компании опорой в росте — будь то удвоение продаж или численности персонала — а не становится препятствием для ее развития. Однако слишком часто бизнес испытывает ограничения ресурсов систем инженерной инфраструктуры. Найдется ли в стойках место для дополнительных серверов? Хватит ли электрической мощности новым ИТ-системам? APC by Schneider Electric удалось решить эти проблемы с помощью проверенной практикой высокопроизводительной, масштабируемой и комплексной инженерной архитектуры ЦОДа InfraStruxure.

Центры обработки данных InfraStruxure — опора бизнеса!

Мы называем центры обработки данных, построенные на основе инженерной архитектуры InfraStruxure, опорой бизнеса. Что это значит? Все очень просто. ЦОД можно назвать опорой бизнеса, когда он: находится в постоянной готовности круглые сутки без праздников и выходных; постоянно работает на наивысшем уровне характеристик; поспевает за стремительным ростом бизнеса; на каждом этапе — от проектирования до эксплуатации — выходит на все более высокие уровни эффективности использования энергии и способен развиваться в гармонии с основной деятельностью компании. Более того, модульная инженерная архитектура InfraStruxure позволяет спроектировать интегрированное решение, в точности соответствующее требованиям на сегодняшний день и легко адаптируемое к их изменениям в будущем.

Тройное преимущество InfraStruxure

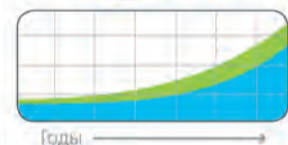
InfraStruxure предлагает тройное преимущество качественного превосходства: высочайший уровень готовности, простоту и оперативность адаптации к изменениям требований бизнеса и экономии за счет эффективного использования энергии. Как можно быть лучшей «опорой бизнеса», не обеспечивая качество, скорость и экономию одновременно?



Узнайте больше о продукции APC, скачайте любую информационную статью в течение 30 дней

Зайдите на сайт www.apc.com/promo и введите код 17617p

InfraStruxure



Центры обработки данных InfraStruxure — опора бизнеса!

- **Готовность:** безостановочная работа круглые сутки без праздников и выходных благодаря лучшим в своем классе системам электропитания ответственного оборудования с модульными блоками распределения питания, системам охлаждения с теплообменниками, максимально приближенным к источникам тепла, а также ПО контроля и моделирования изменений параметров инженерных систем.
- **Оперативность:** простота развертывания инженерной инфраструктуры в сжатые сроки. Все компоненты системы спроектированы с учетом совместной работы, а архитектура в целом рассчитана на любые, самые высокие темпы роста бизнеса.
- **Эффективность:** благодаря передовым конструктивным решениям, включая трехступенчатые инверторы ИБП и вентиляторы систем кондиционирования с переменной скоростью вращения, достигается настоящая эффективность использования и экономия энергии.
- **Управляемость:** управляющее ПО InfraStruxure Management Software позволяет отслеживать и управлять свободными ресурсами и уровнем резервирования систем электропитания и охлаждения, а также свободным пространством в стойках для оптимального использования ресурсов инженерной инфраструктуры центра обработки данных.
- **Гибкость:** начиная с совместимости шкафов с ИТ-оборудованием любых производителей до полной масштабируемости по электропитанию и отводу тепла.

APC
by Schneider Electric

Виртуализация как источник угроз и драйвер безопасности одновременно

АЛЕКСЕЙ ВОРОНИН

Количество виртуальных серверов в мире уже заметно превышает число физических. Согласно некоторым исследованиям, на один физический сервер сегодня приходится более семи виртуальных. Популярность виртуальных серверов имеет

КОНФЕРЕНЦИИ

экономическое обоснование: согласно опросам IDC,

средства виртуализации позволяют сократить парк физических серверов в среднем на 20%, при этом затраты на оборудование, питание, охлаждение, помещение снижаются примерно на 25%. Порядка 70% осуществленных проектов виртуализации серверов в мире оцениваются как успешные, а многие компании имеют актуальные планы по дальнейшему развитию своей ИТ-инфраструктуры в данном направлении.

Таким образом, зависимость бизнеса от виртуализации будет и дальше расти, а следовательно, цена ошибки по обеспечению безопасности новой, виртуальной среды тоже будет возрастать. На конференции Virtualization Security Conference 2012, организованной и проведенной компанией Trend Micro, выступающие затронули широкий круг вопросов безопасности ИТ-инфраструктуры бизнеса с учетом ее стремительной миграции в виртуальную среду. Попробуем сразу выразить основную мысль прозвучавших докладов: специфические проблемы обеспечения информационной безопасности существуют, они требуют особого внимания и специального инструментария, уже представленного на рынке, но бояться виртуальной среды не нужно, наоборот — ее специфику следует использовать для поднятия уровня безопасности ИТ-инфраструктуры бизнеса в целом.

ИБ виртуальной среды — общие соображения

Как рассказал участникам конференции Тимур Фарушкин, директор по консалтингу “IDC Россия/СНГ”, Россия по виртуализации серверов сегодня находится “посерединке” между странами региона. Вместе с тем, хотя в абсолютных величинах и по доле виртуальных серверов в общей массе физических Россия значительно уступает таким развитым странам, как Великобритания, Германия, Франция, наша страна демонстрирует выдающиеся темпы роста этого рынка (порядка 80—100% ежегодно — выше только у Саудовской Аравии). По прогнозам IDC, к 2015 г. Россия по общему количеству виртуальных серверов выйдет на сравнимые показатели с лидерами рынка.

Однако, несмотря на стремительный рост рынка виртуальных решений, вопросы безопасности виртуальной среды пока еще не попали в фокус внимания ИТ-директоров, а тем более — руководства компаний, констатировал Тимур Фарушкин. А между тем злоумышленники, получившие контроль над физическим хостом, получают доступ ко многим критически важным для бизнеса приложениям, работающим на виртуальных машинах. Таким образом, цена допущенного инцидента ИБ резко возрастает.

При осуществлении проектов виртуализации возникает целый ряд организационных угроз, напомнил представитель IDC. Во-первых, легкость, с которой создаются виртуальные машины, приводит к появлению незарегистрированных учетных

записей, ненужных служб, ошибок конфигурирования виртуальной инфраструктуры. При этом возникают дополнительные проблемы с аудитом инфраструктуры, проверкой ее на соответствие внутренним и внешним политикам компании по обеспечению ИБ, управлением обновлениями. Возрастает сложность управления инфраструктурой, что приводит к снижению качества процесса управления и в целом уровня ИБ. Помимо организационных возникают и внешние угрозы — возрастает вероятность появления в виртуальной среде зараженных гостевых машин, захвата гипервизора, ряда других угроз, свойственных именно виртуальной среде.

Несмотря на реальность перечисленных угроз (которые, как добавил докладчик, без сомнения, будут со временем только расти и множиться), Тимур Фарушкин призвал не опасаться виртуализации среды и не считать ее исключительно источником новых проблем, напротив — относиться к виртуальным решениям как к “драйверу информационной безопасности” ИТ-инфраструктуры компании. Он напомнил, что виртуальная среда позволяет безопасно, быстро и эффективно тестировать обновления бизнес-приложений, обеспечивает легкость создания “ловушек для вредоносного кода” (т.н. honeypot), имитирующих реальную ИТ-среду компании, дает возможность реализовать другие меры по обеспечению информационной безопасности.

Вместе с тем докладчик признал, что тема безопасности виртуальной среды — новая, опыта в данной сфере крайне мало и даже в развитых странах еще не пришли к единому пониманию реального соотношения “виртуальная среда — информационная безопасность”. Ясно одно, подчеркнул Тимур Фарушкин, что все наработки по обеспечению ИБ для физической инфраструктуры должны переноситься на виртуальную среду, но и этого будет недостаточно — необходимо добавлять специфические виртуальные решения по безопасности в силу специфики виртуальной среды и того, что цена ошибки здесь многократно возрастает.

Новая среда — новая архитектура — новая защита

Эффективны ли традиционные средства и подходы защиты ИБ от внешних угроз в условиях виртуального хоста? По словам Вениамина Левцова, регионального менеджера Trend Micro в России и СНГ, практика доказывает, что — нет. Докладчик сразу подчеркнул, что компания, которую он представляет, — партнер VMware, и что большая часть того, о чем он расскажет собравшимся, апробировано для решений именно на платформе виртуализации VMware vSphere.

В числе ключевых особенностей виртуальной среды, которые необходимо учитывать при построении системы защиты от внешних угроз, г-н Левцов назвал необходимость использования гипервизора, актуальность традиционных угроз ИБ и появление новых, целесообразность максимального снижения использования средствами ИБ ресурсов как виртуальных машин, так и хоста в целом, активный сетевой трафик между виртуальными машинами в пределах хоста, сложность управления программными обновлениями, а также вероятность пе-

ренесения виртуальной машины на другой хост.

Управление при помощи гипервизора, особенно выделил представитель Trend Micro, — в числе принципиальных отличий виртуальной среды от физической. Гипервизор позволяет видеть общую картину хоста, все его виртуальные машины, процессы файлообмена и соединения. Новая концепция архитектуры ИБ в виртуальной среде, которую обрисовал докладчик, предполагает вынесение системы обеспечения ИБ на специализированную виртуальную машину — сервер безопасности. Проинтегрированный с интерфейсами гипервизора, сервер безопасности получает доступ к предметной информации для осуществления проверок. При таком подходе функционал ИБ не задействует ресурсы виртуальных машин, используемых под бизнес-приложения. Новая архитектура имеет существенное преимущество перед традиционной и в плане эффективности противодействия внешним атакам, подчеркнул докладчик. Не секрет, что современное вредоносное ПО давно уже использует механизмы подавления антивирусов, когда сложные атаки начинаются именно с подавления антивирусного ядра. В случае, когда средства ИБ размещены на изолированной виртуальной машине, внешних пользовательских интерфейсов она практически не имеет и соответственно подавить работу антивирусного кода, по мнению Вениамина Левцова, практически невозможно. Крупнейшие игроки антивирусного рынка, получив доступ к интерфейсам VMware, уже представили прототипы решений с подобной архитектурой или активно работают над их созданием, констатировал докладчик.

Проблема атак между виртуальными машинами внутри хоста решается путем использования специализированных межсетевых экранов и систем обнаружения вторжений (IDS). Что касается управления обновлениями, то оно осложнено тем, что виртуальные машины время от времени “засыпают”, а потом “просыпаются”. В момент пробуждения виртуальной машины ее антивирусные сигнатуры часто оказываются неактуальными, в результате чего машина становится уязвимой для атак. Современный подход к решению данной проблемы, отметил представитель Trend Micro, — обнаружение и пресечение попыток использования существующих, но по различным причинам временно не закрытых уязвимостей путем контроля сетевого трафика, обращений на определенные порты, учета особенностей поведения внешнего ПО в виртуальной среде и т. д. При таком подходе к защите для нападающего системы выглядят как обновленные (“запатченные”), поэтому данную технологию защиты еще называют “виртуальный патчинг”, т. е. “как бы обновление”. Ключевое концептуальное требование для реализации такой защиты — наличие коллектива экспертов, постоянно работающих с вендорами и поддерживающих базу сигнатур известных уязвимостей в актуальном состоянии.

В случае миграции хоста из защищенной, доверенной среды в среду менее защищенную (например, к внешнему провайдеру облачных сервисов) для данной виртуальной машины специалист считает целесообразным использование традиционного полнофункционального

агента, отслеживающего как антивирусную активность, так и другие параметры ИБ. В числе важных проблем Вениамина Левцова назвал изменчивость виртуальной среды, в которой сложно отследить действия администраторов, неизменность важнейших компонентов ИС (выход — внедрение контроля целостности ключевых файлов, программных приложений).

Именно такие подходы к архитектуре и возможностям системы комплексной защиты виртуальной среды от внешних угроз заложены в продуктах ведущих поставщиков решений для защиты виртуальной среды, включая Trend Micro, подчеркнул Вениамин Левцов. В заключение своего доклада выступающий перечислил некоторые основные критерии для сравнительного анализа при выборе решений по защите виртуальной среды от внешних угроз: наличие модуля антивирусной защиты, сетевых экранов, управления обновлениями, фактор (в каком виде поставляется решение — “железо” или “железо + ПО”), наличие интеграции с VMware vCenter и, что немаловажно, — сертификации ФСТЭК.

Эксперт по решениям VMware Сергей Лисачев согласился с коллегой из Trend Micro: традиционные подходы к обеспечению ИБ не работают в виртуальных средах, а ключевой элемент виртуальной среды — гипервизор, двигатель виртуальной среды. Виртуализация ИТ-среды вызывает опасения у многих специалистов, отметил Сергей Лисачев, — у специалистов по нормативам ИБ (конфиденциальность данных), у специалистов службы безопасности и ИТ-сотрудников (защита от вредоносного кода, хакерских атак), но ее обеспечение — решаемая задача. И в первую очередь безопасность новой среды должна быть реализована на уровне архитектуры виртуальных решений и кода гипервизора, уверен представитель VMware.

Проверка глубокой защиты на практике

Дмитрий Сафронов, начальник отдела защиты информации департамента информационных технологий ВГТРК, рассказал, что в прошлом году компанией был введен в эксплуатацию большой дата-центр. В результате появилась возможность перевести ряд ИТ-решений инфраструктуры в виртуальную среду на базе решений компании VMware. Защита виртуальной среды от внешних угроз была реализована на решении Trend Micro Deep Security (компания Trend Micro), опытом эксплуатации которого и поделился докладчик.

Отметив, что решение по защите от внешних угроз уже было успешно апробировано на практике в первой декаде мая, когда были предприняты серьезные атаки на ресурсы российского телевидения, представитель ВГТРК в числе достоинств данного продукта отметил тот самый “виртуальный патчинг”, т. е. возможность защиты бизнесприложений, еще не закрытых последними обновлениями. Данная возможность оказалась очень кстати для “ряда систем отечественного производства”, как дипломатично пояснил докладчик, которые критично относятся к обновлениям Microsoft. Второе достоинство решения,

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 23 ►



Тимур Фарушкин констатирует рост рынка виртуальных серверов



Вениамин Левцов — сторонник глубокой защиты виртуальной среды от внешних угроз



Сергей Лисачев уверен в безопасности кода гипервизора ESM



Дмитрий Сафронов защищает российское телевидение от атак хакеров

Мировой рынок публичных облачных IaaS

АНДРЕЙ КОЛЕСОВ

Шумиха вокруг облачной тематики, пройдя пик “общественного внимания” в 2011-м, сейчас явно пошла на спад, но реальная востребованность облачных моделей организации бизнеса и соответствующих средств столь же заметно возрастает. Сегодня в целом уже всем понятно, что “облака” — это не маркетинговый мыльный пузырь, что Cloud — это объективная стратегическая тенденция развития ИТ в довольно долгой исторической перспективе.

В этой ситуации аналитики пытаются подкрепить общие разговоры о пользе облаков какими-то статистическими данными. Как обычно, в первую очередь они выдают количественные оценки объемов рынка, основной акцент при этом делая на перспективах роста, причем на достаточно долгий (например, пять лет) срок. Разумеется, профессиональная аудитория к подобным данным относится весьма критически, отлично понимая условность абсолютных оценок рынка (сейчас даже не очень ясно, по каким критериям те или иные услуги можно отнести к облачным) и тем более прогнозов, формируемых на базе экономических моделей, уровень достоверности которых в очередной раз был продемонстрирован на примере продолжающегося уже более трех лет мирового экономического кризиса.

И тем не менее, несмотря на всю относительность оценок рынка, по мере повышения практического интереса к облакам у заказчиков растет и потребность в понимании рыночной ситуации и тенденций ее развития. Учитывая это, имеет смысл познакомиться с опубликованным не так давно отчетом Gartner “Magic Quadrant for Public Cloud Infrastructure as a Service” о положении дел по итогам 2011 г. на мировом рынке IaaS (инфраструктура как сервис). Сразу обратим внимание, что в России это направление ИТ-рынка, хотя о нем и ведется много разговоров, находится в общем-то в зачаточном состоянии. Но и в мире данная ИТ-сфера также пребывает на этапе “бурлящего” формирования. В то же время понимать происходящие на передовых ИТ-рынках процессы очень важно и для России в плане оценки перспектив в облачной сфере в нашей стране, в том числе имея в виду расширение нашей интеграции в мировое ИТ-пространство.

Говорим “облако” — подразумеваем публичные IaaS

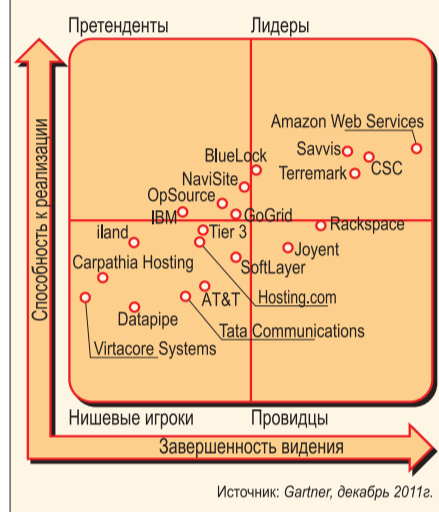
Когда люди говорят “облачные вычисления”, то они чаще всего имеют в виду как раз публичные облачные IaaS-услуги. С этого очень важного замечания (учитывая царящую путаницу на рынке, особенно российском) начинается отчет Gartner. На данном моменте нужно отдельно остановиться и нам.

Действительно, IaaS — это только одно из главных направлений облаков (среди SaaS, PaaS и разного рода более специализированных вариантов). При этом уже давно в облаках выделяются публичные и частные схемы применения. И еще было бы очень полезно отличать именно облачные IaaS от традиционных, “необлачных” (разного рода аутсорсинг ИТ-ресурсов, в том числе хостинг).

Но при этом публичные IaaS являются “стержневой” составляющей всего понятия “облачные вычисления”, к тому же нужно учитывать, что фактически все облака вышли из публичных IaaS. Мы об этом уже писали, изучая “гносеологические корни” облаков: их неофициальным родоначальником считается сервис Amazon Elastic Compute Cloud, запущенный в эксплуатацию в 2007 г., от которого

вошел в ИТ-обиход сам термин “Cloud”. Лишь позднее термин этот охватил уже существовавшее понятие SaaS (по аналогии с ним появились названия IaaS и PaaS), а затем идеология облачной инфраструктуры была распространена на внутренние ИТ-системы заказчиков, поэтому “изначальный” IaaS стал именоваться “публичным IaaS”, а в дополнение к нему появился еще и “частный IaaS”.

Магический квадрант для рынка публичных облачных IaaS-предложений



Gartner в своём отчете приводит такое (несколько упрощенное по сравнению с вариантом NIST, но в целом соответствующее ему) определение облачных вычислений: это модель предоставления вычислительных ресурсов в разделяемой многоарендной среде. Термин IaaS применяется к случаю использования именно аппаратных средств (серверы, устройства хранения и сетевая инфраструктура), реализованных в виде виртуального дата-центра с динамическим управляемыми ресурсами. Публичный IaaS — это когда такой дата-центр изначально построен для обслуживания множества заказчиков.

По мнению Gartner, сейчас использование компаниями публичных IaaS связано с решением следующих основных задач: разработка и тестирование ПО, высокопроизводительные вычисления и пакетная обработка данных, реализация публичных Web-сайтов и Web-приложений (в том числе тех, которые имеют архитектуру, не спроектированную изначально именно для облака), а также выполнение разного рода не критически важных для заказчика бизнес-приложений. То есть речь в основном идет о задачах, внешних по отношению к инфраструктуре организаций. Но в то же время уже сейчас видна тенденция, когда многие компании, особенно из сегмента среднего бизнеса, переносят из своих собственных дата-центров во внешние облака и основные для себя функции. Хотя пока решение об использовании IaaS относится к разряду тактических, многие организации уже пытаются выстраивать отношения с провайдерами, имея в виду долгосрочное партнерство. Между тем Gartner считает, что нынешний рынок находится в слишком “бурлящем” состоянии, чтобы делать какой-то стратегический выбор, и потому рекомендует новым заказчикам фокусироваться на поиске облачных провайдеров, которые лучше подходят в данный момент. Сегодня не редкостью являются случаи, когда одна компания работает с несколькими IaaS-поставщиками при решении различных своих задач.

Общий обзор рынка

Публичные облачные вычисления IaaS (далее — просто IaaS) обещают предоставить пользователям виртуальных машин (с заданным набором аппаратных ресурсов) в разделенном многоарендном пуле вычислительных мощностей провайдера. Организация IaaS подразумевает высокостандартизированное управление, что обеспечивает возможность автоматизации процессов и применение режима самообслуживания. В случае IaaS провайдер управляет самим дата-центром, размещенным в нем вычислительным оборудованием и слоем виртуализации. Но всё, что лежит поверх гипервизора — ОС, ПО промежуточного уровня и приложения, — относится к зоне ответственности потребителя, хотя функции управления этими средствами тоже могут быть переданы провайдеру или какой-то другой “третьей компании”.

IaaS пока еще нельзя отнести к разряду общепотребимых сервисов. Хотя предложения провайдеров вроде бы очень похожи между собой, на самом деле они порой существенно различаются по набору характеристик, в том числе по доступности, производительности, безопасности и обслуживанию.

Gartner выделяет три основные категории потребностей заказчика при работе с IaaS.

- Хостинг отдельного приложения и группы связанных приложений. Это наиболее часто встречающийся случай. Например, издательский дом реализует таким образом свой микросайт для работы с видеозаписями, софтверный разработчик размещает SaaS-предложение, розничный продавец создает пилотный вариант интернет-магазина в целях изучения спроса и т. д. Обычно это вполне “продуктивные” приложения (работающие в режиме промышленной эксплуатации), и все же тут есть значительная доля задач разработки и тестирования. Хотя некоторые компании используют хостинг и для критически важных нужд.

- Создание собственного виртуального дата-центра (VDC), используемого для широкого набора различных вычислительных задач. Вариант VDC пока применяется не очень часто, но его популярность быстро растет в среде среднего бизнеса, который хочет заменить свою традиционную серверную инфраструктуру на IaaS. В этом случае VDC обычно очень похож на работу с внутренней виртуализированной средой, которая ранее применялась в организациях для разработки ПО и эксплуатации второстепенных приложений, но при переходе в IaaS заказчики все чаще переносят туда более важные задачи.

- Пакетная обработка данных (batch computing). Пока она используется реже всего, но вариант этот довольно перспективен, и уже сейчас некоторые провайдеры ориентируются на предоставление именно такого рода услуг. В данном случае IaaS выступает как частный случай традиционных высокопроизводительных вычислений, в том числе grid-систем. Типичными задачами тут являются рендеринг, преобразование видео, разного рода научно-технические расчеты и математическое моделирование, аналитическая обработка данных и пр. Здесь обычно требуются вычислительные мощности в их традиционном понимании (процессор и память) за минимально доступную цену.

Что должны знать пользователи об IaaS

Представления о возможностях IaaS в среде потенциальных клиентов не всегда соответствуют реалиям, поэтому Gartner

обращает внимание компаний на ряд важных аспектов данной темы.

Один размер не может подойти для всех. Поскольку всё облачное направление ИТ-рынка еще находится в стадии формирования, потребности заказчиков еще очень далеки от стандартизации, а потому и предложения поставщиков довольно сильно различаются между собой. Это относится, в частности, к таким показателям, как доступность и производительность, и имеет результатом значительную сложность инфраструктуры приложений. Со стороны пользователей наблюдается больший разброс требований по безопасности и уровню самообслуживания. Многие провайдеры тем не менее придерживаются подхода “один размер для всех”, хотя на рынке растет и число таких, кто ориентируется на более узкий круг потребностей заказчиков.

IaaS-провайдеры в основном относятся к категории поставщиков “масштаба предприятия”. Хотя многие новые игроки на поле провайдера ориентируются на заказчиков из среды малого бизнеса, все же основной круг IaaS-поставщиков нацелен на средних и крупных клиентов или на технологические компании (например, онлайн-бизнес либо SaaS-сервисы). Соответственно традиционный подход к организации IaaS “низкая стоимость с приемлемым уровнем доступности и производительности” все больше смещается в сторону достижения очень высокой доступности, сильной защищенности, отличного обслуживания клиентов и предоставления дополнительных возможностей управления. К тому же созданные поначалу IaaS-системы обычно применялись для запуска новых, “настоящих облачных” приложений, архитектурно заточенных под работу в облаке. Сейчас же компании перемещают в IaaS без каких-либо изменений приложения, которые до сих пор работали на собственных виртуализированных серверах во внутренних дата-центрах.

На рынке можно наблюдать наличие разных вариантов приобретения центров для IaaS. Первопроходцами-пользователями на рынке IaaS были разработчики собственных сервисов. Они и сейчас остаются важной частью аудитории, но все же основная доля уже принадлежит бизнес-пользователям, которые располагают бюджетом организации и хотят снизить затраты, в том числе операционные, на ИТ.

Большинство IaaS-предложений включает возможности самообслуживания, в том числе для планирования загрузки вычислительных мощностей. Наличие таких средств обычно не снижает ИТ-затраты для тех компаний, у которых уже есть виртуализированная инфраструктура в собственных внутренних дата-центрах и соответствующая ИТ-команда. Поэтому для того, чтобы привлечь клиентов именно данным аспектом, IaaS-провайдеры должны предложить им что-то высококлассное, найти пути для повышения эффективности разного рода операций, например резервного копирования. В дополнение к самообслуживанию нужны развитые средства автоматизации операций, формирования отчетов и пр. Очень важным может оказаться API-доступ для управления инфраструктурой, это позволяет заказчикам, а также разного рода третьим фирмам-разработчикам создавать собственные средства управления своими платформами.

Использование облачных IaaS обычно не позволяет пользователям сэкономить деньги. Хотя многие компании исследовали возможности IaaS, имея в виду именно снижение своих затрат, все же большинство заказчиков приобретали эти сервисы с целью достижения более

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 20 ►

Восемь главных трендов развития ИТ в страховании

ЮРИЙ ИЛЬИН

На современном страховом рынке информационные технологии являются той движущей силой, которая позволяет страховым компаниям успешно взаимодействовать со все более требовательными и нетерпеливыми клиентами. Потребители, прекрасно разбираясь в технологических новинках и активно используя их в повседневной жизни, ожидают соответствующего технологического уровня обслуживания и от страховщиков. Согласно результатам опроса Accenture, 91% аналитиков страховой отрасли считают, что использование технологий является критически важным для деятельности страховых компаний. В то же время более половины из них оценивают текущий уровень технологий, используемых страховщиками, как “низкий” или “нуждающийся в улучшении”. Сегодня можно выделить восемь главных трендов, которые будут определять развитие ИТ в страховой отрасли в течение следующих пяти лет.

1. Платформы данных, обеспечивающие беспрепятственный доступ к информации. Уже сейчас страховщикам приходится работать с большими объемами данных, а в будущем эти объемы будут расти в геометрической прогрессии. Данные могут быть распределены по различным внутренним и внешним хранилищам во всех регионах мира. Перед страховыми компаниями встает задача максимально эффективного распределения имеющихся массивов, в том числе посредством облачных технологий в случае, если это позволяет требования безопасности и конфиденциальности информации. Обеспечение повсеместной возможности мгновенного доступа к данным с любого типа устройств значительно повысит эффективность работы страховщиков.

Для российских страховщиков указанный тренд приобретает актуальность в первую очередь в контексте построения интегрированных информационных сред, в рамках которых осуществляется взаимодействие с партнерами (брокерами, агентами, СТОА, ЛПУ, АК, НАЭБ) и клиентами. Возможность эффективного использования информации в рамках таких информационных экосистем позволяет, с одной стороны, сократить расходы на операционное взаимодействие с партнерами, а с другой — значительно увеличить скорость и качество обслуживания клиентов.

2. Инструменты аналитики для повышения эффективности бизнес-процессов и лучшего понимания потребностей клиента. Знания о клиенте, которые предоставляет прогнозная аналитика, особенно важны в условиях постоянно меняющихся клиентских предпочтений. Аналитика существенно повышает эффективность маркетинговых усилий, позволяя предлагать клиенту нужные продукты в нужное время, сокращая цикл продаж и увеличивая перекрестные продажи. Инструменты аналитики облегчают процесс внедрения новых продуктов. Прогнозная и поведенческая аналитика позволяет предсказать, какой отклик конкретный продукт получит у клиентов. В вопросе урегулирования убытков использование аналитики помогает своевременно диагностировать случаи страхового мошенничества.

Как и во всем мире, в России потребность в использовании мощных аналитических инструментов в страховании велика. Основная сложность — это низкое качество данных в системах-источниках. Не так часто можно увидеть централизованные полнофункциональные страховые системы, поддерживающие операции в online-режиме в масштабе всей стра-

ны. Чаще встречаются децентрализованные локальные инсталляции, связанные механизмом периодической репликации и обладающие весьма неэффективной защитой от ввода некорректных данных. Другое слабое место аналитики в России — отсутствие общих для всего страхового рынка инфраструктурных сервисов, дающих возможность вести учет и обмениваться ключевой информацией по договорам, убыткам и пр. Создание таких сервисов позволит качественно повысить технологическую зрелость рынка и обеспечит возможность для оптимизации расходов страховщиков.

3. Использование облачных вычислений. Облачные вычисления в страховой отрасли еще не сыграли той революционной роли, какую они уже сыграли в других отраслях. Причина такой задержки кроется в том, что страховщики нередко вынуждены использовать устаревшие ИТ-системы, которые не всегда просто перевести в облака. Однако ситуация постепенно меняется. Очевидно, наиболее значимым для страховщиков станет использование облачных моделей SaaS (“программное обеспечение как услуга”) и PaaS (“платформа как услуга”), которые обеспечивают страховым компаниям большую скорость, гибкость и масштабируемость, улучшают реагирование и позволяют оптимизировать процессы, например андеррайтинг.

Облачные вычисления на российском страховом рынке не так сильно распространены. Но именно облака могут стать платформой для создания общих инфраструктурных сервисов, упомянутых выше. Например, такие сервисы могут быть интересны в плане подготовки определенных видов отчетности. Сегодня в Европе идет непростая работа по формированию и внедрению требований Solvency II и рассматриваются варианты, при которых будет создана общая платформа для расчета набора показателей, необходимого для удовлетворения требований Solvency II. Аналогичные решения могут оказаться интересными и в области противодействия мошенничеству, а также в части обеспечения взаимодействия между различными участниками рынка.

4. Использование сервис-ориентированной архитектуры вместо сервер-ориентированной. Чрезмерно затратные и устаревшие системы являются основным барьером на пути страховщиков к построению эффективных бизнес-процессов. Для достижения своих бизнес-целей страховым компаниям придется перейти от использования архитектуры, ориентированной на сервер, к архитектуре, ориентированной на сервис.

Сегодня операции российских страховщиков часто поддерживаются монолитными системами, сочетающими в себе функции конфигурирования продуктов, тарификации, учета договоров, учета поступлений и платежей, работы с компенсационными выплатами, урегулирования убытков, перестрахования, а также бухгалтерского учета и отчетности. С другой стороны, по мере развития рынка и возникновения потребности во все более продвинутой функциональности по отдельным областям, таким как урегулирование убытков и управление комиссионным вознаграждением, перед страховщиками встанет выбор: развивать эту функциональность в рамках существующей монолитной системы или покупать отдельные специализированные решения и интегрировать их с основной системой. Для решения этой задачи сервис-ориентированная архитектура становится важным фактором.

5. Рефлексивные системы ИТ-безопасности, направленные на защиту наиболее уязвимых участков. Проблема защиты клиентских данных всегда находилась в центре внимания страховщиков, но сейчас, вследствие ужесточения нормативного регулирования и после ряда получивших широкую огласку скандалов с утечками данных, защита информации стала одним из главных приоритетов. По мере роста объемов данных обеспечивать должный уровень безопасности становится всё сложнее, а 100%-ные гарантии защиты данных представляются и вовсе нереальной перспективой. В этих условиях страховым компаниям разумней применять избирательный подход к безопасности, который позволяет обеспечивать дифференцированный уровень защиты для различных массивов данных. Для этого страховщикам необходимо выявить наиболее уязвимые участки и с помощью технологий обеспечить безопасность процессов, данных и инфраструктуры. Ком-

Аналитика существенно повышает эффективность маркетинговых усилий, позволяя предлагать клиенту нужные продукты в нужное время, сокращая цикл продаж и увеличивая перекрестные продажи. Инструменты аналитики облегчают процесс внедрения новых продуктов.

паниям также рекомендуется свести к минимуму влияние человеческого фактора, который является основной причиной утечек и брешей в безопасности.

По мере усложнения архитектур приложений российских страховщиков (внедрения централизованных систем, специализированных приложений и интеграции с системами партнеров) вопросы информационной безопасности будут становиться все более актуальными. Равно важными будут аспекты, касающиеся потенциальных внешних угроз, и проблемы, связанные с возможностью утечки данных из-за злоумышленных действий сотрудников самих страховых компаний.

6. Риск-ориентированный подход к защите конфиденциальных данных. Как и в случае с безопасностью, гарантировать 100%-ную конфиденциальность данных практически невозможно. Вместе с тем любые нарушения конфиденциальности могут иметь серьезные последствия. Страховщикам необходимо выявить участки наибольшей уязвимости и использовать риск-ориентированный подход в работе с данными клиентов.

Вопросы конфиденциальности данных стали приобретать особое значение для российских страховщиков с принятием Федерального закона № 152-ФЗ. С учетом же вступления России в ВТО и постепенного ужесточения требований, в том числе касающихся работы с персональными данными, российские страховые компании будут вынуждены реализовывать комплекс мер (как инфраструктурных, так и организационных), направленных на защиту конфиденциальных данных.

7. Социальные платформы как новые возможности для бизнес-аналитики и каналы коммуникации с клиентами. Потребители все более охотно делятся сво-

им опытом взаимодействия с компаниями в социальных сетях. Страховщики пользуются этим в своих целях, активно расширяя свое присутствие в различных социальных платформах, например в Facebook. Развитие социальных медиа открывает потенциальные возможности для увеличения продаж и улучшения качества клиентского обслуживания. Грамотная коммуникация в социальных сетях позволяет укрепить доверие и наладить прямой контакт между страховыми компаниями и их клиентами.

Российские страховщики делают первые шаги в социальных сетях. Пока трудно судить об эффективности их присутствия в Facebook и других платформах. Сегодня это присутствие, как правило, ограничивается предоставлением информации. Рынок пока еще не определил наиболее эффективную модель использования потенциала социальных сетей. Однако с учетом стремительно растущей популярности социальных платформ и увеличением объема персональных данных, добровольно предоставляемых пользователями, интерес к использованию социальных сетей среди страховщиков будет нарастать.

8. Совершенствование клиентского сервиса посредством использования мобильных, видео- и игровых технологий. Дизайн бизнес-процессов всегда создавался исходя из соображений оптимизации и сокращения затрат. В будущем же главным фактором станет обеспечение наилучшего клиентского опыта. Мобильные технологии сегодня являются главным направлением развития. По прогнозам, к 2020 г. количество мобильных телефонов в мире возрастет до 3 млрд., а количество сделок, совершаемых при помощи мобильных устройств, — до 450 млрд. Распространение смартфонов и планшетов заставляет страховые компании задуматься о том, как использовать их во внутрикорпоративном взаимодействии и в отношениях с клиентами. Кроме того, в клиентском обслуживании могут применяться видео- и игровые технологии. Видеотехнологии обеспечивают наглядность информации, а через игровые приложения можно информировать клиентов о новых продуктах более эффективно, нежели посредством рекламы и других традиционных каналов коммуникации.

Многие российские страховщики уже имеют мобильные решения, реализующие функции предоставления информации о продуктах, адресах отделений и центров урегулирования, уведомления об убытке и т. д. Очевидно, функциональность и востребованность этих приложений будет только нарастать. Возможно появление продуктов, работающих по принципу pay as you drive и эксплуатирующих мобильные технологии при поддержке GPS/ГЛОНАСС. Если программа развития ГЛОНАСС будет реализована в полном объеме и в автомобилях в обязательном порядке установят соответствующую “черную коробку”, страховщики смогут получить колоссальный объем информации, который может быть использован для более точной тарификации с учетом характера вождения автомобиля, а также для более эффективного расследования случаев ДТП и урегулирования убытков.

Каждый из перечисленных трендов важен сам по себе, но для извлечения максимальной выгоды от применения новых технологий страховщики должны разработать интегрированный подход. Здесь особенно важна роль ИТ-руководителей, которым предстоит выработать полноценную стратегию реагирования на изменения рынка. Использование всего комплекса технологий повысит как эффективность страховых компаний, так и удовлетворенность клиентов их услугами. □

Автор статьи — старший менеджер финансовой практики Accenture.

Индустрия контакт-центров становится отраслью экономики

Контакт-центры (КЦ) в последние годы демонстрируют весьма устойчивый рост. В некоторых областях Центральной России они стали основными работодателями, далеко опередив самые известные в недалеком

ИНТЕРВЬЮ прошлом промышленные предприятия. КЦ базируются на современных информационных технологиях и давно уже представляют собой места сосредоточения молодых специалистов. О нынешнем дне российских контакт-центров, о трехсотмиллионной зоне КЦ вокруг Москвы, о SaaS-технологиях на службе госсектора в интервью научному редактору PC Week/RE Петру Чачину рассказал Сергей Снягин, генеральный директор фирмы «ТелекомЭкспресс». Это молодое предприятие сегодня является одним из самых современных аутсорсинговых контакт-центров в стране.

PC Week: Что такое, на ваш взгляд, мир контакт-центров — отрасль экономики, направление техники, образ жизни или что-то еще?

СЕРГЕЙ СНЯГИН: Существуют два основных вида контакт-центров — внутрикорпоративные («домашние», in house) и аутсорсинговые (АКЦ). Если мы говорим о «домашнем» КЦ, то этот инструмент, вне зависимости от его размеров, в экономике своего владельца либо занимает очень небольшую позицию, либо вообще представляет собой затратный механизм.

С другой стороны, АКЦ, я полагаю, уже можно рассматривать как отрасль экономики. Это — большой рынок со значительным количеством игроков. Здесь очень жесткие бизнес-процессы, серьезная система управления, постоянное взаимодействие с клиентом не по основной услуге, как в случае с «домашним» КЦ, а именно по той, которую оказывает конкретный контакт-центр конкретному заказчику.

Если обратиться к зарубежным реалиям, то в США, например, КЦ предоставляют более 3 млн. рабочих мест и являются существенной отраслью экономики. Услуги сервисного информационно-справочного обслуживания здесь вынесены в отдельный бизнес. Это позволяет предприятиям концентрироваться на своем профильном бизнесе и контролировать качество услуг КЦ с помощью согласованных стандартов.

Думаю, что и в России развиваются те же тенденции: аутсорсинговые контакт-центры растут, увеличивают число рабочих мест в регионах, платят налоги в местные бюджеты и становятся заметной отраслью национальной экономики.

PC Week: Каковы масштабы российского рынка аутсорсинговых контакт-центров?

С. С.: Сегодня на этом рынке действует порядка двух-трех сотен КЦ и его объем в денежном выражении, по данным Национальной ассоциации контакт-центров и агентства РБК.research, составляет 5 млрд. руб. в год. Он растет приличными темпами, примерно на 10—15% в год. А в 2010-м вырос на 19%. И на 8—10% ежегодно увеличивается количество рабочих мест в контактных центрах за счет создания новых и наращивания емкостей старых КЦ. Крупные же игроки теперь нередко ориентируются на офшоринг, то есть открывают новые рабочие места не в России. Стоит отметить также, что тройка лидеров рынка АКЦ генерирует 40% общей выручки.

PC Week: Каковы доли «домашних» и аутсорсинговых КЦ?



Сергей Снягин

С. С.: Доля АКЦ примерно 23%, всё остальное — это сегмент «домашних» КЦ, который включает в себя как огромных монстров, так и небольшие контакт-центры организаций. Сегодня смещение идет все-таки в сторону АКЦ, потому что держать собственный КЦ не очень рентабельно. В Америке практически нет «домашних» контакт-центров, там КЦ считается отдельной услугой, отдельным сервисом.

Люди, которые работают в АКЦ, обладают довольно узкой экспертизой, они знают именно это направление как бизнес. Поэтому сегодня тем, кто занимается своим профильным бизнесом в любой сфере экономики, проще отдать обслуживание своих собственных клиентов на аутсорсинг и контролировать оказание этой услуги с помощью тех инструментов, которые являются очень прозрачными как в плане отчетности, так и в плане удовлетворенности своих конечных пользователей.

Удерживающим фактором в данном случае является боязнь отпустить своих клиентов на обслуживание сторонней организации. Есть такое ложное представление, что если своих клиентов вы обслуживаете сами, то вы делаете это хорошо, но при этом топ-менеджеры компаний забывают, что они точно так же контролируют свои собственные контактные центры не лично, а через дистанционные каналы наблюдения, с помощью отчетов, формализованных встреч, каких-либо записей разговоров. Все то же самое сохраняется и при использовании АКЦ. Более того, сейчас некоторые АКЦ, в том числе и наш, предлагают такую услугу, как «Личный кабинет». Это дает возможность заказчикам дистанционно через веб-канал просматривать отчетность по своему проекту в онлайн-формате.

PC Week: Какова маржинальность аутсорсинговых КЦ?

С. С.: Это низкомаржинальный бизнес, маржа здесь колеблется в пределах 5—20%, потому что основные затраты приходятся на зарплаты операторов, каналы связи и аренду помещений. Самый дорогой ресурс АКЦ — конечно же человек. От 60 до 70% стоимости одного звонка уходит на зарплату оператора.

Чем жестче вы контролируете операционные бизнес-процессы внутри КЦ, тем выше вероятность того, что вы останетесь в прибыли. Если в «домашнем»

контактном центре, который априори является убыточным подразделением, вы можете позволить себе какие-то послабления, то здесь нет. Здесь операционный контроль должен проходить на ежедневной основе.

Для этого, конечно, должна быть соответствующая начинка программно-аппаратного комплекса, который позволяет контролировать работу вплоть до каждого конкретного оператора. И если у вас налажены эти процессы контроля и вы их соблюдаете, то можно говорить о том, что АКЦ работает в условиях, близких к идеальному. Тогда можно приблизиться к маржинальности 20%.

PC Week: Какова география размещения КЦ? Просматривается ли тренд офшоринга и чем он объясняется?

С. С.: Тенденция к «географии» пошла с начала этого века, когда все КЦ начали считать затраты и стали переходить из столиц в регионы. Причем началось все это с одного крупного «домашнего» КЦ, но сейчас абсолютно все контакт-центры перемещают свои ресурсы в регионы.

Существует так называемая 300-мильная зона вокруг Москвы, и в ней сегодня располагается подавляющее большинство КЦ. Эти триста миль не случайно сложились, они связаны с тем, что цена ресурсов в этой зоне намного ниже, чем в Москве, и в то же время располагаются они не очень далеко. И это означает оптимизацию затрат на управление этими КЦ.

Грубо говоря, если ваш контакт-центр находится в Калуге, в 200 км от Москвы, то вы можете позволить себе раз в неделю или раз в месяц ездить туда и контролировать лично. Вы также можете предоставлять своим клиентам возможность посетить ту площадку, на которой обслуживаются их клиенты.

Тем не менее тенденция региональной перегрузки сегодня коснулась всех КЦ — и «домашних», и аутсорсинговых. Но сейчас уже появилась тенденция по организации площадок не в России, а в сопредельных государствах. Например, на Украине находится самый лакомый кусок, потому что в двух столицах — Киеве и Москве — цена оператора различается в два с половиной раза. То же касается и регионов. Поэтому если свой КЦ вы переносите в сопредельные государства, то получаете солидную экономию, и многие КЦ идут по этому пути.

Но и украинцы идут «навстречу»: если россияне ищут на Украине ресурсы, то украинцы в России ищут клиентов. Рынок КЦ на Украине уже весьма велик и составляет примерно 30 млн. долл., то есть он в пять раз меньше.

PC Week: Каковы гендерный состав КЦ и возрастная структура персонала? Действительно ли это «девичье царство»?

С. С.: Девушки составляют 70% персонала, а 30% — это юноши. Но в 90-е юношей было 10%, сейчас же состав изменится примерно на 10% каждые 10 лет.

PC Week: Назовите, пожалуйста, технологические тренды развития КЦ.

С. С.: Абсолютное большинство КЦ сегодня используют стандартный набор в аппаратно-программном комплексе. Это — телефонная платформа с записью звонков и стандартный IVR. Но, например, 20—25% КЦ в России уже применяют технологии синтеза и распознавания речи — и это не очень много. За рубежом данная цифра достигает 80%, в России же это направление только набирает обороты.

Причем речь уже идет не о банальном общении оператора и абонента, а о функ-

ции свободной грамматики. Это когда абонент строит свою речь в свободном формате, а система распознает ее по ключевым словам, передает запрос в базу данных, кодирует его, получает и оцифровывает ответ, переводит цифру в голос и выдает абоненту голосовую фразу, причем все это происходит в режиме онлайн.

Далее надо сказать о CRM: крупные «домашние» КЦ имеют встроенные CRM-приложения. Зачем? Для того чтобы наращивать и сохранять информацию о своих отношениях с конечными потребителями. Наличие системы CRM в АКЦ сегодня скорее исключение, чем правило, потому что такие контакт-центры работают с разными заказчиками, у которых есть различные сегменты клиентов.

Следующая тенденция — это социальные сети. Редкий сайт, редкая программа в наше время обходятся без выхода в Twitter или Facebook, «ВКонтакте» и так далее. С точки зрения интеграции самое главное — это мониторинг социальных сетей, поэтому сегодня у нас в разработке находится проект системы мониторинга, которая позволит заказчикам отслеживать профильные сообщения в социальных сетях.

PC Week: Применяются ли в России технологии «КЦ по запросу» (SaaS)?

С. С.: Эти технологии могли бы быть весьма востребованы в госсекторе. Сегодня каждый субъект федерации должен иметь многофункциональный центр (МФЦ) по предоставлению государственных услуг, там принимают граждан лично либо обслуживают через контактный центр. Но в силу ограничения бюджета в таком МФЦ создается от силы три-четыре рабочих места!

Мы обнаружили, что это число не зависит от населенного пункта, сезонной нагрузки или рекламной активности; в результате они не справляются с той нагрузкой, которая на них сваливается. А на базе SaaS можно сделать очень простое решение для всех МФЦ.

Любой АКЦ, предоставляющий SaaS, может предложить услугу по обработке всех вызовов на своей платформе; более того, на эту платформу можно было бы поставить рабочие места, обучить и посадить там операторов, которые будут принимать звонки, а обработка этих звонков может делаться на платформе КЦ, где бы он ни располагался.

Мы так обслуживали калужский МФЦ на своей платформе, при этом заказчик получал всю отчетность, работал в рамках показателей эффективности, а самое главное, нагрузка могла быть любой, потому что в данной ситуации КЦ может подключить сколько угодно своих операторов. То есть ни один звонок не пропадет.

PC Week: Легко ли создать КЦ с нуля?

С. С.: Начинать с нуля сложно. Но при желании все можно сделать — это зависит от «локомотива» и от той команды, «вагонов», которые с тобой движутся. Если вы хотите создать АКЦ, первое, что нужно сделать, — это собрать команду профессионалов. Команду, в которой каждый будет знать свое место: кто-то отвечает за ИТ-интеграцию, кто-то за подбор рабочих мест, кто-то за персонал, кто-то за каналы связи, кто-то за эргономику, экономику и пространство.

Самое главное, чтобы все эти люди работали в рамках календарного плана-графика. Когда мы начинали строить АКЦ, в нашем плане-графике присутствовало примерно 1500 строк. В 2010 г. мы реализовали единственный проект по построению КЦ такого масштаба, который был построен в стране. РЖД — наш якорный клиент. Сейчас мы наращиваем присутствие и других клиентов в нашем портфеле, их у нас порядка сорока.

PC Week: Спасибо за беседу.

О СМЭВ - на пальцах

ДЕНИС ВОЕЙКОВ

Большинству наших соотечественников, следящих за информатизацией государства, четырехбуквенную аббревиатуру СМЭВ расшифровывать уже не нужно. За последнее время о системе межведомственного электронного взаимодействия на всех уровнях было сказано очень много, а Минкомсвязи считает ее запуск одним из своих главных достижений в принципе. Однако, как показывает практика, зачастую даже, казалось бы, профессионалы ИТ-отрасли, что называется, слышали звон, но не знают, откуда он, поэтому и разработчикам программных продуктов, и чиновникам все еще приходится регулярно объяснять на пальцах элементарные вещи и отвечать на простые вопросы.

ГОСПРОЕКТЫ

но взаимодействия на всех уровнях было сказано очень много, а Минкомсвязи считает ее запуск одним из своих главных достижений в принципе. Однако, как показывает практика, зачастую даже, казалось бы, профессионалы ИТ-отрасли, что называется, слышали звон, но не знают, откуда он, поэтому и разработчикам программных продуктов, и чиновникам все еще приходится регулярно объяснять на пальцах элементарные вещи и отвечать на простые вопросы.

Сущность СМЭВ

В апреле компания “Электронные офисные системы” (ЭОС) провела традиционную партнерскую конференцию “Весенний документооборот”. Теме СМЭВ на этом мероприятии закономерно было отведено особое место. Открывая конференцию, председатель совета директоров ЭОС Владимир Баласанян отметил, что в настоящее время политическая воля государства проявляется в планомерном движении ко все большему использованию электронных документов, а также в реализации программы “Информационное общество”. По его словам, вплоть до последнего времени СЭД были своеобразными игрушками для государственных структур и корпораций, которые по своему разумению и понятию автоматизировали с их помощью работу с документами, при этом за пределы этих организаций электронные документы не выходили — речь шла лишь об автоматизации внутренней деятельности. Первым реальным и практическим шагом ухода от этой модели и стало создание СМЭВ, чтобы федеральные органы власти наконец-то отказались от бумажной переписки друг с другом.

Задачу объяснить простым языком, что же такое СМЭВ, на себя взял первый заместитель генерального директора компании ЭОС Юрий Назаров, потому что, по его признанию, практика общения с партнерами и потребителями за последние полгода показала, что “в сознании людей на эту тему каша”. Причем практический смысл своего выступления г-н Назаров обосновал глубоким убеждением в том, что СЭД должны являться неотъемлемой частью системы оказания госуслуг, а то, что сейчас это далеко не всегда так, — некое недоразумение, которое профессионалам отрасли придется исправлять.

По словам г-на Назарова, разговор о СМЭВ нужно начинать с 210-ФЗ “Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг” от 27 июля 2010 г. Он достаточно обширен; вряд ли его кто-то читал целиком, но в нем важно понимать две принципиальные вещи: он изменил организацию процесса оказания госуслуг и преобразовал технологию этого процесса. Раньше, когда у соискателя услуги появлялась в ней потребность (например, он хотел получить новый загранпаспорт или открыть детский садик), он начинал ходить по множеству разнообразных ведомств и собирал документы (справки), у которых были подписи, печати и они имели определенную форму. После сбора человек приходил в ведомство, где данные подвергались некоему анализу, затем происходило принятие решения об оказании услуги или отказе в ней, и потом это решение сообщалось соискателю.

210-ФЗ запретил государству требовать от соискателя те данные, которые находятся в ведении самого государства, — мы получили организационное изменение. Теперь у соискателя возникает потребность в услуге, о которой он заявляет государству, после чего сбор данных (то, чем раньше занимался человек) выполняет чиновники. По мнению г-на Назарова, это принципиальное ограничение очевидно носит антикоррупционную направленность, это удивительно, но факт.

В принципе, чиновникам этим можно было бы и ограничиться, но разработчики закона пошли дальше и потребовали, чтобы сбор данных выполнялся строго в электронном виде. При этом соискатель имеет право обращаться к государству не только лично, как раньше, но и через портал госуслуг. Тем самым федеральное законодательство радикально трансформировало отношения между государством и человеком. Сам процесс оказания услуг, его этапы (потребность, сбор, анализ, принятие решения, ответ) не изменились. Изменился способ достижения целей.

Что же касается преобразования технологии процесса, то здесь г-н Назаров приводит следующие объяснения. Раньше человек собирал данные в виде справок. После того как органы госвласти обязали получать их в электронном виде, сразу возник ряд вопросов. С точки зрения существовавшей юридической практики новая система была нелегитимна, так как не оперировала привычными материальными носителями. Имея на руках вещественное решение какого-либо органа, человек всегда легко мог его опротестовать. Теперь в его распоряжении оказываются только некие загадочные файлы. Осознание данной проблемы, по словам г-на Назарова, и привело к образованию двух конструкций: портала госуслуг и собственно СМЭВ.

С точки зрения технологии процесса человек теперь оформляет заявку на портале, портал вычисляет ответственные ведомства и через СМЭВ передает в них данные. Затем ведомства опять же через СМЭВ направляют запросы в другие ведомства, собирая необходимые данные, после чего принимается решение и соискатель получает ответ либо непосредственно на портале, либо, если решение носит материальный характер (лицензия, загранпаспорт), он отправляется в ведомство за результатом. Портал в данном случае совмещает в себе удобство пользования и юридическую легитимность.

Кроме того, когда соискатель подает заявку, его нужно идентифицировать, потому что его заявление является юридическим актом, и у портала для этого есть соответствующие технические средства.

Что касается СМЭВ, то, по уверению г-на Назарова, если читать разнообразную документацию по данному вопросу, то придется окупиться в огромный поток информации, в то время как фактически задач у системы всего две: юридическое обеспечение транзакций в процессе оказания госуслуг и сохранность персональных и коммерческих данных.

Выглядело это следующим образом. По сети должны были начать циркулировать существенные массивы данных. Очевидно, что все ведомства самостоятельно защитить их не могли. Эту задачу взяла на себя СМЭВ. В ней данные передаются

как документ, подписанный электронной подписью ответственного лица ведомства, а также подписью самого ведомства (полный аналог бумажного документа — подпись чиновника плюс печать). При этом немаловажно, что в СМЭВ в процессе обмена данных ведется полный протокол, который содержит информацию обо всех транзакциях.

Технически взаимодействие поставщиков данных со СМЭВ организовано в виде веб-сервисов. На сегодня существует два варианта: синхронный веб-сервис, когда ответ следует за запросом моментально, и асинхронный, когда первичный ответ сопровождается возвратом некой квитанции, а за окончательным ответом нужно обращаться позже, предъявляя эту квитанцию.

Ну что ж, все действительно просто.

Кто за что отвечает

По всей видимости, чиновники, занимающиеся информатизацией, вышеописанную сущность СМЭВ представляют себе достаточно хорошо. Однако и у них периодически возникают закономерные вопросы.

Во второй декаде мая в Москве в Экспоцентре проходил

III международный форум “Электронное правительство в России 2012”, где на пленарной части федеральные чиновники достаточно долго распространялись о своих успехах, одним из которых был назван запуск СМЭВ. В зале в этот момент находились преимущественно люди из регионов, и в какой-то момент один из гостей поинтересовался, а кто же конкретно в конечном итоге за СМЭВ отвечает. Дескать, когда раньше создавались са-

молеты, все точно знали фамилии Илюшин, Антонов и т. д. В рассматриваемом же проекте ответственные лица неизвестны, спрашивать не с кого, а спросить, по мнению выступающего, можно было бы многое. Потому что, в его понимании, с инженерной точки зрения проект не лезет ни в какие рамки — такое ощущение, что люди вообще не знают, что такое промышленная автоматизация, трехзвенная архитектура и т. д.

Отвечая на эту реплику, председательствовавший на форуме заместитель министра связи и массовых коммуникаций Илья Массух не смог скрыть своеобразную обиду. По его замечанию, упомянутые самолеты у нас, к сожалению, до

сих пор падают, хотя отлично разработаны, с полным соблюдением документации. А вот российское электронное правительство сейчас развивается и принимается на международном уровне как стандарт.

Переходя к существу вопроса, г-н Массух объяснил, что с точки зрения архитектуры и взаимодействия ведомств за техническую составляющую создания портала госуслуг и СМЭВ, за подключение к ней ведомств, за единую технологическую политику (чтобы на стыках не возникало утечки данных) отвечает Минкомсвязи. Ведомства, в свою очередь, занимаются

предоставлением услуг и создают свои собственные информационные системы. И здесь лично г-н Массух выступает как сторонник предоставления ведомств независимости — никакое министерство не должно лезть в существующие бизнес-процессы; внутри ведомства по закону есть руководитель, который за эти процессы и несет ответственность.

С точки зрения методологии за потоки данных (какие данные, какому ведомству предоставлять, как это организовать и пр.) отвечает Минэкономразвития. И на

правительственном уровне (а есть еще множество межведомственных вопросов) есть две структуры: комиссия по внедрению ИТ и подкомиссия этой комиссии. Первая рассматривает концептуальные вопросы, вторая — технические.

Как выразился в заключение г-н Массух, слава богу, что в СМЭВ нет какого-то одного человека, который бы являлся неким главным конструктором.

Присутствовавший в президиуме форума вице-президент по инновационному развитию компании “Ростелеком” Алексей Нащекин также посчитал нужным прокомментировать реплику из зала. Отметив, что за такое понятие, как “инфраструктура электронного правительства” (часть которой имеет прямое отношение к СМЭВ), ответственность несет его организация, г-н Нащекин указал на то, что в нем существует и системный проект, и техническое задание, и технический проект, и главный архитектор, и главный конструктор. Также у “Ростелекома” есть и базы данных, и серверы приложений, и тонкие клиенты, и облака, и очень толковые разработчики, которые иногда просто творят чудеса. А вот идиотов, которые не знают трехзвенную архитектуру, по словам г-на Нащекина, в его команде нет.

Как говорится, простые вопросы — доходчивые ответы.



Юрий Назаров: “За последние полгода, когда я разговаривал с нашими партнерами, потребителями, с людьми, которые занимаются оказанием услуг, выясняется, что в сознании населения на тему СМЭВ великая каша”



Алексей Нащекин: “Вы не поверите, но у нас есть и системный проект, и технический проект, и главный архитектор, и главный конструктор. А вот идиотов у нас нет”



Илья Массух: “Слава богу, что в СМЭВ нет какого-то одного человека, который бы являлся неким главным конструктором”

Мировой рынок...

▶ ПРОДОЛЖЕНИЕ С С. 17

высокой гибкости или для получения инфраструктурных возможностей, которых у них не было в собственных дата-центрах. IaaS дает определенную экономию средств, когда заказчики решают краткосрочные, сезонные задачи, нуждаются в пакетной обработке или когда требуется быстрое восстановление после аварий. Эти сервисы также могут стать благом для компаний с ограниченными капиталами, для малого бизнеса, особенно стартапов. Для крупных предприятий, имеющих собственные дата-центры и обслуживающие их ИТ-подразделения, IaaS в режиме статичного распределения вычислительных нагрузок обычно не позволяет снизить расходы, более того, может даже оказаться более дорогостоя-

щим, чем внутреннее частное облако. В то время как провайдеры постоянно борются за повышение своей эффективности и автоматизация самообслуживания позволяет снизить стоимость управления инфраструктурой, все же пока это не приводит к заметному уменьшению затрат заказчиков в целом.

Рынок IaaS является довольно сложным и быстрорастущим, оставаясь при этом весьма незрелым. Варианты сервисов значительно различаются, поэтому нужны дополнительные усилия для изучения реальных возможностей предложений на рынке. Динамично развиваются и сами сервис-провайдеры, многие из которых обновляют свои предложения ежемесячно. Поставщики в большинстве своем имеют амбициозные планы, но реализовать их — дело не очень простое в условиях быстрой эволюции этого рынка.

“Российский рынок CRM самый быстрорастущий в Восточной Европе”

В Москве прошла конференция *Terrasoft Customer Forum*, которую посетил **Эд Томпсон**, вице-президент фирмы *Gartner* и ведущий аналитик по тематике CRM (*Customer Relationship Management* — управление

ИНТЕРВЬЮ взаимоотношениями с клиентами). Он рассказал участникам форума о результатах последних исследований, указывающих на важность формирования у клиента позитивного опыта взаимодействия с компанией. Так, по оценке *Gartner*, 86% людей даже готовы доплачивать за лучший потребительский опыт, а между тем компании зачастую недооценивают важность этого фактора. **Г-н Томпсон** в ходе интервью, которое он дал научному редактору еженедельника *PC Week/RE* **Елене Гореткиной**, поделился последними данными о развитии рынка CRM в мире и в России.



Эд Томпсон

рого на данный момент составляет порядка 600 млн. долл.

PC Week: Как сейчас развивается мировой и российский рынок CRM? Удалось ли преодолеть последствия кризиса?

ЭД ТОМПСОН: В 2011 г. мировой рынок CRM вырос на 13,5%, до 12,6 млрд. долл., а российский — на 30%, до 120 млн. долл. Сюда входят затраты заказчиков на покупку лицензий на ПО, техподдержку и подписку. Но гораздо больше расходов приходится на профессиональные услуги — 50 млрд. долл. В текущем году глобальный рост, по прогнозу, составит порядка 9%, а в вашей стране — по-прежнему 30%. Что касается географического распределения, то около половины рынка приходится на США, 40% — на Европу, включая Россию, и 10% на Азию.

Хотя в целом рынок CRM увеличивается, его развитие происходит неравномерно. Периоды бурного роста сменяются серьезным спадом. Так, в 1999/2000 гг. был очень активный подъем — на 100% в год, но вскоре — в 2001—2003 гг. последовал спад, и объем продаж упал на 38%, затем начался рост, который продолжался до 2008-го. Но в результате экономического кризиса в 2008-м подъем прекратился. Сейчас положение улучшается, однако рынок CRM еще не вернулся к докризисному уровню, хотя до этого осталось совсем немного.

PC Week: Обычно экономический кризис не проходит бесследно. Как он отразился на сегменте CRM? Что изменилось?

Э. Т.: После кризиса быстрее стали развиваться экономики стран Азии — Китая, Малайзии, Индии, а поскольку расходы на CRM всегда коррелируются с экономическим развитием, в этих странах стал расти спрос на CRM. Именно по этой причине в России тоже наблюдается подъем рынка CRM, самый быстрый в Восточной Европе.

PC Week: Какова структура рынка? Можно ли его считать консолидированным?

Э. Т.: Рынок еще далек от консолидации, хотя почти 60% его занимают ведущие вендоры. Самая большая доля у SAP (18,3%), далее следуют Salesforce.com (17%), Oracle/Siebel (15,9%) и Microsoft (7,1%). Остальную часть рынка делят 450 вендоров. И это количество практически не меняется, так как ежегодно примерно 25 вендоров покидают рынок, поскольку их покупают или они просто разоряются, и каждый год появляется столько же новых игроков, которые находят новые ниши. Например, в области ПО для мониторинга социальных каналов сейчас работает 260 компаний, потому что это растущий рынок, объем кото-

PC Week: В каких отраслях преимущественно применяется CRM? Произошли ли изменения в последнее время?

Э. Т.: Особых изменений не наблюдается. Основными пользователями CRM остаются банки, страховые компании, учреждения здравоохранения, отрасль высоких технологий, розничные фирмы, автодилеры. Но есть отрасли, в которых мало применяется CRM. В качестве примера можно привести добычу полезных ископаемых. Там работают главным образом монополисты, у них небольшое количество клиентов, и они не особенно нуждаются в CRM.

PC Week: Какие компании являются основными пользователями CRM — крупные, средние или малые? Есть ли изменения?

Э. Т.: Тенденция состоит в том, что по мере развития рынка CRM расширяется круг покупателей таких систем: сначала их приобретают крупные компании, потом средние и, наконец, небольшие. В мире на долю крупных заказчиков приходится порядка 70% рынка CRM, а в России этот показатель сейчас составляет 90%.

В ноябре прошлого года я был в Москве, перед этим, в октябре, в Киеве, встречался с представителями крупных банков, компаний по продаже потребительских товаров и автомобилей, телекоммуникационных фирм. Специфика российского рынка связана с распределением расходов на CRM по направлениям деятельности, для управления которыми приобретаются такие системы. Сейчас преобладают инвестиции в CRM для продаж, затем следует обслуживание клиентов, потом маркетинг и электронная коммерция. Такая ситуация была в США десять лет назад, а сейчас она изменилась: на первое место вышло обслуживание клиентов, а продажи — на втором.

PC Week: По каким направлениям расширяется функционал CRM — бизнес-аналитика, управление бизнес-процессами и т. д.?

Э. Т.: Основными новыми направлениями для CRM являются бизнес-аналитика, социальные и мобильные технологии. Это тенденция рынка, и ваша страна от них не отстает. Например, я знаю две российские компании, которые раздали сотрудникам более пяти тысяч iPad'ов для работы с CRM.

Но на все эти новые технологии пока приходится только 20% рынка, а остальную долю занимают классические функ-

ции CRM по организации маркетинговых кампаний, автоматизации обслуживания заказчиков и взаимоотношений с клиентами. Правда, доля новых направлений постепенно увеличивается, но не очень быстро.

PC Week: Как последние ИТ-тенденции — Big Data, мобильные и облачные технологии — влияют на рынок CRM?

Э. Т.: Безусловно, все эти тренды оказывают огромное влияние. Сейчас в мире 34% продаж CRM приходится на облачные технологии, в России — около 10%. При этом на глобальном уровне распределение по разным направлениям выглядит следующим образом: в области автоматизации продаж более 50% CRM-систем являются облачными, в сфере обслуживания заказчиков — 20%, маркетинга — 20% и электронной коммерции — 30%. И хотя сейчас облачные технологии занимают лишь примерно одну треть рынка CRM, по темпу роста этот сегмент втрое опережает сектор традиционных систем. По нашему прогнозу, к 2020 г. более половины рынка CRM будет приходиться на облачные технологии.

Что касается проблемы “больших данных” (Big Data), то ее решение на рынке CRM только начинается. Из числа пользователей CRM этот вопрос больше всего волнует мобильных операторов, которые хранят много информации о каждом клиенте. За последние три-четыре года объем данных у них увеличился в тысячи раз. Относительно общей тенденции, касающейся объема данных, я разделяю оценку Эрика Шмидта из компании Google, который сказал, что каждые два дня мы производим больше информации, чем производилось с начала компьютерной эры до 2003 г.

PC Week: По некоторым оценкам, в России степень проникновения CRM на предприятия не превышает 10–15%. Каков этот показатель для мирового рынка?

Э. Т.: На мировом рынке системы CRM используют 95% крупных корпораций с доходом свыше одного миллиарда долларов, т. е. почти все. Среди средних компаний таких порядка 60%, а среди малых — не более 25%. В России степень проникновения ниже, но, по нашим оценкам, 70% крупных российских компаний уже применяют ту или иную систему CRM. Следует отметить, что сейчас на рынке предлагается более 120 CRM-систем, различающихся по функционалу, стоимости и направлениям деятельности, которые они автоматизируют.

Если взять все CRM-продукты, которые есть в мире, то порядка 60% из них являются коммерческими, а остальные 40% — самописными. Но постепенно доля первых увеличивается, а вторых сокращается. В России доля самописных систем несколько выше, чем в среднем по миру, и сейчас соотношение составляет примерно 50 на 50. Но, скорее всего, эта картина изменится, потому что такова общая тенденция. Ведь десять лет назад во всем мире было более 70% самописных и лишь 30% — коммерческих.

Когда мы говорим о степени проникновения, то речь идет только о коммерческих продуктах. А в России крупные компании зачастую сами пишут CRM-системы, так как считают свои приемы ведения бизнеса уникальными и хотят строить софт “под себя”. Небольшие компании тоже кое-что пишут для автоматизации взаимоотношений с заказчиками, но в основном используют электронную почту и базу данных. Так что

покупателями коммерческих CRM-систем преимущественно являются средние компании.

PC Week: Компания Gartner оценивает соотношение успешных и неудачных CRM-проектов. Как вы получаете эти оценки? Каковы основные причины провалов — технологии, конечные пользователи, организационные проблемы?

Э. Т.: Сначала рассмотрим, что такое удачный проект. Обычно считается, что это проект, который завершился вовремя, без выхода за рамки бюджета и в соответствии с поставленными задачами. По нашим данным, порядка 90—95% CRM-проектов отвечают этим условиям.

Но чтобы узнать, действительно ли ИТ-решение помогло повысить эффективность бизнеса, следует спросить у предприятий, внедривших такой проект, смогли ли они благодаря этому подстегнуть продажи, увеличить степень удовлетворенности клиентов, снизить стоимость их обслуживания, привлечь новых заказчиков, улучшить реакцию на маркетинговые кампании. Другими словами, удалось ли сократить расходы и повысить доходы. Анализ таких ответов показывает, что число успешных проектов сильно зависит от направлений деятельности, для которых внедряется этот софт.

По нашим оценкам, в области обслуживания клиентов порядка 80% CRM-проектов являются успешными, в сфере электронной коммерции этот по-

Каждые два дня мы производим больше информации, чем производилось с начала компьютерной эры до 2003 г.

казатель достигает 95%, а среди проектов для маркетинга — 60—70%.

Но среди CRM-проектов для автоматизации продаж менее 30% являются удачными, а более 70% не приносят положительного эффекта. Эти данные получены путем опроса продавцов, большинство из которых ответили, что внедрение CRM не улучшило их работу. Причина здесь, скорее всего, чисто психологическая. Специалисты по продажам хотят, чтобы ценились именно их личные качества и опыт, а не технологии.

Это говорит о том, что нельзя полагаться только на опросы, следует использовать и другие метрики. Например, можно узнать, сколько времени требуется продавцу, чтобы продать тот или иной продукт. Если провести такие расчеты, то окажется, что и в области продаж CRM-системы прекрасно работают. Однако для этого нужно убедить продавцов использовать этот инструмент, а они обычно не хотят, чтобы за ними наблюдали и их контролировали.

Таким образом, проблема с внедрением CRM связана не с технологией, а с методами оценки успешности проектов, организационными вопросами и человеческим фактором. Если взять департаменты обслуживания клиентов, финансов, кадров и производства, то там сотрудники делают то, что им скажет начальство, так как их позиции на предприятии не особенно сильны. Но продавцы чувствуют себя увереннее, и их сложнее контролировать.

PC Week: Спасибо за беседу.

PC WEEK RUSSIAN EDITION

КОРПОРАТИВНАЯ ПОДПИСКА

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) _____

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) _____

12. Не установлено никакого

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

Да Нет

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.

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

Да Нет

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

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

14. Не использую

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

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

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

Системы

- 1. Мэйнфреймы
- 2. Миникомпьютеры
- 3. Серверы
- 4. Рабочие станции
- 5. ПК
- 6. Тонкие клиенты
- 7. Ноутбуки
- 8. Карманные ПК

Сети

- 9. Концентраторы
- 10. Коммутаторы
- 11. Мосты
- 12. Шлюзы
- 13. Маршрутизаторы
- 14. Сетевые адаптеры
- 15. Беспроводные сети
- 16. Глобальные сети
- 17. Локальные сети
- 18. Телекоммуникации

Периферийное оборудование

- 19. Лазерные принтеры
- 20. Струйные принтеры
- 21. Мониторы

22. Сканеры

23. Модемы

24. ИБП (UPS)

Память

25. Жесткие диски

26. CD-ROM

27. Системы архивирования

28. RAID

29. Системы хранения данных

Программное обеспечение

30. Электронная почта

31. Групповое ПО

32. СУБД

33. Сетевое ПО

34. Хранилища данных

35. Электронная коммерция

36. ПО для Web-дизайна

37. ПО для Интернета

38. Java

39. Операционные системы

40. Мультимедийные приложения

41. Средства разработки программ

42. CASE-системы

43. САПР (CAD/CAM)

44. Системы управления проектами

45. ПО для архивирования

Внешние сервисы

46. _____

47. _____

Ничего из вышеперечисленного

47. _____

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

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

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

- 1. “Демос”
- 2. МТУ-Интел
- 3. “Релком”
- 4. Combella
- 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

Официальный дебют Apache OpenOffice 3.4

ПОЛА РУНИ

Ожидания оправдались — выпущена первая версия OpenOffice под управлением Apache Software Foundation. Apache OpenOffice 3.4, находившийся в инкубаторе ASF с середины прошлого года, когда Oracle даровала код, имеет повышенную производительность и новые функции и доступен на Windows, Macintosh и Linux на 15 языках.

Список новых «бантиков» привлекателен — улучшена поддержка ODF, добавлены функции к электронным таблицам, расширена поддержка сводных таблиц в Calc, улучшена графика.

Но для Apache Software Foundation и многолетних приверженцев офисного пакета с открытым кодом это следующий шаг в разработке, свободной от контроля производителей, дающий хороший шанс для привлечения пользователей и спонсоров. IBM, некоторое время тому назад прекратившая работу над собственным пакетом Sympho-

ну, планирует выпуск нового продукта на базе Apache OpenOffice.

Sun приобрела пакет StarOffice (разработанный германской компанией StarDivision) в 1999-м. После приобретения Sun корпорация Oracle переименовала его в Oracle OpenOffice, но в середине 2010-го прекратила работу над пакетом. В середине 2011-го Oracle объявила, что дарует пакет ASF.

С тех пор он находился в инкубаторе и вот теперь официально выпущен ASF для бесплатного использования на условиях лицензии Apache 2.0.

Не все согласны с мнением Apache. Организация Document Foundation, разрабатывающая LibreOffice (ветка OpenOffice) с того момента, как Oracle объявила о завершении работ над пакетом, считает что именно она является лидирующим разработчиком OpenOffice и свободна от контроля производителей.

Ее поддерживают SUSE, Ubuntu и Intel. Document Foundation

получила корпоративный статус в Германии.

Один из представителей LibreOffice, ведущий инженер SUSE Майкл Микс, долгое время работавший над OpenOffice, сомневается, что лицензия Apache является лучшим методом лицензирования открытого кода.

«Это интересный анонс, — сказал он. — Инкубатор (также известный как Apache) выпустил релиз через год после того, как Oracle прикрыла OpenOffice.org. Как я уже говорил, появление релиза полезно для нас, поскольку дает возможность выбрать более перспективную модель свободного лицензирования для LibreOffice. Вышел очередной месячный релиз 3.5.3, качество повышается непрерывно, релиз 3.6 прекрасен, и остался месяц до заморозки его функций — мы продолжаем следовать нашему графику. С целью повышения доверия клиентов мы анонсировали программу сертификации поддержки и сервисов в экосистеме LibreOffice».

Соревнование начинается. ■

МГТС делает...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 1

3,4 млн. домохозяйств, а в 2014 г. монтируемая емкость сети будет составлять 4,4 млн. портов.

Подключение абонентов к оптической сети будет производиться поэтапно до 2015 г., а на 2016—2017 г. запланирован демонтаж старой инфраструктуры — медных кабелей. В принципе, возможности ADSL еще далеко не исчерпаны, и из нее, например, при желании вполне можно «выжать» и 50, и 100 Мбит/с. Но в МГТС решили иначе. «Лучше перешагнуть через технологию, чем делать следующий шаг, — говорит Сергей Иванов. — Все равно придется прокладывать ВОЛС к каждому дому, и инвестиции на усовершенствование ADSL будут сопоставимы с затратами на переход к GPON».

Оптика будет проходить по тому же маршруту, что и медь. В конце пути в каждой квартире вместо телефонной розетки будет установлена «коробочка», через которую можно подключить и ПК, и телефон, и телевизор. Так же, как это планируют ведущие зарубежные телекоммуникационные операторы. И получить все телекоммуникационные услуги, как простые, так и мультимедийные. «Мы будем приучать абонентов к пакету услуг: Triple Play, Quadro Play и так далее, — продолжает г-н Иванов. — Все они вместе будут стоить примерно столько же, сколько абонент сейчас платит за телефон».

В реализацию этого проекта АФК «Система» приняла решение инвестировать 2 млрд. долл. Срок окупаемости должен составить около семи лет. В рамках проекта будет высвобожден значительный объем коммерческой недвижимости в разных частях города, разгружены пространства кабельной канализации, утилизированы сотни тонн цветных металлов, снижено энергопотребление объектов связи. Так, например, оборудование современной АТС на 10 тыс. номеров занимает площадь в 800 м², а комплект GPON на ту же емкость займет всего 3 м². Вместо 250 АТС будет работать несколько оптических станций.

Сергей Иванов уверяет, что в 2015 г. каждый второй москвич сможет выходить в Сеть через службы МГТС/МТС. «Мы собираемся достичь этого за счет лучшего качества и низкой стоимости услуг, — говорит он. — Через несколько лет на московском рынке не останется места для мелких предприятий, домовых сетей, конкурировать между собой за предоставление телекоммуникационных услуг будут несколько крупных компаний».

Строительство новой оптической сети позволит сократить затраты группы МТС на оперативное развертывание сетей LTE (Long Term Evolution) в Москве и обеспечить максимальную для московского рынка скорость передачи данных в сетях 4G. В рамках проекта группа МТС построит порядка 15 тыс. км ВОЛС по всей Москве и намерена исполь-

зовать развернутую в столице волоконно-оптическую сеть для подключения базовых станций: уже в 2012 г. будет создана транспортная инфраструктура, которая позволит до конца года перевести большинство базовых станций МТС в городе на IP-технологии.

Очевидно, однородную сеть дешевле и проще обслуживать. По ней можно предоставлять не только телефонию, но и весь пакет телекоммуникационных услуг. Сейчас предоставляется интернет-доступ на скорости 200 Мбит/с, но завтра, если потребуется, можно увеличить скорость ШПД до 1 Гбит/с. Развивая одновременно две самые передовые сети передачи данных, группа МТС сможет создать в Москве универсальную сетевую инфраструктуру для высокоскоростной передачи данных как для фиксированных, так и беспроводных сетей.

В МТС уже прорабатывается проект «LTE в каждую квартиру». Он будет решаться за счет широкого внедрения фемтосот. Сейчас идет проект использования фемтосот для улучшения покрытия 3G-сети. К концу года появятся и фемтосоты 4G. Обсуждается также новая гибридная телевизионная платформа, которая позволит пользователям выбирать программы по любым ТВ-стандартам — от IP-телевидения до 3D-формата. Планируется внедрение единой биллинговой платформы для тарификации всех видов телекоммуникационных услуг. ■

Виртуализация...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 16

отмеченное Дмитрием Сафроновым, — отсутствие антивирусных агентов на виртуальных машинах, что особенно важно для систем, работающих в круглосуточном режиме и чувствительных к любому уменьшению доступных ресурсов. Для само-

го докладчика, как руководителя отдела защиты информации компании, было важно получить инструмент управления безопасностью виртуальной среды с разграничением прав доступа и возможностью контролировать действия администраторов. Характерно, что, несмотря на последние достижения — как со стороны разработчиков ИТ, так и злоумыш-

ленников, одной из основных угроз безопасности, признался Дмитрий Сафронов в заключение своего выступления, по-прежнему остается человеческий фактор, т. е. халатное поведение сотрудников (не ИТ-специалистов), забывающих подчас о своих обязательствах по соблюдению правил и норм техники информационной безопасности. ■

РАСПРОСТРАНЕНИЕ PC WEEK/RUSSIAN EDITION

Подписку можно оформить в любом почтовом отделении по каталогу:

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

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

ВНИМАНИЕ!
Для оформления бесплатной корпоративной подписки на PC Week/RE можно обращаться в отдел распространения по тел. (495) 974-2260 или E-mail: podpiska@skpress.ru, pretenzii@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

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

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В МОСКВЕ
ООО «УРАЛ-ПРЕСС»

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

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ
ООО «УРАЛ-ПРЕСС»

Тел./факс (812) 962-91-89

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В КАЗАХСТАНЕ
ООО «УРАЛ-ПРЕСС»

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

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

PCWEEK
RUSSIAN EDITION

№ 15
(800)

БЕСПЛАТНАЯ
ИНФОРМАЦИЯ
ОТ ФИРМ!

ПОЖАЛУЙСТА, ЗАПОЛНИТЕ ПЕЧАТНЫМИ БУКВАМИ:

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

- 1С1
 РОСКО3
 РТСОФТ8
 APC15
 HEWLETT-PACKARD9
 HEWLETT-PACKARD13
 IBM5
 JET INFOSYSTEMS10
 MICROSOFT7
 PANASONIC11

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

ОЧЕВИДНОЕ!



ПОДПИШИСЬ

НА 2012 ГОД

Я подписываюсь

_____ на 6 месяцев и плачу за 17 журналов 1020 рублей (в т. ч. НДС 10%)
 _____ на 12 месяцев и плачу за 35 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



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

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

Стоимость подписки:

На 6 месяцев (17 журналов) — 1020 рублей (в т. ч. НДС 10%)
 На 12 месяцев (35 журналов) — 2100 рублей (в т. ч. НДС 10%)
 Данное предложение на подписку и указанные цены действительны до 30.06.2012

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: podpiska@skpress.ru.
 В случае если Вам не доставляют издания по подписке, сообщите об этом по e-mail: pretenzii@skpress.ru.