

PCWEEK

18+ RUSSIAN EDITION

СГК ПРЕСС

№ 13-14 (890-891) • 25 АВГУСТА • 2015 • МОСКВА

<http://www.pcweek.ru>

1С
ФИРМА "1С"

**Бизнес-форум
1С:ERP**

23 октября
Москва

Регистрация:
www.1c.ru/bf

Программно-конфигурируемые сети становятся мейнстримом

ПЕТР ЧАЧИН

Программно-конфигурируемые сети SDN из объекта внимания академических исследований плавно перешли в сферу коммерческого применения, и сегодня аналитики уже склонны относить их к телекоммуникационному мейнстриму. Однако многие операторские компании и корпоративные структуры все еще полны скептицизма и не спешат с внедрением SDN. Хотя процесс тестирования и ознакомления с данной технологией идет полным ходом.

Современные тенденции, такие как рост числа подключенных к Интернету устройств, экспоненциальный рост объемов информации, развитие облачных технологий, BYOD, большие данные, на глазах меняют корпоративный телеком. Идет наращивание объемов сетевого трафика, и у бизнеса все чаще возникает необходимость конфигурировать крупномасштабные сети.

Упростить эту задачу могут технологии программно-конфигурируемых сетей SDN (Software-Defined Networking) и фун-

кциональной виртуализации сетей NFV (Network Function Virtualization), которые позволяют перевести сетевые элементы под контроль настраиваемого ПО, сделать их более интеллектуальными, облегчить управление ими. Не случайно современное состояние сетей на базе технологий SDN/NFV обсуждалось на прошедшей в Москве конференции "Huawei SoftCom — телекоммуникации нового поколения".

Компания Huawei — один из мировых лидеров в области разработки и внедрения SDN, и ее концепция SoftCom базируется как раз на совместном использовании технологий SDN и NFV. Синергия NFV

и SDN, считают в компании, позволяет реализовать инновационный подход к предоставлению традиционных и новых сервисов на базе открытых платформ, использующих ресурсы множественных логических объединенных дата-центров, а также оркестровку работы всех ресурсов такой сети. Решения Huawei созданы по открытому принципу в соответствии



Чжао Ликунь: "Huawei SoftCom объединяет Интернет и облачные технологии"

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 2 ▶

IBM анонсировала мэйнфреймы LinuxONE на базе Linux

СЕРГЕЙ СТЕЛЬМАХ

IBM анонсировала линейку мэйнфреймов LinuxONE, представители которой работают исключительно на Linux. В семейство LinuxONE вошли модели Emperor (предназначена для больших предприятий) и Rockhopper (для компаний среднего размера, а также тех, кто покупает мэйнфрейм впервые). LinuxONE Emperor позволяет запустить до 8000 виртуальных машин или тысячи контейнеров, что превышает возможности любой другой отдельной системы, работающей на платформе с ядром Linux.

Новинка выполнена на платформе IBM z13. Это, как утверждает производитель, самый мощный и безопасный мэйнфрейм из когда-либо созданных: на его разработку у IBM ушло пять лет и 1 млрд. долл. Мэйнфреймы z13 способны одновременно вычислять и масштабировать. Утверждается, что z13 является первой системой, которая в силах обработать 2,5 млрд. транзакций в день. Кроме того, это первый комплекс, в котором есть возможность шифрования в режиме реального времени для всех транзакций с использованием мобильных устройств.

Вся линейка LinuxONE, которая в будущем будет расширяться, будет использовать свободное программное обеспечение, включая Apache Spark, Maria, Posture и Chef. Также будет доступен софт компании Canonical, поддерживающей Ubuntu. Версию этой ОС для LinuxONE и IBM z Systems планируется выпустить в 2016 г. Пока для мэйнфреймов IBM доступны лишь дистрибутивы Red Hat и Suse.

Новые мэйнфреймы продвигаются под девизом "Linux без границ". Подчеркиваются "молниеносно быстрое время отклика и практически неограниченные возможности масштабирования, что даёт вашим приложениям возможность работы под первосортным Linux, которую они заслуживают".

Кстати, названия мэйнфреймов Emperor и Rockhopper выбраны в соответствии с названиями видов пингвинов. В частности, императорский пингвин (Emperor) — самый крупный и тяжёлый из современных видов семейства пингиновых, а северный хохлатый пингвин (Rockhopper) весом



LinuxOne Emperor

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 5 ▶

В НОМЕРЕ:

Развитие системной интеграции в России

6

Импортозамещение: три главных вопроса

8



ИТ-дистрибуция: 20 лет развития

10

Можно ли потеснить западный софт

12

"1С:ERP": продвижение на корпоративный рынок продолжается

АНДРЕЙ КОЛЕСОВ

Выпустив в 2013 г. продукт "1С:ERP Управление предприятием", фирма "1С" вполне определенно заявила о намерении поднять еще выше планку своего присутствия на российском рынке ERP-решений, выйдя

на уровень не только крупных, но и очень крупных заказчиков. Собственно, по мнению представителей фирмы, с которым в целом согласны и многие независимые эксперты, с появлением этой программной системы вопрос об ограничении по масштабам применения и по функциональности практически снят. Напомним, что "1С:ERP" пришла на смену пакету "1С:Управление производственным предприятием", который вышел в 2004 г., и с тех пор у него было выпущено несколько обновленно-расширенных версий. Новый продукт в рабочем варианте имел название "1С:УПП 2.0", но на рынке появился как "1С:ERP" 1.0, что должно было показать качественно новый уровень данного ПО. Любопытно и то, что "1С" впервые в названии своего главного продукта использовала

англоязычный термин, что, возможно, отражает намерения компании выйти за рамки отечественного рынка.



Функциональные возможности решений "1С:ERP Управление предприятием 2.0" и "1С:Документооборот" (Источник: "1С")

"1С:ERP" как флагман

Сегодня "1С:ERP" — это флагман огромного семейства "1С:Предприятия", который, уже завоевав крепкие позиции на российском ERP-рынке, имеет большой потенциал как в плане расширения круга потенциальных заказчиков, так

и в плане развития собственно продуктов. Именно это решение было в центре внимания участников прошедшей в июле конференции "Решения 1С для корпоративных клиентов", которых интересовали вопросы уже существующего опыта применения "1С:ERP" и перспектив его развития. В рамках этого мероприятия был представлен целый ряд докладов с рассказами самих заказчиков (ОАО "Мотовилихинские заводы", ОАО "Концерн НПО "Аврора" и др.) о реализации проектов на базе данного продукта.

Говоря о "1С:ERP", нужно понимать, что этот продукт — именно флагман огромного семейства прикладных решений "1С", как ее собственных, так и партнерских. Выстроить однозначную иерархию довольно сложно, но, наверное, не будет ошибкой сказать, что сегодня вторым по значимости и массовости применения горизонтальным продуктом является "1С:Документооборот", который после своего возрождения в 2009 г. из вспомогательного направления бизнеса

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 2 ▶

"1С:ERP" ...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 1

"1С" быстро выдвинулся на лидирующие позиции и продолжает динамично развиваться. Совместно "1С:ERP" и "1С:Документооборот" органично покрывают потребности всего спектра задач управления компаниями, реализуя соответственно функционал управления ресурсами предприятия (ERP) и управления корпоративным контентом (см. рис. 1). Далее в этой иерархии можно выделить еще несколько ключевых горизонтальных продуктов, относящихся к категории учетных решений ("1С:Бухгалтерия", "1С:Управление торговлей", "1С:Консолидация", "1С:Управление холдингом" и ряд других), а далее идут сотни других более специализированных решений.

Формирование семейства прикладных решений

Следует отметить, что вся работа по формированию системы прикладного ПО строится на очень плотном взаимодействии "1С" с партнерами-разработчиками. Уровень этого сотрудничества намного выше, чем в обычных экосистемах западных поставщиков. В частности, весьма существенная часть бизнеса "1С" реализуется в виде совместных предприятий (помимо изначально дочерних) — формат, не очень распространенный за рубежом. Официально фирма сейчас не называет число таких компаний, но все же иногда звучит информация о том, что их количество давно перевалило за двести. До недавнего времени совместные предприятия формально принадлежали "другой стороне" (50% акций + 1 голос), но в течение последних двух лет была произведена реорганизация, чтобы решающий голос перешел к "1С".

Так или иначе, но кроме большого числа "стопроцентно" собственных продуктов, как было сказано на прошедшей конференции, "1С" сегодня распространяет через партнеров 210 прикладных решений категории "1С-Совместно" (правообладатель "1С") и 35 "На платформе" (права принадлежат партнерам).



Алексей Нестеров: "Успех внедрений сложного продукта обеспечивается не только его возможностями, но также уровнем квалификации партнеров и наличием индустриальных рекомендаций по реализации проектов"

Разумеется, все это семейство прикладного ПО строится на базе технологической платформы "1С:Предприятия", динамика развития которой в решающей степени обеспечивает возможность по расширению функционала и повышению производительности и масштабированию приложений. В настоящее время эта платформа представлена версией 8.3.6, выпущенной в апреле этого года. На конференции было сказано, что в третьем квартале будет представлена новая версия 8.3.7, а в течение 2016-го — 8.4.1. Среди основных направлений развития системы были выделены расширение механизмов диагностики и мониторинга (для контроля работы кластера серверов при больших нагрузках), поддержки мобильных средств, обеспечение возможности работы в режиме сервиса ("облака"), совершенствование технологий интеграции (автоматический REST, HTTP-сервисы и пр.), дальнейшее повышение юзабилити. Развитие технических возможностей будет сопровождаться организационно-методическими мерами, в том числе в виде создания сети центров корпоративной технологической поддержки.

Итоги первых полутора лет на рынке и планы развития

По данным, представленным на конференции директором по ERP-решениям фирмы "1С" Алексеем Нестеровым, к лету текущего года решение "1С:ERP" приобрели более 500 организаций страны. Он показал также подробную статистику внедрений, подчеркнув, правда, что в нее попало около 100 проектов (по ним получены отчеты партнеров), из которых четыре находятся в промышленной эксплуатации, а остальные — в разных стадиях внедрения и пилотного применения (в статистике используются планируемые показатели).

Согласно этим данным, заказчиками системы являются в основном организации среднего бизнеса (средняя численность штата — 2244 человек), но видна тенденция повышения размера предприятий. В то же время около 10% внедрений приходится на компании с числом сотрудников до 500. Опыт показывает, что минимальное количество внедряемых автоматизированных рабочих мест начинается от 50, а среднее число АРМ сейчас составляет 218 с тенденцией к его росту. 75% проектов приходится на промышленность, но фирма планирует усилить продвижение продукта на другие вертикальные рынки, в том числе путем создания специализированных решений, при этом особо была отмечена банковско-финансовая сфера. Сейчас около половины пользователей "1С:ERP" — это холдинговые структуры.

Статистика показывает, что средние трудозатраты партнеров на проектах внедрения составляют 34 человеко-часов на один АРМ, что, по оценкам "1С", примерно в два раза ниже трудозатрат при внедрении ERP-систем конкурентов. По мнению Алексея Нестерова, это обусловлено не только качеством продукта, но и высокой квалификацией внедренцев сети "1С:Центры ERP", а также методической поддержкой со стороны вендора. Большинство проектов выполняется без отклонений от планов по срокам и по бюджету, 85% типового функционала внедряется без доработок или с доработками не более 10% кода. Впрочем, не исключено, что по мере освоения продукта у заказчи-



Алексей Моничев: "Мы видим, что качество "1С:ERP" вполне приемлемо для нового решения, но понимаем, что его нужно поднимать еще выше"

ков будет повышаться интерес к его более глубокой адаптации "под себя" с более существенной доработкой типовых возможностей. Для комплексной автоматизации задач управления предприятием "1С" предлагает эталонную (референсную) модель на основе продукта "1С:ERP", дополненную другими решениями фирмы и ее партнеров. Вся эта система построена по модульно-функциональному принципу, и из нее понятно, в каких направлениях будет развиваться флагманское решение фирмы, хотя приоритеты определяются на основе анализа реального спроса заказчиков на тот или иной функционал. Анализ статистики показывает, что в целом различный функционал продукта внедряется в достаточной мере, хотя из данных, представленных руководителем направления разработки прикладных решений "1С" Алексеем Моничевым, видно, что уровень реального использования разных функций довольно сильно различается, но это, возможно, определяется сейчас начальной стадией освоения решения. В ближайших планах развития "1С:ERP": интеграция функционала "1С:MES" (оперативное управление производством), дальнейшее развитие пооперационного планирования производства, поддержка двух независимых единиц измерения, поддержка проектного учета и целевого финансирования, переход на новый интерфейс "Такси", адаптированный к мобильным устройствам.

Учитывая сложность продукта "1С:ERP" и высокую динамику его развития, "1С" намерена перевести процесс его обновления на плановую регулярную основу: новые версии будут выпускаться ежегодно, при этом для них будет свой этап ознакомления и тестирования. Так, в апреле вышла ознакомительная версия 2.1, а ее окончательный вариант появится до конца года.

определяется сейчас начальной стадией освоения решения. В ближайших планах развития "1С:ERP": интеграция функционала "1С:MES" (оперативное управление производством), дальнейшее развитие пооперационного планирования производства, поддержка двух независимых единиц измерения, поддержка проектного учета и целевого финансирования, переход на новый интерфейс "Такси", адаптированный к мобильным устройствам.

Учитывая сложность продукта "1С:ERP" и высокую динамику его развития, "1С" намерена перевести процесс его обновления на плановую регулярную основу: новые версии будут выпускаться ежегодно, при этом для них будет свой этап ознакомления и тестирования. Так, в апреле вышла ознакомительная версия 2.1, а ее окончательный вариант появится до конца года.

Программно...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 1

с современными стандартами международных организаций ETSI и 3GPP, что значительно упрощает интеграцию сетевых элементов.

SDN — ключевой путь трансформации телекоммуникационного бизнеса

"Концепции SDN/NFV имеют приоритетное значение для развития бизнеса, для формирования новых стратегических приоритетов и бизнес-моделей операторов и крупных корпораций, — считает Евгений Соломатин, руководитель программы MBA-Телеком бизнес-школы МИРБИС. — SDN и NFV становятся ключевым технологическим трендом в развитии архитектуры сетей, стимулируемым ростом темпов внедрения и повышением значимости технологий виртуализации".

Какие задачи решают SDN и NFV? Они позволяют упростить конфигурацию сетей, масштабировать сети и сервисы по запросу, автоматизировать управление сетью, увеличить мощность физической инфраструктуры за счет наложения виртуальной, снизить CAPEX и OPEX, а в перспективе — быстро реконфигурировать бизнес под текущие задачи.

Первая крупная сеть SDN, напомнил Евгений Соломатин, была реализована в 2012 г. компанией Google на базе коммутаторов собственной разработки. Таким образом ей удалось снять те ограничения, которые присущи решениям, используемым традиционными операторами. Трафик пе-

ренарушается между ЦОДами так, как это удобно и выгодно в текущий момент. Кроме Google технологию SDN сегодня используют фирмы NTT, Pertino, AT&T, Telecom Italia и ряд других компаний.

Сейчас складывается два стратегических направления внедрения SDN, NFV и облаков. Первое связано с повышением эффективности сети и гибкости услуг. Главная цель — снижение стоимости эксплуатации сети и сокращение времени выхода на рынок. Второе нацелено на получение преимуществ от сочетания новых бизнес-возможностей. Цель в этом случае иная — формирование новых дифференцированных облачных сервисов и динамическое, зависящее от текущего профиля спроса их предоставление. По первому пути идут такие компании, как германская Deutsche Telekom и испанская Telefonica, по второму — японская NTT и американская AT&T.

В своем выступлении г-н Соломатин привел такие оценки эффективности SDN и NFV от ведущих провайдеров и вендоров США: "На 20 — 30% увеличивается эффективность использования ресурсов ЦОДов, на 20% повышается пропускная способность каналов за счет перераспределения нагрузки, на 70% сокращается время ввода сети в эксплуатацию. SDN снижает OPEX на 48% и CAPEX на 52%, NFV снижает OPEX на 60% в течение трех лет и CAPEX на 59% в течение пяти лет".

Поэтому и прогнозы развития технологий SDN и NFV на мировом рынке самые оптимистичные, хотя в своих оценках аналитические компании довольно заметно расходятся. Так, согласно прогнозу

Infonetics Research, к 2018 г. объем рынка SDN/NFV достигнет 11 млрд. долл. IDC называет несколько меньшую цифру — 8 млрд. долл. По оценкам же инвесторов (венчурное агентство Lightspeed Ventures), продажи достигнут 35 млрд. долл.

Российские исследования и разработки в области SDN

Тематику SDN и NFV не обошли стороной российские предприятия, учреждения и государственные структуры. В 2012 г. было создано первое R&D-подразделение в области SDN в рамках Центра прикладных исследований компьютерных сетей (ЦПИКС), и на его базе построена первая SDN-сеть в России. Тогда же был проведен и первый НИОКР в области SDN для компании "Ростелеком".

"В 2013 г. по инициативе ЦПИКС в РФ был создан консорциум российских университетов по развитию SDN-технологий, в который вошли 14 вузов из Москвы, Санкт-Петербурга, Оренбурга, Нижнего Новгорода, Ярославля, Томска, Белгорода и Волгограда, — рассказал директор НП СПИКС Руслан Смелянский. — В стране введены русские аббревиатуры для SDN и NFV — ПКС (Программно-конфигурируемые сети) и ВСС (Виртуализация сетевых сервисов)".

В 2014-м Министерство образования и науки РФ провело конкурс на исследование и разработку средств управления ИТ-инфраструктурой в корпоративных и ведомственных компьютерных сетях на основе технологий ПКС/SDN и ВСС/NFV. Правительство РФ включило SDN и NFV в перечень приоритетных направле-

ний науки, технологий и техники. Поставлена задача формирования проблемно-ориентированных вычислительных сред для решения сложных прикладных проблем.

"В 2014-м произведен запуск первых стартапов в области SDN и NFV в РФ — WiMark Systems и NFWare, а также создан первый российский SDN-контроллер RUNOS (Russian Network Operation System)", — продолжил г-н Смелянский. Успешное тестирование решений ЦПИКС прошло в компаниях Huawei, "Ростелеком", "Воентелеком", "Объединенной приборостроительной корпорации" (Ростех) и других.

В последнее время тематика SDN и NFV уже выходит за рамки вузовско-академического сообщества и начинает привлекать внимание отечественных вендоров. Так, на Международном военно-техническом форуме "Армия-2015", проводившемся Минобороны России в июне нынешнего года, Zelax, отечественный производитель техники связи из Зеленограда, заявил, в частности, о своей готовности создать современный высокопроизводительный маршрутизатор и оборудование для программно-конфигурируемых сетей ПКС/SDN.

Прогнозы SDN и NFV в России носят пока не столь радужный характер, как для мирового рынка. Внедрение SDN/NFV в коммерческих сетях состоится в 2016 — 2017 гг., считают 80% российских операторов и провайдеров, участвовавших в опросе CNews Analytics. Такой же срок указывают более 60% российских операторов, опрошенных J'son & Partners Consulting. Объем российского сегмента

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 5 ▶

от 46 990 руб



ASUS ZenBook™ UX305 Быстрый. Тонкий. Красивый.

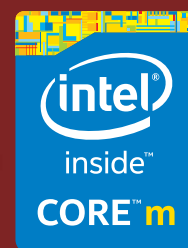
- Новейший процессор Intel® Core™ M 5Y10
- Операционная система Windows 8.1
- Ошеломляющий 13,3" IPS-дисплей с разрешением QHD+ (3200x1800)* и соотношением сторон 16:9
- Абсолютно бесшумный благодаря пассивной системе охлаждения

Ультрабуки серии Zenbook становятся еще компактнее благодаря революционным процессорам Intel® Core™ M, сочетающим высокую производительность и беспрецедентно низкое потребление энергии, что позволило сделать ультрабук совершенно бесшумным. Новый Zenbook в стильном корпусе из анодированного алюминия в черном или белом исполнении имеет толщину всего 12,3 мм, вес 1,2 кг и работает от батареи до 10 часов.

Intel Inside® , значит исключительная производительность.

* спецификации отличаются в зависимости от модели

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



ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ К НАМ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ:

V VK.COM/ASUS

f FACEBOOK.COM/ASUS.RU

T TWITTER.COM/ASUS_RUSSIA

I INSTAGRAM.COM/ASUS_RUSSIA

СОДЕРЖАНИЕ

№ 13-14 (890-891) • 25 АВГУСТА, 2015 • Страница 4

НОВОСТИ

- 1 Программно-конфигурируемые сети SDN из объекта внимания академических исследований плавно перешли в сферу коммерческого применения
- 1 IBM анонсировала линейку мейнфреймов LinuxONE, в которую вошли модели Emperog и Rockhorper, работающие исключительно на Linux
- 1 "1С" намерена перевести процесс обновления "1С:ERP" на плановую регулярную основу: новые версии будут выпускаться ежегодно

ЭКСПЕРТИЗА

- 6 Сергей Мацоцкий: "Сейчас уже понимаешь, что медленная рецессия, вроде той, в которой мы сейчас находимся, гораздо хуже, чем обвал — больше неопределенности"
- 8 Три главных вопроса импортозамещения инфраструктурного ПО — что, кому и за чей счёт делать?
- 9 Алексей Покровский: "Мобильная печать стала общепризнанной необходимостью"

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- 10 Дистрибуторскому сегменту российского ИТ-рынка более 20 лет, но достиг ли он стадии зрелости?

- 12 Александр Голиков: "Серьезно потеснить на российском рынке западные продукты — вполне реально при условии политической воли и адекватных ресурсов"

УПОМИНАНИЕ ФИРМ В НОМЕРЕ

1С	1,8	облачных	Постгрес Профес-	Canonical	1	Red Hat	1		
АСКОН	12	технологий	сиональный	Huawei	1	SUSE	1		
Воентелеком	1	Ланит-Интеграция	8	IBM	1	Treolan	10		
Делайт 2000	10	Марвел-	Ростелеком	1	IBS	6	USN	10	
Диасофт		Дистрибуция	10	Landata	10		WiMark		
Платформа	8	Новые облачные	Aflex Distribution	10	Merlion	10	Systems	1	
КриптоПро	8	технологии	8	ALT Linux	8	NFWare	1	Zelax	1
Лаборатория		HTC ИТ РОСА	8	ASBIS	10	OCS Distribution	10		

БЛОГОСФЕРА PCWEEK.RU

Свободная версия ChromeOS

Сергей Бессонов,
pcweek.ru/foss/blog

Продажи хромбуков с Google Chrome обогнали продажи обычных ноутбуков в корпоративном секторе, пишут американские СМИ. И действительно, хромбуки как клиентские устройства в бизнесе имеют множество преимуществ. Они изолируют бизнес-процесс от клиентского устройства — его можно потерять, поменять, сломать, отдать врагу или разделить с другом, и бизнес-процесс от этого не поменяется. Использование веб-приложений также не ограничивает возможности клиентской системы и отлично вписывается в концепцию BYOD.

По-видимому, рынок B2B движется в этом направлении. И тем архаичнее выглядит инициатива Минкомсвязи по созданию отечественных систем общего назначения с открытым исходным кодом. Ведь то, что создаётся сегодня, к моменту релиза уже устареет.

Куда дует ветер, уже почувствовали разработчики корпоративных систем. Например, представленные в проектах Минкомсвязи офисные пакеты MyOffice и OnlyOffice заточены под веб-интерфейсы. Однако при кажущейся простоте создания ОС, подобной Chrome OS, я не знаю ни одного отечественного свободного (да и не свободного) проекта по созданию веб-ориентированной ОС. ChromiumOS не предлагать, поскольку эта сборка по-прежнему завязана на сервисы Google и требует учётной записи Google для работы. FirefoxOS для ноутбуков откровенно не готова.

Как знать, может быть, Минкомсвязи стоит заказать разработку именно такой ОС?..

Человек чипированный — высшая стадия человека разумного?

Владимир Митин,
pcweek.ru/iot/blog

Или это лишь удел энтузиастов, стремящихся как можно быстрее приобщиться к Всеобъемлющему интернету (Internet of Things, IoT)?

Лично я не собираюсь без особой необходимости встраивать в свой организм микрочип, способный "работать" удостоверением личности, пропуском на работу, проездным, банковской картой, страховым полисом, хранилищем логинов/паролей к онлайн-сервисам и пр. Хотя и понимаю, что в ряде случаев это удобно. Ведь внутреннее устройство (в отличие от нательного или карманного) потерять практически невозможно. Да и украсть его значительно сложнее...

Тем не менее многие земляне совершенно добровольно уже внедрили в себя подобные микрочипы. От обычных последние отличаются наличием оболочки, позволяющей имплантировать их в организм с помощью специального шприца.

Один из таких людей — директор департамента социальных медиа "Лабора-

тории Касперского" Евгений Черешнев недавно рассказал о причинах своего добровольного поступка.

К слову: комплект, содержащий данный микрочип и устройство для его инъекции, можно приобрести за 99 долл. Имеется софт, позволяющий микрочипу NTAG216 RFID взаимодействовать с устройствами на базе Android. Имплантацию данного девайса в свой организм Евгений Черешнев объяснил стремлением понять не только прелести жизни с чипом, но и выявить подводные камни такой жизни. То есть понять, что и как в данном случае могут украсть киберзлодеи. И продумать возможные варианты защиты. Сведения о том, что именно в данном случае можно украсть и как этому воровству можно воспрепятствовать, пока не разглашаются. А как можно использовать такой чип: для разблокирования устройств; для авторизации в онлайн-сервисах; в качестве замены паспорта, водительских прав и медкнижки; как ключ к облачному хранилищу данных; вместо паролей всех типов...

Справедливости ради следует отметить, что чипирование людей пока не очень распространено, а вот чипирование животных — обычное дело (во многих странах). Так, в Германии с некоторыми пор обязательному чипированию подлежат все домашние животные. При этом в чип заносится сведения о владельце данного животного и тех прививках, которые животному сделаны. Это позволяет быстро оценить ситуацию в случае разного рода инцидентов...

Осторожно с жульническими предложениями по обновлению на Windows 10

Андрей Колесов,
pcweek.ru/security/blog

Довольно странно, но стартовавшие 29 июля (как и было обещано) поставки Windows 10 не сопровождаются активным обсуждением хода этого долгожданного процесса в СМИ. Вместе с тем же СМИ отмечают резкий всплеск кибермошенничества на этом поприще.

Дело в том, что, ожидая большого потока запросов на скачивание новой ОС (впервые в истории Windows текущие версии 7 и 8.1 можно обновить бесплатно!), Microsoft заранее объявила, что процесс будет идти последовательно, в порядке очереди. Первыми получают Windows 10 те, кто участвовал в программе бета-тестирования, потом — те, кто записался в очередь заранее, и т. д.

Так вот ожидаемым ажиотажем пользуются мошенники: они рассылают письма с предложениями "провести обновление без очереди". Только в отличие от добрых старых времен всеобщего дефицита, когда никакого обмена (за редким исключением) не было — с вас просто брали за услугу дополнительные деньги, сейчас

все гораздо хуже: никакого "дефицита" вы не получите, а вот занести на свой ПК заразу с последующими потерями (причем не только денег, но и данных и установленного ПО, что может обойтись даже дороже) можете. Зарубежные СМИ, ссылаясь на экспертов по информационной безопасности, которые отслеживают ситуацию, пишут, что наиболее частый вариант — это заражение ПК с помощью ransomware, т. е. программ, блокирующих доступ пользователя к своему ПК (программам, данным). Разблокировка ПК выполняется только после получения от "клиента" соответствующего выкупа.

Так что соблюдайте осторожность!..

ИБ или прайвеси?

Валерий Васильев,
pcweek.ru/security/blog

Именно так ставят вопрос специалисты — вместе ИБ и право индивида решать личные дела без государственного вмешательства нереализуемы. Специальные госструктуры неизбежно будут повсеместно отыскивать и накапливать цифровые следы граждан, выявлять их онлайн-предпочтения и т. д., т. е. формировать их цифровые досье.

Большущий кусок данных для таких досье граждане предоставляют добровольно, не всегда отдавая себе отчет в том, как они будут использоваться. Эти данные в нашей стране от нас получают операторы связи, социальные сети, интернет-магазины, банки, салоны услуг, гостиницы, поликлиники, службы коммунального хозяйства, ЗАГСы, суды...

Специалисты утверждают, что для обеспечения ИБ граждан нужно создавать специализированную структуру, которой сейчас нет, а выполнение этой функции размазано по нескольким ведомствам. Ситуация как в известной миниатюре Жванецкого Измайлова про костюм — шит многими специалистами, но носить нельзя.

Oracle расширила претензии к Google по Android

Сергей Стельмах,
pcweek.ru/mobile/blog

Судебный процесс между Oracle и Google длится уже без малого пять лет, что в очередной раз свидетельствует о неповоротливости Фемиды. Первая решила расширить список претензий по Android.

Дополнительная жалоба поступила в окружной суд Сан-Франциско против шести версий Android, которые вышли после 2010 г., когда был подан первый иск. Речь идёт о версиях Gingerbread, Honeycomb, Ice Cream Sandwich, Jelly Bean, Kit Kat и Lollipop.

Oracle подсчитала, что во всех этих ОС тем или иным образом используется 37 API Java, авторские права на которые принадлежат Oracle. Компания полагает, что из-за Android ee Java пострадала больше, чем когда-либо.

На что Oracle обращает внимание: Android теперь уже не ограничивается смартфонами, но управляет нательными устройствами, телевизорами, автомобилями, бытовой техникой. Существенно вырос объём рекламы на этой мобильной платформе.

Всё это, по мнению Oracle, позволяет Google получать гигантские прибыли. Целью судебного разбирательства должно быть признание копирайта на исходный код Java и возмещение убытков от Google. Пять лет — долгий срок для судебной тяжбы даже для таких гигантов, как Oracle и Google, и, наверное, скоро последует окончательный вердикт суда, тем более что пороги всех возможных судебных инстанций стороны уже обили. Интересно, чья возьмет?..

AdBlock больно бьет рекламную индустрию

Сергей Стельмах,
pcweek.ru/business/blog

Наверняка очень многие пользователи уже знают, зачем нужен AdBlock, и давно устанавливают это и подобное расширение в свой браузер для блокировки рекламного контента. Стал замечать, что отдельные сайты теперь просят пользователей отключать блокировщик, поскольку для них демонстрация рекламы — подчас единственный способ заработка.

Компания Page Fair опубликовала отчет о блокировке рекламы в Интернете с помощью специального ПО, в котором наглядно демонстрирует масштаб недополученной рекламодателями прибыли.

Большая часть пользователей блокировщиков приходится на браузер Chrome — около 126 млн. пользователей ежемесячно (рост на 51% за год). Аудитория пользователей блокировщиков на Firefox выросла на 17% (до 48 млн. пользователей ежемесячно), на Safari — на 71% (до 9 млн.).

Из-за софта, который позволяет блокировать рекламу, интернет-ресурсы недополучат в 2015 г. около 22 млрд. долл. дохода. Интересно, что основными "неплательщиками" выступают жители США — 43 млн. американцев установили себе AdBlock. В Европе по доле от всех интернет-пользователей в государстве лидирует Греция, в которой 37% продвинутого населения блокирует рекламу. А в количественном выражении таких людей больше всего в Германии — 18 млн.

Собственно, вопрос использования и неиспользования блокировщика лежит не только в плоскости удобства пользования сетью, но имеет, я бы даже сказал, этическую сторону. Пользуясь AdBlock, следует понимать, что комфорт может обернуться сокращением числа сайтов, наполненных качественным содержанием. Я для себя лично решил: те ресурсы, которые входят в мой список предпочтений, пускай показывают рекламу, стерплю. Хуже будет, если их не станет...

Программно...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 2

SDN к 2017 г. составит 25—30 млн. долл. Такова оценка ведущих мировых вендоров. Основными пользователями SDN и NFV станут владельцы крупных ЦОДов и федеральные операторы связи.

SoftCom — телекоммуникации нового поколения

В рамках конференции Huawei представила свою стратегию SoftCom, в основе которой лежат технологии программно-

Основные принципы программно-конфигурируемых сетей были сформулированы еще в 2006 г., а в 2007-м был разработан протокол с открытым кодом OpenFlow, позволяющий уйти от “ручного” управления сетью, и создана лаборатория Открытых сетевых технологий — ON.Iab. В 2011-м создан консорциум Open Networking Foundation (ONF) для продвижения и стандартизации SDN и координации развития OpenFlow. Сегодня в ONF входит более 40 технологических лидеров мира. Многие ведущие производители сетевого оборудования выпускают решения для SDN/NFV.

конфигурируемых сетей, а также решение CloudCore, охватывающее все сетевые элементы ядра сети и отвечающее требованиям к архитектуре ПО и дизайну ядра сети на основе облачных вычислений. В аналитической компании Infopetetics считают, что трансформации ядра сети является первым шагом к облачной сети.

“Настало время, когда операторы должны модернизировать свои сети для того, чтобы отвечать быстрорастущим требованиям пользователей”, — заявил

в своем выступлении на конференции Чжао Ликунь, вице-президент по технологическим решениям и маркетингу компании Huawei в России.

По его словам, стратегия Huawei SoftCom основана на четырех элементах — это уровень оборудования (аппаратное и программное обеспечение); уровень сети; использование облачных телекоммуникаций и интернет-ориентированной модели. Таким образом, Huawei SoftCom объединяет Интернет и облачные технологии: интернет-ориентированная модель обеспечивает преобразование классических систем связи в ориентированные на Интернет, а т. н. “клаудификация” используется при трансформации традиционной ИТ-инфраструктуры в инфраструктуру на основе облачных технологий.

Если вы строите сеть SDN, то вам потребуется долгосрочное планирование, и концепция Huawei SoftCom, утверждает Чжао Ликунь, поможет предусмотреть все необходимые изменения как на уровне технологий, так и человеческих ресурсов.

“Раз в десять лет телекоммуникационная сеть обязательно меняется, — уверен Дай Либинь, директор по маркетингу Huawei Carrier Network Business Group. — За последние годы сеть сильно изменилась: была узкополосной, стала широкополосной и т.д. Какой будет сеть в 2020 г.? Можем ли мы позволить себе и далее тратить по 24 месяца на введение новых сервисов?”

Компания связывает грядущие изменения в телекоммуникационной индустрии с внедрением технологий SDN и NFV. Но пока это очевидно не всем участникам рынка. Еще нет убедительных доказательств эффективности внедрения SDN и NFV, не хватает историй успеха. Тем не менее отраслевые эксперты признают, что продукты SDN и NFV многих

разработчиков становятся все более зрелыми.

“Синергия SDN и NFV будет реализована в архитектуре SoftCom, — отметил Дай Либинь. — Мы намерены двигаться к цели шаг за шагом. Все участники отрасли должны осознать, что пришло время для изменений в управлении архитектурой сети, и эти изменения должны быть комплексными. SoftCom предоставляет целостный подход к модернизации сети, чтобы помочь операторам повысить кон-

курентоспособность и сделать их бизнес более рентабельным”.

В заключение стоит отметить, что стратегия SoftCom не так уж нова — она была разработана специалистами Huawei более двух лет назад. И факт ее анонсирования в России свидетельствует о том, что отечественные компании за этот период значительно подросли в своем развитии и сейчас стоят ближе к пониманию необходимости нового витка модернизации архитектуры сети на основе технологий SDN и NFV. □

IBM...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 1

до 2,7 кг — один из самых маленьких пингвинов в мире.

С новой линейкой IBM предложила возможность оплачивать мэйнфреймы “по подписке”. За квартал компания продает порядка 10—20 мэйнфреймов, сообщает TechCrunch со ссылкой на Росса Маури, генерального директора IBM Systems. Предложив гибкую модель оплаты по аналогии с облачными сервисами, корпорация рассчитывает увеличить количество клиентов — мэйнфреймы станут доступны тем, кто раньше не мог себе их позволить вследствие больших капитальных затрат. Маури уточнил, что мэйнфрейм будет находиться в дата-центре заказчика. Однако платить он за него будет по мере использования. Величина платежей будет зависеть от интенсивности эксплуатации машины. В компании не привели примеров стоимости. Возможность установить Ubuntu и стандартный набор программ Open Source тоже выглядит привлекательно для многих потенциальных заказчиков.

Согласно заявлению IBM, компания предоставила сообществу более 250 тыс.

строк кода программного обеспечения для мэйнфреймов, чтобы сделать платформу открытой и развивать инновации. Это, в частности, касается инструментов прогнозной аналитики, которые постоянно контролируют работу систем и предотвращают сбои в них, пишет издание V3.co.uk. В рамках дальнейшей поддержки разработчиков IBM создаст облачное решение LinuxONE Developer Cloud, которое станет платформой для разработки, тестирования и пилотного запуска новых приложений.

Новые системы призваны расширить число заказчиков на фоне снижающейся 13 кварталов подряд выручки IBM, компания также хочет вырваться из узкого круга потребителей супервычислительных устройств, предложив Ubuntu Linux и поддерживая открытые проекты уровня предприятия. IBM хочет расширить свой рынок за счет облачных, аналитических сфер и систем безопасности. Canonical и IBM также работают вместе над проектом OpenPOWER, поэтому их новый совместный проект ещё больше поможет обеим компаниям решить свои задачи. Аналитики считают, что для IBM будут открыты двери к клиентам там, где сильны позиции Canonical. Canonical, в свою очередь, получит выход на крупных игроков из базы IBM. □

KASPERSKY**ЛЕТО+**

Только этим летом! Покупая решения для ИТ-защиты бизнеса до 149 лицензий, получите 3 месяца действия лицензии в подарок!

ЛЕТОМ ДАЖЕ ЗАЩИТА ДОЛЬШЕ!

Лето — сезон особенный, многими любимый с детства. От лета все мы ждем тепла, солнца, каникул — и, конечно же, приятных сюрпризов! Этим летом «Лаборатория Касперского» исполняет желания и дарит клиентам 3 месяца лицензионной защиты. Приобретая в течение лета продукты «Лаборатории Касперского» для бизнеса, вы получаете дополнительные 3 месяца защиты бесплатно. Например, если вы приобрели продукт 1 июня 2015 года, то продлевать годовую лицензию вам будет нужно только 1 сентября 2016 года, то есть для вас годовая лицензия будет действовать целых 15 месяцев!

8 800 700 88 11
(звонок по России бесплатный)

kaspersky.ru/leto

© АО «Лаборатория Касперского», 2015. Зарегистрированные товарные знаки и знаки обслуживания являются собственностью их правообладателей. Реклама.





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

Ведущий эксперт группы ИТ
С. КОСТЯКОВ

Редакция

Главный редактор
А. МАКСИМОВ

1-й заместитель главного редактора
И. ЛАПИНСКИЙ

Научные редакторы
В. ВАСИЛЬЕВ,
Е. ГОРЕТКИНА,

О. ПАВЛОВА, С. СВИНАРЕВ,
П. ЧАЧИН

Обозреватели

С. ГОЛУБЕВ, С. БОБРОВСКИЙ,
А. КОЛЕСОВ

Специальный корреспондент
В. МИТИН

Корреспонденты

О. ЗВОНАРЕВА,
М. РАЗУМОВА, М. ФАТЕЕВА

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

И. МОРИУНОВСКАЯ

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, 2015

109147, Россия, Москва,

ул. Марксистская, д. 34, корп. 10,

PC WEEK/Russian Edition.

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.

Газета зарегистрирована Комитетом РФ

по печати 29 марта 1995 г.

Свидетельство о регистрации № 013458.

Отпечатано в ООО "Доминико",

тел.: (495) 380-3451.

Тираж 35 000.

Цена свободная.

Использованы гарнитуры шрифтов

"Темза", "Гелиос" фирмы TypeMarket.

Развитие системной интеграции в России. Как это было

НИКОЛАЙ НОСОВ

Любой человек, интересующийся корпоративными ИТ, может легко назвать несколько ведущих фирм — системных интеграторов. Но если попросить

ИНТЕРВЬЮ назвать не фирмы, а конкретные люди — результат уже не будет очевиден. Однако присутствие в этом рейтинге **Сергея Мацоцкого**, прошедшего с компанией IBS все этапы становления российской рынка системной интеграции, сомнений не вызывает. К нему мы и обратились с просьбой рассказать об основных этапах развития системной интеграции в России.

Расскажите, как все начиналось?

Сейчас уже немногие помнят, как начинался бизнес в России в конце 1980-х — начале 1990-х. А все начиналось с продажи персональных компьютеров. Все или по крайней мере очень многие наши олигархи начинали с этого.

Вы тоже начинали с торговли персональными компьютерами?

Нет, наша история началась с компании "Интермикро". Эта компания наряду с совместными предприятиями "Интерквадро", "Диалог", "Микроинформ", о которых сейчас почти никто не помнит, была тогда лидером на рынке программного обеспечения. "Интермикро" в основном фокусировалась на издательских системах. Это была первая отечественная компания, подписавшая дистрибьюторское соглашение с Apple.

Все ядро команды IBS вышло из "Интермикро". Мы хотели заниматься системами автоматизации для розничных банков. Точнее, розничный банк тогда, по большому счету, был один — Сбербанк.

Мы получили контракт на системы автоматизации для двух филиалов Сбербанка в Москве. Контракт был довольно рискованный, для "Интермикро" это была не профильная тема. С другой стороны, и нам хотелось самостоятельности.

В итоге мы договорились с "Интермикро", что уходим в самостоятельное плавание занимаясь банковскими технологиями. На первом этапе IBS даже расшифровывалось как "Интермикро бизнес-системы".

В общем, первый контракт нашей фирмы был самый что ни на есть интеграционный. Мы сделали эти два внедрения, на тот момент это были совершенно прорывные технологии — централизованная, интегрированная система с поддержкой пластиковых карт, с интеграцией с банкоматами.

То есть получается, что вы сразу начали заниматься системной интеграцией? А кто еще на рынке был в то время?



Сергей Мацоцкий

Да, IBS начала свою деятельность сразу с системной интеграции, хотя сам термин "системная интеграция" еще не использовался. Преимущественно тогда рынок развивался за счет торговли персональными компьютерами. Из компьютерных компаний выделялась "Стиллер" — первая реальная большая частная компьютерная компания. Потом появились такие известные в те времена фирмы, как "Эксимер", "Вист". Вы такие помните?

Я помню "Эксимер". Ее рекламу со слоганом "Результат превышает ожидания" часто крутили по телевизору. В 1993 г. я пошел работать в Мосуралбанк и закупил для него у "Эксимера" четыре компьютера. Три из которых сгорели в течение месяца. Тогда я понял смысл их рекламного слогана. Действительно, такого результата я никак не ожидал. И купил в IBS компьютеры Dell. Которые были списаны как морально устаревшие через десять лет безотказной работы.

Да, мы тоже не остались в стороне от этой тенденции и подписали контракт с Dell. Мы стали их первым и на долгое время единственным дистрибьютором в России. Тогда, как вы, наверное, помните, были компьютеры "белые", "желтые" и "красные". "Красные" делали здесь, "желтые" везли с Тайваня и из Кореи. Dell относился к "белым", то есть западным брендам — хорошо собранным и хорошо отстиранным.

А кто тогда занимался системной интеграцией?

На первоначальном этапе развития, года до 1998-го, крупнейшими игроками на этом рынке были IBS, ЛАНИТ, LVS ("Логоваз Системз") Леонида Богуславского, которую он продал в конце 1996 г. компании Price Waterhouse (сейчас PwC), и, наверное, "АйТи". А многие нынешние известные имена системной интеграции заявили о себе громко уже после кризиса 1998 г.

А как вы преодолели кризис 1998 г.?

До кризиса 1998 г. был еще кризис 1996 г. Я вам должен сказать, что для нас он был очень тяжелым, так как в преддверии выборов компьютеры покупали, а вот работы по ин-

теграции совсем прекратились. Народу у нас работало к тому времени много, зарплату надо было чем-то платить, а заказов нет. Это был первый раз, когда мы с таким столкнулись.

На самом деле в 1998 г. все было проще. Там было все понятно. Дефолт, обвал курса, бизнес падает до нуля... Штурвал на себя и начинаешь принимать какие-то быстрые очевидные решения. Сейчас уже понимаешь, что медленная рецессия, вроде той, в которой мы сейчас находимся, гораздо хуже, чем обвал, — больше неопределенности.

Тот кризис мы пережили, как все, хотя в первый момент было полное ощущение, что вообще все закончилось.

Скажем, мне надо было первый раз массово уволить людей из компании. И в тот момент было полное ощущение, что тех людей, которых увольняешь, ты обрекаешь на голодную смерть. И не только их, но и их семьи. А те, кто остаются, имеют шанс выжить. Никто тогда даже представить себе не мог, что все начнет

быстро восстанавливаться. До середины 1999 г. было тяжело, а потом все быстро пошло вверх.

Кризис заставил о многом задуматься. Тогда, в январе 1999-го, мы решили создавать

Luxoft — компанию, которая будет заниматься заказной разработкой программного обеспечения для зарубежных заказчиков, чтобы меньше зависеть от экономической ситуации внутри России. Мы хотели конкурировать с индусами в офшорном программировании — идея

(ее придумал Анатолий Карачинский) казалась тогда совершенно безумной. У нас был дивизион программных решений. Какое-то время его даже возглавлял Евгений Веселов — легендарный российский программист, автор текстового процессора "Лексикон". В 1999 г. он уже уехал работать в Microsoft, а на основе дивизиона мы начали строить Luxoft — компанию, в которой сейчас работает 10 тыс. человек и капитализация которой приближается к 2 млрд. долл.

А как перенесли кризис другие интеграторы?

Так или иначе, почти все его пережили. Довольно сложно припомнить такую крупную компанию, которая бы обанкротилась в ходе того кризиса. Из потерь могу вспомнить только компанию "Анкей". Она вместе с нами и ЛАНИТОм была крупным подрядчиком в ЦБ. "Анкей" не пережила кризис 1998 г. Ее купила АФК "Система" Владимира Евтушенкова, и дальше она пре-

кратила свое существование. Любопытно, что это же потом произошло еще с несколькими компаниями, которые поглотила "Система".

Давайте перейдем к проблеме 2000 г. Эта проблема была плюсом для фирм интеграторов?

Она для всех ИТ-компаний была плюсом, но небольшим. Шуму было много, но реально проблема в наших условиях была преувеличена.

Помню по этому поводу одну историю. Аудитор "Газпрома", компания PwC была очень озабочена "Проблемой 2000" и собрала специальное совещание, куда пригласили и нас как в то время главного системного интегратора "Газпрома". На нем выступил член правления "Газпрома" Василий Григорьевич Падюк, отвечавший в том числе и за ИТ, который рассказал: "Чем отличаются водители "Волги" и "Мерседеса"? Если ломается "Мерседес" — водитель выходит, звонит в сервис и ждет, когда кто-то приедет. А водитель "Волги" достает инструмент, чинит и едет дальше. И вот "Газпром" пока, не знаю, к счастью или несчастью, больше похож на "Волгу", чем на "Мерседес". Так что спите спокойно".

В 2000 г. рынок системной интеграции начал стремительно расти. Серьезным заказчиком стал Сбербанк, появились много других крупных банков, которым также требовались ИТ.

Началась эпоха массового внедрения ERP-систем. Интеграторы увлеклись созданиями больших команд, которые внедряли ERP. Появились достаточно приличные узкоспециализированные интеграторы, которые занимались только этим.

Можно поподробней о специализации? На чем специализировались ведущие компании?

IBS традиционно тяготела к софтверным проектам. "Железную" дистрибуцию выделили в отдельную компанию Dell Systems. Мы же в IBS занимались большими сложными проектами с разработкой ИТ-архитектур, программными комплексами, внедрением SAP, разработкой заказных программных систем, интеграционными технологиями, хранилищами данных. IBS стала группой компаний, но ядром группы был системный интегратор IBS, и нашей основной специализацией были ИТ-услуги и консалтинг. Такая структура была удобна заказчикам, так как было понятно, кто чем занимается.

"Крок" и "Ай-Теко" тогда больше тяготели к инфраструктурным проектам. ЛАНИТ традиционно занимается сразу всем — у него есть и инженерия, и дистрибуция, и розница, и инфраструктура, и разработка, и внедрение. Тогда ▶

же стал очень заметным такой крупный интегратор, как “Техносерв”, который был подрядчиком в РЖД и ряде других крупных проектов.

Рынок стал многообразным, пестрым. Началась отраслевая специализация. В 1990-х погоду делали примерно 20 больших клиентов. А в 2000-х больших клиентов уже было 200. Появилось много крупных банков, которым были нужны работы по системной интеграции. Большие проекты вели металлурги, нефтяники. Это было золотое время для системной интеграции, и до 2008 г. рынок рос очень быстро.

А как отразился на рынке 2008 г.?

Рынок интеграции — он родом из советской технической интеллигенции, обладавшей удивительным уровнем выживаемости. Компаний, которые тогда разорились или ушли с рынка, было очень мало. Все работало из последних сил, но почти никто не исчез.

Было очень тяжело. Кризис 2008 г. ударил по рынку интеграции сильнее, чем по рынку “железа”. Потому что интеграция — это много инженеров, много технического персонала, много внедренцев, а потому, когда рынок схлопывается почти в два раза, то возникает проблема — всем надо платить зарплату.

Курс рубля тогда с 28 скакнул до 36 (теперь мы уже привыкаем и к более сильным скачкам, но тогда это выглядело катастрофически). Вспомнился опыт прошлых кризисов — штурвал на себя, сократить издержки, порезать зарплату.

По опыту прошлых кризисов казалось, что кризис — это на какое-то время. В 2009 г. оптимизма было больше, чем сейчас. Считалось, это нормальный мировой кризис — всё закончится и опять всё будет в норме. Чем глубже упали — тем быстрее будем подниматься.

Плавно переходим к текущему кризису. Как обстоит дело сейчас?

Уже в 2013 г., еще до всех крымских событий, стало понятно, что ситуация отличается. Ничего не начинает расти. Начались разговоры про стагнацию, оптимизма поубавилось. Потом произошли известные события, и мы оказались совсем в другой реальности.

Вопрос по новой реальности. Как интеграторы работают по программе импортозамещения?

Вообще-то ситуация, особенно в первое время после введения санкций, сложилась довольно острая. Некоторые наши клиенты пережили несколько довольно неприятных моментов, когда поняли, что ИТ-системы, которые по сути являются кровеносными системами их предприятий, могут быть отключены или остаться без поддержки в один момент.

Эта ситуация породила очень много разговоров. Тотальная мобилизация, сядем и разработаем свою операционную систему и базу данных, офисный пакет, ERP и остальное. Эти разговоры идут уже давно, а результатов я как не видел, так и не вижу.

У нас появились свои процессоры “Эльбрус” и “Байкал”...

“Эльбрус” и “Байкал” — продукты довольно узкоспециальные и, по сути, ничего не решающие с точки зрения импортозамещения. И что значит свои? Например, физически “Байкал” производится в Китае. Так что с таким же успехом можно купить интеловские микросхемы — они продаются в любом магазине. Я не верю, что в деталь, которая производится миллионными тиражами, продается в каждом магазине и исследуется миллионами программистов каждый день, можно спрятать какую-то опасную “закладку”. В этом смысле процессоры Intel не являются “узким местом” для импортозамещения.

Это хорошо, что мы сделали свои процессоры, этим тоже надо заниматься. Но, как мне кажется, к импортозамещению в корпоративных ИТ-системах это отношения не имеет.

О чем нужно подумать? Скажем, хай-энд продукцию — мэйнфреймы, RISC-серверы — производитель может контролировать легко по всему жизненному циклу, так как они выпускаются на заказ под конкретного пользователя и требуют постоянных обновлений ПО и т. д.

Самое узкое место у нас не процессоры. Самая тяжелая ситуация с точки зрения импортозамещения — базы данных Oracle. На почетном втором месте — Microsoft в области операционных систем. Windows, Windows Server.

Но можно использовать Open Source-решения. Перейти с Oracle на PostgreSQL...

Я не знаю ни одной большой промышленной или банковской системы, которая бы реально работала на Oracle DB и мигрировала на PostgreSQL. Ни одного кейса, я их специально искал! Oracle стоит очень дорого, причем не только в покупке, но и в поддержке. И это означает, что в мире есть много людей, которые хотели бы сэкономить на лицензиях и поддержке, перейдя на PostgreSQL. Даже без всяких санкций. Но таких примеров не видно.

Но можно работать и без технической поддержки. В советское время как-то справлялись?

Да, это я как раз отлично помню. Я работал в начале 1980-х в Центральной геофизической экспедиции, в которую в 1979 г. был куплен мэйнфрейм IBM в полной комплектации со всеми геофизическими пакетами.

А в 1980-м, после событий в Афганистане, эта машина была снята со всей поддержки. И приходилось разбираться во всем самостоятельно. Там был матричный процессор, который сбился. Запчастей не было, документации не было, и надо было его как-то починить. И я его чинил. Это было интересное занятие.

Но в тот момент мы так жили. Это была целая индустрия, огромная школа, государственная политика. Был НИЦЭВТ, который переводил операционную систему IBM370 на OS6.1. И была огромная инженерная команда, которая это делала. Для многих импортных продуктов мы реально понимали, что у нас никто за спиной не стоит. Сколько ни заплати — поддержки от производителя не будет. Поэтому нужно было засучить рукава и разбираться в кодах.

Эта школа и эта традиция за последние годы абсолютно исчезли. Мы, по большому счету, фантастически обленелись. Многие компании США и Европы не покупают такую поддержку, например от Oracle, которую покупают у нас, чтобы всегда работать на самой последней версии ПО. Там фиксируют версию и дальше поддерживают систему сами, иногда по 10—15 лет. Потому что они не готовы платить безумные деньги, чтобы иметь апгрейды, которые не нужны.

У нас так не принято, мы на поддержке не экономим. И за это нам сейчас придется платить.

Я как раз хотел перейти к конвергентным системам. Сейчас на слуху ваша “СКАЛА-Р”. Это ведь тоже ответ на проблему импортозамещения?

Да, это прямой ответ и наша версия того, какое импортозамещение сейчас необходимо. Может, я несколько нескромен, но я так понимаю, что это чуть ли не единственный реальный ответ на задачу импортозамещения, который можно пощупать руками, который можно купить, поставить и реально заместить что-то, да еще и сэкономить деньги.

Можно считать это новым уровнем интеграции? Вы же теперь не просто интегрируете продукты разных вендоров. Вы делаете уже интегрированную систему как ящик. И эти ящики можно потом собирать, наращивая и масштабируя всю систему.

Да, внешне это ящик, для потребителя внешне все выглядит очень просто. Есть ящик, можно подключить несколько — они будут работать вместе.

Внутри, наоборот, это выглядит крайне сложно. Это не просто набор железок, это интегрированная система с очень тонкой настройкой разного системного софта: софта виртуализации, программно-определяемой системы хранения, ПО балансировки производительности, управления, ИБ. Конечно, вы и раньше могли заказать такое у своего интегратора — все компоненты доступны на рынке. Но насколько хорошо это работало бы вместе — большой вопрос, и такая заказная интеграция точно стоила бы значительно дороже.

“СКАЛА-Р” отличается от того, что можно было купить раньше, именно набором этого софта, который тщательно протестирован и уже протестирован в комплексе.

Мир “железа”, с этой точки зрения, закончился. Собрать физически x86-платформу — не проблема. Компоненты продают тысячи фирм. Качественное отличие современных решений лежит в софте.

И это большой вызов для интеграторов. С одной стороны, “железо” превращается в коммодити, за него никто не будет переплачивать. А с другой — возникает большое количество довольно тонких и инженерно емких задач. Их нужно решать на довольно низком уровне, разбираясь в тонкостях настройки ПО, “железа”, делать тюнинг этого “железа”, нужно разбираться в прикладных системах, чтобы любые прикладные системы работали на простой типовой архитектуре.

Система собрана на компьютерах с архитектурой x86?

Да, и это очень важно. Их поставки практически невозможно запретить. Они не производятся под клиента. Они производятся на склад. Если бы они производились под клиента — туда можно было бы поставить закладки, а так — нет.

А вы считаете, что в компьютерах массового производства не может быть закладок?

Может быть все что угодно. Вопрос цены. Стоило бы очень дорого сделать специальную партию и обеспечить ее поставку конкретному заказчику, так что вообразить такое довольно сложно. Это маловероятно, так что сначала лучше заняться другими, более вероятными угрозами, а их очень много.

А выше там все уже импортозамещенное?

Да, все ПО для комплекса “СКАЛА-Р” производится в России. Для виртуализации используется Parallels, для управления хранилищами, мониторинга и управления — целый комплект программ Naumen. Сборку делает российская Depo Computers.

Как обстоят дела с Big Data в России? Кого можно считать лидером?

Мне кажется, еще очень рано говорить о лидерах, мы в России еще даже первый шаг не сделали во внедрении Big Data, только ногу занесли. Просто есть те, кто думают, что что-то понимают в этой теме.

Вначале ты ничего не знаешь. Потом кажется, что все знаешь. Потом ты узнаешь больше и опять понимаешь, что ничего не знаешь. Мы в IBS вплотную занялись темой Big Data года два назад, и теперь, как мне кажется, дошли до этой третьей фазы.

Тем не менее IBS из тех, кто что-то по этой теме уже делает. Мы одни из немногих, у кого очень давно копилась экспертиза по сложной аналитике — уже десять лет назад мы делали проект по обработке неструктурированной информации для компании “Диалогия”, занимающейся обработкой и анализом медиаинформации — текстов, статей, социальных сетей. Тогда еще не использовался Hadoop и не было термина Big Data. Но по сути это были большие данные — анализ больших объемов разнородной информации, неструктурированные данные и так далее. “Диалогия” и сейчас использует наши разработки.

Текущих проектов с Big Data я называть не могу — они есть, но пока не закончены. Но могу сказать, что это проекты в областях, в которых эта технология раньше не использовалась: маркетинг, анализ лояльности, кластеризация покупателей. В ближайшее время клиентами Big Data будут те, кому надо обрабатывать большие объемы информации. Это ритейл, это банки (с точки зрения скоринга и кредитных рисков), это телеком.

С кем лучше работать интегратору — с бизнесом или государством?

Все по-разному. Везде есть свои плюсы и свои минусы. Плюс госсектора — это масштаб. В государственном секторе делаются такие проекты, каких в частном секторе быть не может. Мы десять лет были системным архитектором информационной системы Федерального казначейства. Конкурс мы выиграли в 2000 г. Это одна из самых больших ИТ-систем в стране. Очень интересно заниматься подобными проектами, это эмоционально очень увлекает.

Еще один плюс, который есть у государства. Если у тебя есть контракт и ты работу сделал, тебе за нее точно заплатят, и в срок. Государство надежный заказчик, особенно в ситуации падающего рынка.

Недостатки государства — огромное количество документов, бюрократия, плохой, с точки зрения интеграторов, закупочный механизм.

Вы имеете в виду систему тендеров?

Ну конечно. Та конкурсная система, которая у нас используется, очень хороша для закупки простых типовых товаров. А когда ты покупаешь сложное техническое изделие, с пусконаладкой, внедрением, разработкой — эти вещи гораздо сложнее заранее описать. Главный фактор при выборе поставщика по закону — цена, а качество услуг и квалификация поставщика имеют гораздо меньшее значение.

В результате появилась целая категория участников рынка, специализирующихся на тендерном рейдерстве. Такая компания может прийти и предложить сколь угодно низкую цену работ, вымогая деньги с других участников за свой выход из конкурса. Естественно, если она выигрывает конкурс, то выполнить работы она не может, да и не собираются она выигрывать. Федеральная контрактная система (44-ФЗ) исправила ряд недостатков системы, но не устранила их полностью.

Да и контролируют тебя за бюджетные деньги в десять раз сильнее. Могут прийти Счетная палата, прокуратура, налоговая — это тоже недостаток.

Я заметил, что у вас в приемной лежит PC Week/RE. Вы его читаете?

В 1990-е и 2000-е читал от корки до корки. Надо знать, что на рынке происходит. Сегодня не могу сказать, что читаю от корки до корки, но обязательно просматриваю. Мир поменялся, и большой информационный поток идет через Интернет. А то, что я раньше читал на бумаге, теперь в основном читаю в iPad. □

Импортозамещение: эксперты поддержали разработку продуктов с открытым кодом

СЕРГЕЙ ГОЛУБЕВ

Три главных вопроса импортозамещения инфраструктурного ПО — что, кому и за чей счёт делать? Как водится, меньше всего ясности с последним пунктом. По замыслу Минкомсвязи управлять работой должна пока ещё не созданная АНО (автономная некоммерческая организация), которой будет выделено 18 млрд. руб. из бюджета.

Разумеется, предусматриваются также и инвестиции со стороны бизнеса, но какая-либо конкретика тут вообще отсутствует. Да и государственное финансирование — дело пока ещё не решённое, хотя уже активно критикуемое.

Впрочем, участвующие в проекте ИТ-компании ничего плохого в госфинансировании не видят. “В нашей ситуации, когда отечественный рынок ПО уже поделен и заказчики “плотно подсади” на имеющиеся решения, пробиться на этот рынок не так легко, и субсидии вполне оправданны с точки зрения интересов государства. Тем не менее обособленность субсидирования государством того или иного частного бизнеса нередко является объектом критики. Тут эксперты придерживались четкого подхода: поддерживать следует только разработку и только продуктов с открытым кодом. Например, заявку по СУБД “Линтер”, предлагающую развитие проприетарного ПО, оценили высоко, но выделять средства на него рекомендовали



Дмитрий Комиссаров



Иван Панченко

с помощью “инструментов венчурного финансирования”. Таким образом, государство поддерживает не столько бизнес, сколько создание “общего блага”, то есть продукта, который может использоваться всеми. Конечно, де-факто определенный приоритет в использовании этого блага будет у его создателей, но требование существенного софинансирования проекта его участниками компенсирует и это”, — рассказал заместитель генерального директора ООО “Постгрес Профессиональный” Иван Панченко.

Генеральный директор ALT Linux Алексей Смирнов уточняет детали: “В данном случае нет оснований говорить о прямом финансировании частного бизнеса. Бюджетные средства планируется выделять только на оплату труда разработчиков, а все накладные расходы будут нести компании, входящие в соответствующие консорциумы. О какой-то прибыли речь также не идёт. Поэтому участники не получают сколько-нибудь заметных конкурентных преимуществ. Просто мы быстрее сделаем то, что сделали бы в любом случае. Конечно, субсидирование зарплат поможет нам, но результаты могут быть в равной мере использованы всеми участниками рынка”.

Действительно, предложенный метод выглядит вполне эффективным. Вместо того чтобы заказать бизнесу разработку конкретных продуктов, а потом ещё и финансировать их техническую поддержку, государство, образно говоря, берёт программистов у бизнеса “в аренду”. А созданные на основе их работы конкретные продукты компании будут развивать

самостоятельно и зарабатывать на этом деньги.

Президент и генеральный конструктор “НТЦ ИТ РОСА” Владимир Рубанов делится своей точкой зрения на предложенную концепцию государственного финансирования: “В России уже есть компании, являющиеся центрами компетенции по некоторым направлениям разработки

ПО. Задача заключается в том, чтобы интенсифицировать процесс разработки и масштабировать эти компетенции. Поэтому государство не заказывает им какую-то разработку, как это принято при обычном госзаказе, а субсидирует повышение темпов их развития. Все необходимые решения мы сделали бы и без помощи государства. Но, во-первых, в меньшем объёме, а во-вторых, не так быстро. Государство стимулирует

температуру и масштаб. По сути оно инвестирует не юридические лица, а специалистов, являющихся носителями компетентности. Которые, кстати, могут просто перейти на работу в другую компанию. Тут важен именно макро взгляд на развитие отечественных кадров и независимых от санкций базовых технологий и решений для нужд страны в целом. Более того, это позволит повысить степень вовлечённости конкретных людей в международные открытые проекты. И соответственно степень их влияния в них. Государство при этом получает квалифицированные отечественные кадры, повышение роли России в международных сообществах разработчиков, а также соответствующие технологически независимые решения”.

А вот ситуация с первыми двумя вопросами (что делать и кому делать) начала проясняться. На сайте Минкомсвязи опубликован протокол экспертной оценки проектов по импортозамещению инфраструктурного ПО, соответствующего пунктам 4—8 плана, утвержденного приказом Минкомсвязи России от 1 апреля 2015 г. № 96 “Об утверждении плана импортозамещения программного обеспечения”, в котором названы приоритетные проекты по следующим направлениям: “Мобильные операционные системы”, “Клиентские операционные системы/Серверные операционные системы”, “Системы управления базами данных”, “Средства управления “облачной” инфраструктурой и виртуализацией” и “Пользовательское офисное программное обеспечение”.

Разумеется, этими направлениями общий список импортозамещения не исчерпывается. Но на совещании рассматривались исключительно общесистемные инфраструктурные проекты. Узкопрофильные отраслевые решения выделены в отдельные группы, развитием которых будут заниматься специально созданные для этого консорциумы.

В состав экспертной комиссии вошли представители ОАО “Интер РАО ЕЭС”, ВГТРК, ЦБ РФ, ОАО “СО ЕЭС”, ОАО “Газпром нефть”, Объединенной авиастроительной корпорации, Новосибирского института программных систем, группы ЕВРАЗ, АО “Вертолеты России”, госкорпорации “Ростех”, “Роснефти”

и других отечественных организаций. Участникам обсуждения было предложено оценить представленные проекты по следующим критериям:

- имеющийся задел в предметной области;
- опыт коммерческих проектов;
- участие в международных СПО-проектах;
- соответствие целевым техническим характеристикам;
- импортонезависимость;
- корректность оценки затрат;
- реалистичность плана реализации проекта.

О работе комиссии рассказывает Иван Панченко: “Эксперты старались найти оптимальный баланс, заключающийся в максимальном использовании как отечественной компетенции, так и разработанных международным сообществом свободно распространяемых программных продуктов. Хорошо, что СПО с высоким российским участием рассматривается наравне с чисто российскими продуктами. Более того, ему явно отдается приоритет. Таким образом, курса на технологическую изоляцию и опоры только на собственные силы нет. На мой взгляд, это правильно, так как изоляция и попытки “догнать” с большой вероятностью приведут к технологической отсталости”.

Это подтверждает Дмитрий Комиссаров, генеральный директор компании “Новые облачные технологии”: “Как было сказано на экспертизе в Минкомсвязи — они не видят необходимости финансирования проектов, которые не открывают результаты по СПО-модели. В качестве аргумента приводилось, что иначе компания будет продана и уйдет из России”.

В направлении “Клиентские операционные системы/Серверные операционные системы” наивысшую экспертную оценку получил проект “Корпоративная платформа на базе отечественных операционных систем”, представленный компаниями “Альт Линукс”, ООО НТЦ “РОСА”, “КриптоПро”, “ЛАНИТ-Интеграция” и др. Это означает, что при положительном решении вопроса о государственном финансировании именно данный проект будет рассматриваться в качестве приоритетного.

Перспективы развития этого направления раскрывает Алексей Смирнов: “По поводу десктопной платформы у участников обсуждения было единое мнение — она уже достаточно хороша и может развиваться без государственного финансирования. Конечно, какие-то проблемы есть, но все они решаются. Основная задача — построение платформы для тяжёлых серверных решений enterprise-класса. Теоретически в Linux всё это есть уже сегодня. И многое работает “из коробки”. Но практика крупных внедрений показывает, что развёртывание комплексов с количеством пользователей от 50 тыс. на разных площадках и со сложной системой управления — это каждый раз “квест”. Важно, чтобы для enterprise-решений был полный набор компонентов — домен в соответствии со спецификациями, системы коллективной коммуникации с высокой степенью интеграции и т. д. Причём

управлять всем этим хозяйством должен обычный администратор”.

Своими соображениями на этот счёт делится Владимир Рубанов: “Главная задача — приведение существующих сегодня в Linux средств управления корпоративной ИТ-инфраструктурой к привычному для корпоративного сектора виду. Грубо говоря, создание функциональных аналогов Microsoft System Center, Microsoft Active Directory, Microsoft Exchange и т. п., способных управлять как большим количеством чисто Linux-инфраструктур, так и смешанными ИТ-инфраструктурами. Разумеется, это не создание продуктов с нуля — многие компоненты уже существуют, следует только в отдельных случаях доработать функциональность и всё интегрировать в единые интерфейсы управления”.



Владимир Рубанов

Но не получится ли так, что каждая компания начнёт “тянуть одеяло на себя”? Алексей Смирнов уверен, что такая опасность проекту не угрожает: “Разумеется, и у “Альт Линукс”, и у РОСА есть своя специфика. Но компоненты будут доступны всем участникам на уровне исходного

кода. К тому же разработку планируется распределить между всеми — каждый будет заниматься тем, что у него лучше получается, в чём он обладает большей компетентностью. В этом и смысл проекта — сообща сделать то, что нужно всем”.



Алексей Смирнов

В направлении “Системы управления базами данных” первое место занял проект “СУБД PostgreSQL и связанные с ним решения”, представленный ООО “Постгрес Профессиональный”, ООО “Диасофт Платформа”, ООО “1С” и другими компаниями.

Иван Панченко рассказывает: “Финансирование разработки PostgreSQL государством и софинансирование компаниями — участниками проекта даст возможность привлечь больше разработчиков, в том числе и научных коллективов, к работе над ключевыми задачами совершенствования этой СУБД, а также вспомогательного и прикладного ПО. Мы ожидаем, что это даст мощный толчок в решении двух взаимосвязанных задач. Во-первых, сделать PostgreSQL еще более пригодной для решения задач промышленного уровня и более конкурентоспособной по сравнению с ведущими коммерческими СУБД. А во-вторых, создать в России индустрию СУБД-строения как самовоспроизводящуюся экосистему, связанную с PostgreSQL, которая будет включать разработчиков ядра СУБД, разработчиков смежных и прикладных областей, рынок разработки, системы обеспечения качества, образование и науку. Помощь со стороны государства позволит умножить наши усилия и организовать работу консорциума, чтобы достичь целей в более короткий срок и с большей степенью уверенности”.

Проект “Пакет офисного программного обеспечения «МойОфис»”, альтернативный решениям MS Office, MS Office 365, Google Apps, был представлен ООО “Лаборатория облачных технологий” и ООО “Новые облачные технологии” и занял третье место в направлении “Пользовательское офисное программное обеспечение”. Это косвенно подтверждает приоритетный статус свободных решений. Дмитрий Комиссаров комментирует: “Нам сложно оценивать свою категорию, поскольку мы изначально предупреждали, что пока не готовы открыть проект полностью. Хотим пожелать коллегам успехов, пусть в России будет много хороших офисных решений”.

“Мобильная печать стала общепризнанной необходимостью”

Благодаря широкому распространению мобильных устройств и облачных сервисов обычные люди и бизнес-пользователи освободились от привязки к персональным компьютерам, получив возможность доступа к своим данным и приложениям практически из любого места, где можно подключиться к Интернету. Тем не менее в случаях, когда нужно что-либо распечатать, многие предпочитают делать это привычным образом с помощью ПК, хотя возможности для мобильной печати уже достаточно развиты и представлены разнообразными технологиями. О таких технологиях и о ситуации в области мобильной печати рассказывает **Алексей Покровский**, менеджер по развитию категории “Струйные устройства печати” компании Hewlett-Packard Россия.



Алексей Покровский

Активное использование мобильных технологий в повседневной жизни и работе — это реальность, оказывающая трансформирующее влияние на ИТ-отрасль в целом. Как данный тренд отразился на сфере домашней и офисной печати?

Сейчас и дома, и в офисах, безусловно, доминирует печать в традиционном ее понимании, предполагающем подключение персонального компьютера к печатающему устройству. Однако все чаще свои рабочие и личные задачи мы решаем с помощью мобильных устройств, при этом нередко возникает необходимость что-то с них распечатать. Такая возможность есть, и данные внутренних исследований компании HP говорят о том, что в настоящее время к ней активно прибегают до 13% мобильных пользователей. Есть все основания полагать, что в дальнейшем их количество будет только расти.

Какой процент покупателей печатной техники, по вашим оценкам, изначально заинтересован в мобильной печати и многие ли из них относят такую функциональность к числу важных критериев выбора печатающего устройства?

Могу сослаться на данные исследования компании Select&Buy. Они говорят о том, что уже более 20% покупателей рассматривают функционал мобильной печати как важный критерий при выборе принтера или МФУ.

Тема мобильной печати поднимается уже не один год, под мобильные ОС разработаны фирменные приложения и программы сторонних производителей (в том числе Google), в устройствах разных производителей анонсирована поддержка мобильной печати... Но можно ли сказать, что эта проблема фактически решена?

К сожалению, универсального решения, которое можно было бы отнести к категории out-of-the-box (“достал, включил, печатаю”), для всех операционных систем пока нет. Но базовый функционал для печати предусмотрен в устройствах Apple с операционной системой iOS и устройствах с Android начиная с версии 4.4. Такие мобильные устройства изначально поддерживают базовые функции печати. Для других версий ОС, а также для расширения функционала управления принтером компания HP выпустила специальное приложение HP AiO Remote, которое доступно для сред iOS, Android и Windows. С помощью этого приложения можно не только распечатывать документы и фотографии, но и сканировать бумажные документы, а также управлять устройством печати непосредственно с экрана смартфона или планшета.

В чем основная сложность организации печати с мобильных устройств? Какие способы и технологии поддержки мобильной печати сегодня наиболее распростра-

нены? Каковы их преимущества и недостатки?

С точки зрения используемых технологий решения для мобильной печати можно разделить на несколько групп. Первую составляют инструменты для удаленной печати через облако. Вторую — решения для локальной печати с подключением через беспроводную сеть Wi-Fi. Третья группа — это решения для локальной печати с применением технологии ближней радиосвязи NFC. К четвертой можно отнести решения, поддерживающие возможность запуска печати через меню управления на их экране непосредственно из облачных сервисов (например, из Google Docs, Box.com и т. д.) или из облачных приложений, установленных на устройстве (HP снабжает ряд своих моделей предустановленными приложениями, позволяющими напечатать, в частности, детскую раскраску, прогноз погоды, оригами, головоломку судoku и т. д.). Пятая группа, которая фактически представляет собой разновидность первой, — это решение Google Cloud Print, позволяющее обладателю учетной записи Google печатать что-либо с любого мобильного устройства с доступом к его аккаунту. Но для этого необходимо предварительно зарегистрировать в своем Google-аккаунте устройство печати.

Отдельно стоит сказать о безопасности мобильной печати. Для бизнес-пользователей вопрос конфиденциальности и защищенности печати стоит очень серьезно. Для таких случаев специалисты HP разработали и предлагают решение ePrint Enterprise, предполагающее обработку заданий на печать и оцифровку печатаемых документов не в облаке HP, а на сервере самого заказчика.

В свое время HP предложила и активно продвигала технологию мобильной печати ePrint. Как с тех пор развивались технологии мобильной печати в компании?

Технология ePrint в своем изначальном виде была анонсирована еще в 2009 году. С точки зрения пользователя, процесс выглядел так: задание на печать отправлялось на присвоенный принтеру адрес электронной почты (например, 12345@hpeprint.com), и через некоторое время (как правило, 30—60 секунд) принтер выдавал распечатку. Фактически задание обрабатывалось в облаке HP (HP ePrint Center) и переправлялось на устройство печати на языке управления данным устройством (домашние принтеры HP используют язык PCL 3). Главное преимущество такого

решения заключается в его независимости от операционной системы клиентского устройства, с которого отправляется задание на печать. Это может быть абсолютно любая ОС, но необходимо, чтобы устройство позволяло отправлять электронные письма. То есть оно должно иметь почтовый клиент, а принтер соответственно должен быть подключен к Интернету. Кроме того, по понятным причинам сервис предполагает некоторое ограничение по объему задания — не более 5 Мб. Все это определяет обратную сторону медали, т. е. основные недостатки решения.

Конечно, с момента запуска сервиса HP ePrint представления о мобильной печати значительно расширились. Теперь мы можем печатать и сканировать на принтере через специальное приложение и даже без него, делать это в удаленном режиме (через все то же облако HP) или локально. В последнем случае это может быть реализовано через Wi-Fi-маршрутизатор или с использованием технологии Wi-Fi Direct, то есть через прямое беспроводное соединение мобильного устройства с печатающим. Стоит также отметить, что сейчас сервисы мобильной печати интегрируются с социальными сетями.

Широкое распространение цифровых технологий, в том числе мобильных устройств, казалось бы, должно способствовать снижению потребности пользователей в печати. К тому же имеющаяся на телефоне или планшете информация, включая фотографии и документы, как правило, синхронизируется с облачными сервисами, которые доступны и с персонального компьютера. Стоит ли в таком случае пользователю переплачивать за дополнительный мобильный функционал печати, если потребность в нем возникает лишь эпизодически?

Речь здесь идет о довольно распространенных заблуждениях. Во-первых, считать, что пользователь переплачивает, приобретая принтер или МФУ с поддержкой мобильной печати, — это ошибка. Сегодня беспроводные технологии так широко распространены и стали уже настолько доступными, что модуль Wi-Fi можно встретить даже в кухонной технике. Если же говорить о печатной технике, то в модельном ряду HP все устройства, снабженные Wi-Fi-адаптером, изначально поддерживают мобильную печать.

Во-вторых, нельзя говорить о снижении потребности пользователей в печати. Конечно, не всё то, что мы просматриваем на экране планшета или смартфона (фотографии, веб-страницы, карты, почту и т. п.), нам нужно перенести в твердую копию. Но объем потребляемого контента растет в геометрической прогрессии, и это факт. Возьмем, к примеру, фотографии. По внутренним данным компании HP, количество снимков, сделанных в мире с помощью встроенной в смартфон камеры, в 2012 году составило около 500 миллиардов. К 2017 году, согласно прогнозу, эта цифра превысит один триллион. При этом каждый третий обладатель смартфона или планшета хотя бы изредка печатает фотографии. Еще один из каждых трех не печатает, но уже заинтересован в такой возможности.

Сейчас мы говорим не только о печати фотографий, хранящихся на мобильном устройстве, но и о том, что это можно сделать напрямую из социальных сетей Facebook или Instagram, предварительно отредактировав снимки или объединив их в коллаж. Подобным функционалом обладает, в частности, приложение HP Social Media Snapshots, доступное в Google Play и Apple AppStore.

По большому счету мобильному пользователю нужен не принтер, а сервис, который позволил бы без проблем распечатать документ или фотографию, если в этом возникнет потребность. И не факт, что в этот момент пользователь будет находиться у себя дома или в своем офисе. А значит, ему нужна возможность сделать это на том устройстве, которое есть поблизости, — т. е. универсальный инструмент печати, не привязанный к конкретному производителю. Именно это позволяет, например, сервис виртуальной печати Google. Что в противовес этому могут предложить пользователю разработчики фирменных решений HP?

Должен сказать, что решения HP для мобильной печати не конкурируют с сервисом Google. Скорее наоборот: создав концепцию мобильной печати (включающую разные решения), компания HP обеспечила возможность таким компаниям, как Google, предложить своим пользователям удобный и эффективный способ решения их задач — например, с помощью сервиса Google Cloud Print.

Что касается необходимости печатать “здесь и сейчас” (в гостинице, в бизнес-центре и т. д.), в большинстве случаев предполагающей печать не на личном принтере, то реализовать это не так уж сложно либо по электронной почте через сервис HP ePrint, либо через беспроводное подключение к ближайшему принтеру с модулем Wi-Fi. Можно привести массу примеров предоставления подобного сервиса.

На какие свои модели HP рекомендует обратить внимание тем, кто хотел бы иметь простую возможность печатать с мобильного устройства?

В принципе, как я уже говорил, такую возможность поддерживают все принтеры и МФУ HP с Wi-Fi-модулем. Однако в первую очередь мы рекомендуем присмотреться к МФУ с сенсорным экраном: по цене они не слишком отличаются от более младших моделей, зато намного удобнее их в повседневной эксплуатации. Это касается удобства подключения к ним мобильного устройства, работы с приложениями и т. д.

Тем, кто ориентируется на небольшие и средние объемы печати, подойдет линейка устройств HP Deskjet Ink Advantage. Если же вы печатаете более 300 страниц в месяц, имеет смысл подумать о приобретении какой-либо из моделей линейки HP Officejet Pro, которые характеризуются более высокими скоростью печати и рекомендованной рабочей нагрузкой. Устройства обеих линеек поддерживают мобильную печать.

Какую роль в совершенствовании мобильной печати HP отводит разработчикам мобильных ОС и мобильных приложений, а также провайдерам популярных среди мобильных пользователей облачных сервисов?

К настоящему времени мобильная печать стала общепризнанной необходимостью. Об этом свидетельствует, в частности, создание альянса MOPRIA (Mobile Printing Alliance). Основанный компаниями Canon, HP, Samsung и Xerox, он объединяет производителей печатной техники, разработчиков мобильных устройств и программного обеспечения для них с целью стандартизации мобильной печати и упрощения использования этой технологии для владельцев любых мобильных устройств. Такая стандартизация может быть осуществлена только объединенными усилиями с учетом инноваций как в аппаратном, так и в программном обеспечении.



Эволюция российской ИТ-дистрибуции: от "дикого" ввоза к зрелому бизнесу

КОНСТАНТИН ГЕРАЩЕНКО

Обзоры Дистрибуторский бизнес был и остается одним из главных столпов российского ИТ-рынка. Даже сегодня доля аппаратного и программного обеспечения, импортируемого в нашу страну, остается весьма большой, а в первые годы рыночной экономики поставки из-за рубежа покрывали практически все 100% наших потребностей в вычислительной технике, периферийном оборудовании, аксессуарах и ПО.

Без преувеличения можно сказать, что дистрибуция — это самый старый сегмент отечественного рынка ИТ. И в истории становления и развития дистрибуторских компаний отражались, как в зеркале, все перипетии, взлеты и падения российской ИТ-индустрии.

Американец Джим и тетя в банке

Надо отметить, что период "дикого" ввоза и примитивных товарно-денежных отношений по схеме "купил-продал" длился совсем недолго, он захватил лишь конец 1980-х прошлого столетия. Люди, пришедшие в ИТ-бизнес, а это были в основном весьма квалифицированные сотрудники крупных предприятий, НИИ, КБ, "почтовых ящиков" и вузов, быстро смекнули, что поставка вычислительной техники — очень перспективное дело, если его изначально поставить на "цивилизованные рельсы" и развивать по канонам мирового рынка.

Как вспоминает один из старожилов рынка, Максим Сорокин, стоявший в свое время у истоков компании OCS, а ныне советник, член правления OCS Distribution, все началось в 1991—1992 гг., когда формировались первые крупные дистрибуторы — Mergysel (да-да, тогда Vergyssel называлась чуть иначе), "Стиплер", R-Style. "Все они занимались как прямыми продажами конечным пользователям, так и продажами в дилерскую сеть. Такой же хаос был у вендоров: помню, в какой-то момент у Hewlett-Packard (в то время — крупнейшего ИТ-вендора) было три дистрибуторских контракта, при этом они активно подписывали большое количество прямых договоров с дилерами. Все было перемешано, можно сказать, канала как такового не было. Но жизнь обычно сама подсказывает нам наиболее оптимальные схемы, и участники рынка постепенно пришли к пониманию, что канал продаж выстраивать нужно, что отделять дистрибуторский бизнес от бизнеса, связанного с продажей конечным пользователям, — необходимо, — рассказывает Максим Сорокин. — Это стало ключевым моментом — появилось понимание классического построения канала, классической дистрибуции. Все крупные игроки начали отделять свой дистрибуторский бизнес от прочих направлений, если таковые были, — R-Style создала RSI, "Стиплер" создала "Лампорт". Из тех крупных компаний, что были созданы на рубеже 1980—1990-х гг., сейчас дистрибуцией

не занимается, пожалуй, никто. Нынешние лидеры дистрибуции формировались уже после 1992 г. Они, как правило, имели опыт общения с дистрибуторами первой волны и понимание того, как надо и как не надо выстраивать работу с каналом. Все они стремились быть широкопрофильными классическими дистрибуторами".

Анна Пташкина, директор по развитию компании Treolan, считает, что начало формирования рынка ИТ-дистрибуции можно отнести к концу 1980-х, когда молодые, энергичные и предприимчивые научные сотрудники, предвидя бурное развитие ИТ, стали активно вливаться в кооперативное движение. Многие из нас хорошо помнят, как создавались кооперативы и совместные предприятия, которые на тот момент занимались абсолютно всем, начиная с продаж компьютеров и заканчивая созданием программного обеспечения. Так, в 1989 г. в реестре за № 97 была зарегистрирована компания ЛАНИТ (Лаборатория Новых Информационных Технологий). Начало 1990-х, по словам Анны Пташкиной, можно назвать мезозойской эрой ИТ-дистрибуции. Само понятие "ИТ-дистрибуция" тогда было еще весьма условным, но подобно тому, как в эпоху мезозоя формировались контуры современных материков и наряду с динозаврами появились млекопитающие, возникли компании, которые начинали выстраивать канал вендор — дистрибутор — интегратор/реселлер — заказчик. Одним из первых "мастодонтов", пришедших на рынок именно как вендор в нынешнем понимании, была компания Novell, а ее первым дистрибутором в России и стала ЛАНИТ. "В то время многие вендоры занимались прямыми продажами, а для дистрибутора не существовало особой разницы между реселлером и заказчиком, — говорит Анна Пташкина. — Не редки были ситуации, когда продажа, скажем, крупного по меркам тех лет заказа из полсотни компьютеров могла привести к образованию цепочки, состоящей из 8—10 продавцов. Рынок в то время отличался очень высокой прибыльностью. Например, реселлеру продажа ПО Novell на 50 пользователей давала возможность выплатить месячную зарплату сотрудникам".

Сергей Расколов, генеральный директор компании Merlion, убежден, что ИТ-дистрибуцию можно отнести к тому сегменту новой российской экономики, который в России начал развиваться одним из первых, на заре формирования рыночных отношений в стране. Первые дистрибуторы, в число которых в 1992 г. вошла и компания Merlion, по сути создавали новый, уникальный сегмент рынка. "И это были не банальные схемы "купи-продай". В ИТ-дистрибуции коммерческий потенциал соединялся с научным, требовались специалисты с хорошим техническим образованием, — подчеркивает Сергей Расколов. — К счастью, российские инженеры были и остаются

одними из лучших в мире, что позволило ИТ-отрасли в целом и ИТ-дистрибуции в частности развиваться достаточно бурно".

По мнению Андрея Смирнова, коммерческого директора компании USN, рынок ИТ-дистрибуции начал формироваться в точности тогда, когда и весь российский ИТ-рынок, — в период между 1992 и 1995 гг. Кто-то начал раньше, кто-то позже, но к 1995-му уже было несколько сформировавшихся игроков в этом сегменте. Похожей точки зрения придерживается и Александр Киреев, генеральный директор Landata. Он говорит, что начало формирования сегмента ИТ-дистрибуции относится к 1993—1994 гг. Именно в тот период из оптовых отделов компьютерных компаний стали выделяться подразделения, целенаправленно ориентированные на дистрибуцию. Тогда же началось формирование каналов продаж, а вендоры стали отдавать предпочтение двухуровневой модели сбыта. И именно в те годы появились первые компании, позиционировавшие себя в качестве ИТ-дистрибуторов, в том числе и в маркетинговом плане. А в названиях российских фирм замелькало слово "дистрибуция" и его производные.

Несмотря на то что отечественный ИТ-рынок по историческим меркам совсем молод, сегодня мало кто может вспомнить самые первые шаги наших компаний и предпринимателей. "Наверное, я не ошибусь, если скажу, что право на звание первого компьютерного дистрибутора принадлежит компании "Интерквадро", совместного русско-французско-итальянского предприятия, созданного на базе четырех учредителей, где самая большая доля (45%) принадлежала МАИ, — говорит Анна Зуева, директор компании "Делайт 2000". — Они зарегистрировались в декабре 1987 г., а через несколько дней после этого было зарегистрировано и советско-американское СП "Диалог". Помню, что зарабатывали в "Интерквадро" в те голодные годы очень хорошо, а попасть к ним было практически невозможно. Некоторые товары они продавали в 50 (!) раз дороже их стоимости в Европе. В наши дни ни одна компьютерная компания не получает таких доходов, маржинальность примерно в 5% — стандарт для дистрибуторской компании".

В то время (почти как сейчас!) существовали ограничения КОКОМ по экспорту стратегических товаров и технологий в СССР, поэтому основной смысл был в создании совместного предприятия с кем-нибудь из иностранцев, чтобы окольными путями доставить компьютерную технику в Россию. "Помню, как мой брат вместе с Константином Сидоровым организовали в 1992 г. компанию RRC, поскольку они удовлетворяли двум условиям, необходимым для создания СП: американец Джим и тетя, работающая в банке, которая помогла оформить кредит", —

Наши эксперты



АНТОН АНОШИН,
коммерческий директор,
Aiflex Distribution



АННА ЗУЕВА, директор,
"Делайт 2000"



АЛЕКСАНДР КИРЕЕВ,
генеральный директор,
Landata



ВЛАДИМИР ЛЕВАКОВ,
генеральный директор,
ASBIS



АННА ПТАШКИНА,
директор по развитию,
Treolan



СЕРГЕЙ РАСКОЛОВ,
генеральный директор,
Merlion



АНДРЕЙ СМИРНОВ,
коммерческий директор,
USN



МАКСИМ СОРОКИН,
советник, член правления
OCS Distribution



КОНСТАНТИН ШЛЯХОВ,
генеральный менеджер,
"Марвел-Дистрибуция"

вспоминает Анна Зуева. По ее словам, глядя на “Интерквадро”, Борис Фридман создал советско-венгерское предприятие “Микроинформ”, в котором был разработан первый российский редактор “Лексикон”. А на одной из выставок SofTool “Лексикон” продавали прямо со стенда. На той же выставке Наталья Касперская обходила стенды, предлагая известный антивирус. Так зарождалась софтверная дистрибуция.

“Это был первый, так сказать, доисторический период дистрибуции, когда наши бизнесмены делали пробные шаги по установлению отношений с зарубежными вендорами, — рассказал Андрей Смирнов. — О классической дистрибуции на этом этапе говорить не приходится, это были какие-то разовые контракты, единичные поставки. Но именно в то время начал формироваться костяк рынка, который цел и по сей день”. Второй этап, по его словам, — это начало классической дистрибуции, стандартного box-moving. Он продолжался примерно до конца 1990-х и характеризовался налаживанием логистики, развитием продуктовых направлений, формированием канала и принципов работы с ним, развитием маркетинговых инструментов и прочих инициатив. Третий этап — окончательное взросление рынка и понимание того, что на простом перемещении товара существовать уже нельзя, так как маржа на высокотехнологичные продукты неуклонно снижается. В это время ключевые игроки внедряют бизнес-модель по созданию добавленной стоимости к поставляемому оборудованию. Дистрибьюторы уже не просто перемещают продукцию со своего склада на склад партнера, но и осуществляют поддержку, оказывают консультационные услуги, развивают внутреннюю экспертизу для помощи клиентам в проектах и т. д. В это же время активно развивается нишевая дистрибуция — компании сосредоточены на работе с каким-то одним или несколькими продуктовыми направлениями, наращивая экспертизу именно в выбранном сегменте. “Наконец, четвертый этап — это наши дни, когда рынок четко разделен и мы видим зрелый подход к ведению бизнеса и здоровую конкуренцию. Этот этап характеризуется также высокой автоматизацией бизнеса дистрибьюторов”, — заключил Андрей Смирнов.

По оценке Александра Киреева, первый ключевой этап, который продолжался примерно до наступления кризиса 1998-го, был связан с формированием направлений ИТ-дистрибуции, с расширением продуктовых портфелей, с постепенным усилением конкуренции на быстрорастущем рынке, а также с приведением методик работы к неким стандартам. Тогда же произошло снижение маржинальности до дистрибьюторской маржи и сегментирование дистрибьюторов. Участники рынка определялись со своим позиционированием: одни выбрали модель low-cost-дистрибуции, другие двигались в направлении VAD, третьи старались комбинировать. В этот период было заметное разделение на дистрибуцию так называемой “белой” техники (техники brand name) и поставки комплектующих, а также на “серый” импорт. Как правило, эти направления не пересекались.

Второй этап, как считает Александр Киреев, связан с кризисом 1998 г., в результате которого ряды дистрибьюторов заметно поредели; при этом конкуренция стала более жесткой. Многие компании ушли в нишевую дистрибуцию, а вендоры постарались усилить свое влияние с тем, чтобы больше контролировать рынок и регулировать правила игры на нем. Третий этап связан с “нулевыми” годами, когда произошел расцвет крупных дистрибьюторов и наблюдался многократный рост объемов бизнеса. Это было время масштабных инвестиций в инфраструктуру: создавались складские комплексы,

развивались региональные представительства. В тот период интерес к ИТ-направлению стали проявлять ритейлеры и среди дистрибьюторов возникла жесткая конкуренция за право работать с федеральными и региональными торговыми сетями, что впоследствии сыграло значительную роль в судьбе многих из них.

“На начальном этапе значимую часть бизнеса дистрибьюторов составляли поставки комплектующих, — отмечает Сергей Расколов. — Для продаж большого количества техники brand-name не было ни прочных связей с вендорами, ни финансовых возможностей, ни партнерской сети. Да и платежеспособность населения к этому не располагала. Поэтому компьютерные бренды формировались, по сути, прямо на месте сборки или продаж”.

Второй этап развития рынка ИТ-дистрибуции, по его словам, связан как раз с появлением на российском рынке большого числа брендов, как мировых, так и локальных, под которыми продвигались уже не столько комплектующие, сколько готовые устройства. Бренд подразумевает качество, поэтому при содействии производителей и дистрибьюторов на рынке начали активно формироваться сервисные сети (так, Merlion запустила “Сеть компьютерных клиник”) и более стабильные каналы продаж.

Своим мнением поделилась и Анна Пташкина: “Формирование дистрибьюторского рынка состоялось в 1996—1997 гг. Тогда еще не было четкого разграничения на широкопрофильных и нишевых игроков, но тенденции такого разделения уже наметились. Довольно большой вклад в этот процесс внесли дистрибьюторы, которых уже нет на нашем рынке, — “Стиплер”, СНС, НИТА и те, что образовались в конце 1980-х — начале 1990-х, продолжая успешно работать и сегодня”.

Следующий знаковый период для ИТ-дистрибуции, по словам Анны Пташкиной, — это 2004—2006 гг. На сформировавшемся рынке началась борьба за партнера. Появляются предложения по сервисам и услугам. В фокусе — финансовые сервисы, услуги по доставке и только еще зарождающиеся системы e-commerce. Здесь нельзя не вспомнить компанию “Дилайн”, которая была пионером и лидером по технологичности и работе с каналом. Всё, что они делали тогда, современно и актуально сейчас.

“Примерно с середины 1990-х начались разговоры о нишевой дистрибуции, — вспоминает Анна Зуева. — Открыв в 1995 г. “Делайт 2000”, мы стали той самой нишевой компанией, потому что двигались не в мейнстриме, а занялись продажей проекторов и жидкокристаллических панелей (под которыми тогда понимали совсем иное, нежели сейчас). Мы были первыми в этой нише, и каждый раз после выставки “Комтек” к нам приходили все крупные производители проекторов и уговаривали работать с ними. Это невозможно сегодня даже представить! Мы выбрали лучших”.

Проверки на прочность

Первый серьезный тест на зрелость нашему рынку пришлось пройти в 1998 г. Как считает Анна Пташкина, тот год принес дистрибьюторам массу острых ощущений. Финансовый кризис и падение ряда банков наложились на летнее сезонное снижение продаж компьютерной техники и тем сильнее ударили по российскому рынку. Самой серьезной проблемой стало падение курса рубля. Многие компании, не понимая, что будет дальше, были растеряны и не представляли, какие действия предпринимать. Кое-кто сворачивал свою деятельность. Во многих фирмах сокращали персонал и зарплаты. Для дистрибьюторов первоочередными задачами были тогда урегулирование финансовых вопросов с партнерами и оптимизация складов. Если второй вопрос в связи с быстрым “отскоком” рынка и разумными действиями

вендоров был урегулирован, то решение первого заняло значительно больше времени и принесло потери.

По словам Александра Киреева, кризис 1998 г. практически все дистрибьюторы пережили тяжело. Это было связано с резким падением курса национальной валюты, снижением платежеспособности заказчиков, а самое главное — с банковским кризисом. Однако, как отмечает Константин Шляхов, генеральный менеджер компании “Марвел-Дистрибуция”, кризис 1998 г., больно ударивший по многим отечественным фирмам, далеко не всем принес крупные потери. Например, у “Марвела” до этого был очень успешный год, который помог устоять в кризис: оборот компании сократился всего на 3%, а затем снова начался хороший рост. Фирмы, которые не делали ставку только на крупных дилеров и помогали выжить своим партнерам, давая возможность и дальше закупать ИТ-продукцию, смогли сохранить партнерскую сеть.

Максим Сорокин также считает, что в целом рынок достаточно спокойно переживал кризисы: “Реальных банкротств крупных компаний, связанных именно с кризисами, я, пожалуй, не помню. Большие дистрибьюторские компании закрывались или банкротились, но это было связано в большей степени с внутренними проблемами, а не с кризисом”.

“Конечно, какие-то компании кризис не пережили, это компании в основном маленького и среднего размера, — вспоминает он. — Дистрибьюторский бизнес достаточно устойчив по отношению к кризисам по многим причинам. Потому что грамотный дистрибьютор достаточно масштабируем, потому что хороший дистрибьютор ценен для вендоров, потому что крупный дистрибьютор — это крупный дебитор, и никто не заинтересован в его обрушении. Так было в 1998 г., так было и в 2008-м. Правда, те кризисы не были длинными — рынок восстанавливался за полтора года”.

Тяжелый период, в котором мы находимся сегодня, это, по словам Максима Сорокина, кризис с привкусом стагнации, когда весь рынок падает очень медленно. Пережить такой затяжной кризис труднее. Все крупные компании-дистрибьюторы — Merlion, “Марвел”, Treolan, OCS — живут уже более 20 лет и у них накоплен колоссальный опыт поведения в кризисной ситуации. У каждой из этих компаний достаточно большие собственные средства, которые помогают бороться, выживать и побеждать. “Так что я не думаю, что данный кризис со стагнационным характером приведет к тому, что с рынка уйдет кто-то из крупных игроков российской ИТ-дистрибуции”, — подытожил он.

“Все составляющие рынка ИТ-дистрибуции, от вендоров и партнеров в канале до продуктовых линеек и условий поставок, просеивались сквозь сито различных кризисов. В первую очередь, конечно, 1998 и 2008 гг., — комментирует ситуацию Сергей Расколов. — Каждый из этих кризисов сопровождался чередой слияний и поглощений. На рынке дистрибуции оставались в итоге не те, кто сулил партнерам и заказчикам золотые горы, а те, кто отвечал за свои слова и перед заказчиками и, что не менее важно, перед вендорами”.

“Любые кризисы всегда похожи и не похожи друг на друга, в основе каждого лежит низкая способность сложившейся модели к генерации добавленной стоимости, но есть и системные различия, — говорит Владимир Леваков, генеральный директор компании ASBIS. — Кризис 1998 г. мало отразился на рынке ИТ-дистрибуции, прежде всего в силу отсутствия в широком смысле самого рынка, который только формировался на тот момент; резкий рост курса доллара практически не сказался на игроках, поскольку доллар был ключевой и единственной валютой расчета, кредитование как инструмент рынка практически отсутствовало, а маржинальность сделок относительно средней задолженности партнера была высокой, что

позволяло существенно легче переносить задержки платежей или компенсировать плохие долги. Справедливости ради необходимо отметить, что партнеров, которые не расплатились, практически не было, в отличие от кризиса 2008 г.”.

Кризис 2008-го, по оценке Владимира Левакова, — яркий пример, показавший уязвимость сложившейся системы управления рисками на рынке, прежде всего курсовыми и коммерческими (риски дебиторской задолженности). Основные потери пришлось именно на них. Вместе с тем рост рынка возобновился достаточно быстро, что позволило большинству крупных компаний компенсировать в той или иной степени свои потери. Наиболее слабым звеном рынка ИТ-дистрибуции оказались розничные компании.

“2008 г. был очень тяжелым для дистрибуции. Дешевые кредиты позволили многим компаниям расслабиться и не уделять должного внимания оптимизации бизнеса, — отметил Андрей Смирнов. — Поэтому обвал рубля сильнее всего ударил по этому рынку. Мы наблюдали массовые сокращения, сворачивание продуктовых направлений, а также закрытие некоторых компаний. Однако кризис пошел на пользу отрасли и существенно оздоровил ее в плане повышения эффективности бизнес-процессов и контроля расходов”.

А вот по мнению Анны Зуевой, кризис 1998 г. был значительно серьезнее кризиса 2008-го. Во-первых, это случилось впервые и никакого опыта ни у кого не было. Курс валюты за несколько дней вырос стремительно, почти как в декабре 2014-го. Продажи при таких условиях вести невозможно. “Банк “Менатеп”, в котором у нас был корпоративный счет, объявил себя банкротом. Чтобы открыть счет в другом банке, потребовалось около месяца. Деньги от клиентов приходят, товар мы честно отпускаем, но самих денег не видим. Единственное, что можно было сделать в тех условиях, это перевести деньги в Пенсионный фонд, что мы на максимально возможное время вперед и сделали, — вспоминает Анна Зуева. — Тогда вся эта ситуация казалась полным крахом экономики. Денег в стране нет, и продавать дорогие проекторы ценой в “иномарку” невозможно. Поэтому мы придумывали разные новые бизнесы. Так родилась программа аренды, чтобы любой человек мог взять проекторы в аренду для проведения презентации. Многим было проще не покупать проекторы за 6—10 тыс. долл., а взять его в аренду за 200—500 долл. в день. Потом многие арендные компании применили у себя наши наработки”.

Александр Киреев также отмечает, что кризис 2008 г. протекал значительно легче. Многие компании сумели к этому времени накопить существенные резервы, ввели зрелые практики финансового менеджмента, стали более квалифицированными по сравнению с предыдущим кризисом. Да и сами последствия 2008-го были намного мягче, чем десятилетиями ранее. С ним согласен Константин Шляхов: “В 2008 г. кризис наступил внезапно для многих. Мы очутились в другой реальности, к которой надо было очень быстро приспособиться или закрывать бизнес. Но этот период был недолгим. Вскоре начался довольно бурный рост, и в 2009-м почти всё восстановилось”.

Как считает Анна Пташкина, кризис 2008 г. по сценарию напоминал 1998-й, но был более сложным, поскольку существенно выросла общая масса дебиторской задолженности, а модель бизнеса ряда компаний, построенная на ежегодном росте объемов продаж или услуг (тогда это были крупные цифры — от 50 до 70%), не позволяла им выполнять финансовые обязательства, что больно ударило по дистрибьюторам. Надо заметить, что на протяжении двух-трех лет после кризиса наблюдались банкротства компаний. Кроме того, к 2008 г. на рынке также очень

“В области импортозамещения пока больше политики и разговоров, чем конкретных дел”

ЕЛЕНА ГОРЕТКИНА

На государственном уровне взят курс на импортозамещение в области ИТ. Публикуются планы, называются целевые показатели, собираются заявки на финансирование. Работа вроде идет. Но что думают по этому поводу участники рынка?

ИНТЕРВЬЮ Своим мнением делится Александр Голиков, председатель совета директоров ГК АСКОН.

PC Week: Минкомсвязи объявило план в течение десяти лет сократить долю зарубежного ПО для промышленности и строительства с 80–88 до 50%. Насколько, по вашему мнению, он реалистичен?

АЛЕКСАНДР ГОЛИКОВ: Полностью отказаться от иностранного ПО в современном глобальном мире невозможно. Но серьезно потеснить на российском рынке западные продукты — вполне реально при условии политической воли и адекватных ресурсов. И действовать нужно оперативно, а не раскачиваться годами. Пока же за прошедший год в области импортозамещения ПО было больше политики и разговоров, чем каких-либо реальных дел. Если мы не хотим, чтобы термин “импортозамещение” стал нарицательным, пора действовать и от общих разговоров переходить к четкому целеуказанию, приоритизации задач, оценке возможностей, в том числе финансовых, и имеющихся сценариев действий, прозрачному (при участии потребителей) выбору оптимального для каждого сегмента ПО сценария. И, естественно, к финансированию выбранных проектов. Без дополнительного финансирования рассчитывать на качественный рынок бессмысленно — это будет обычная работа на падающем рынке (ибо нынешние макроэкономические условия, видимо, надолго) с медленным эволюционированием.

PC Week: Как вы оцениваете текущую ситуацию на рынке инженерного ПО?

А.Г.: Рынок можно условно поделить на два сегмента — предприятия оборонно-промышленного комплекса и гражданский сектор. Что касается ОПК, то финансирование госзаказа осуществляется в полном объеме. Гражданская, т. е. коммерческая часть рынка PLM (примерно 50%, по нашим оценкам), испытывает затруднения, причем довольно значительные. При этом насколько стабильным в долгосрочной перспективе будет финансирование ОПК, пока сказать трудно, потому что резервы государства не безграничны и со временем могут закончиться. Так что в нынешних условиях наиболее реальный вариант рыночного развития — это медленная эволюция, т. е. выпуск очередных версий продуктов, постепенное наращивание их функционала. По сути это та же работа, которой мы занимались и раньше, но теперь темпы развития будут зависеть от экономической ситуации и ее выправления. Для того же, чтобы добиться декларируемых правительством целей в области импортозамещения, нужен рынок, ускоренное развитие, которого не достичь без соответствующего финансирования и значительного увеличения числа разработчиков.

PC Week: Но некоторые действия уже предпринимаются. Например, в конце мая российские компании-разработчики, в том числе АСКОН, подали в Минкомсвязи заявки на госфинансирование разработки различных видов отечественного инженерного ПО.

А.Г.: Действительно, весной наше профильное министерство предложило раз-



Александр Голиков

работчикам системного и различного прикладного ПО объединяться в консорциумы и подавать свои заявки. Участниками рынка такие предложения были подготовлены, причем нередко одни и те же игроки входили в несколько таких объединений. В условиях отсутствия четкой целевой задачи они довольно разнородные — от узкоспециализированных решений до полномасштабных PLM-комплексов.

PC Week: Что представляют собой эти консорциумы? Как они организованы?

А.Г.: Ядром чаще всего являются разработчики коммерческих продуктов. Также в состав консорциумов входят промышленные предприятия (т. е. потенциальные заказчики), академические институты, а также вузы, поскольку при создании новых продуктов нужно думать и о подготовке кадров и обучении специалистов.

PC Week: И что дальше? Эти заявки уже рассматриваются?

А.Г.: По системному ПО произошел отбор проектов, их ранжировали. Импортозамещение инженерного ПО — это задача на стыке взаимодействия Минкомсвязи и Минпромторга. Первое ведомство провело важную подготовительную работу, в том числе представив промышленности отечественных разработчиков, теперь ждем реакции Минпромторга.

Никто из участников рынка не понимает дальнейшую последовательность действий, как и то, будет ли что-то реализовываться, будет ли финансирование, и если да, то из каких источников и в каком объеме. На данный момент есть только предложения самих разработчиков, причём неизвестно даже, в каком порядке и как эти предложения рассматриваются, и согласовываются ли они с приоритетами самих предприятий ОПК. Это довольно непростая задача, потому что существует много отраслей и у каждой — свои приоритеты и свои требования. Нужно проделывать большую коллективную работу вместе с экспертами промышленных предприятий, чтобы собрать все требования воедино, ранжировать их, получить общее заключение. Сами же предприятия, напуганные возможным силовым импортозамещением, выжидают, втайне надеясь, что напряженность рассосется.

PC Week: Что-нибудь известно о возможных вариантах финансирования предложенных проектов?

А.Г.: В настоящее время, насколько мне известно, еще нет никакой финансовой схемы, согласованных источников возможного финансирования проектов. Не-

понятно, каким образом оно будет организовано и кто будет получателем. Дело в том, что коммерческая компания обычно не является получателем бюджетных средств, деньги выделяются госкомпаниям (или государственным структурам, в том числе и специально созданным для этой цели). По-видимому, эти вопросы еще не проработаны.

PC Week: А какой, на ваш взгляд, могла бы быть финансовая схема?

А.Г.: Нам представляется оптимальным вариант, когда финансирование осуществляется в рамках частно-государственного партнерства, когда бюджетные средства суммируются с финансированием заказчиков и инвестициями самих разработчиков. Как вариант — государство выделяет средства промышленным корпорациям, которые, образовав соответствующие пулы, выступают инвесторами проектов. Или же эти инвестиции могут формироваться через опережающую закупку будущих продуктов. Например, в своем предложении мы указали, что готовы взять на себя порядка 30% предполагаемых затрат.

PC Week: Какие иные сложности и риски вы видите в области импортозамещения инженерного ПО?

А.Г.: Прежде всего это неадекватное ожидание чуда. Импортозамещение — это не волшебное превращение, а длительный напряженный процесс по наращиванию мощности отечественных продуктов, увеличению своей доли рынка, старательному вытеснению из потенциально опасных сегментов западного ПО, ужесточению правил применения тех импортных решений, без которых в данный момент времени нельзя обойтись. Чудесного рецепта, позволяющего полностью перекрыть лидеров глобального рынка PLM в течение 5—7 лет, нет.

В последнее время слышны речи о том, что не стоит идти вдогонку за западными продуктами. Надо ориентироваться не на импортозамещение, а на импортоопережение. Что-то такое инновационное придумать, чтобы за несколько лет всех обогнать и оказаться впереди. Для революционной смены лидеров рынка необходима смена технологической парадигмы. В области цифрового 3D-моделирования такой парадигмы, способной вытеснить с рынка существующие технологии и нынешних лидеров, не предвидится. Облачные вычисления, аддитивные технологии, новые материалы дополняют, но не изменяют главную парадигму — полное описание изделия с основой в виде 3D-модели. Все мировые и отечественные разработчики, так или иначе, будут внедрять новинки в свои решения и постепенно эволюционировать. Именно поэтому АСКОН вместе с партнерами предлагает эволюционную стратегию, когда глубоко модернизируются уже имеющиеся продукты, ускоренно наращивается их функциональность и сначала в течение пяти лет создается программный комплекс средне-тяжелого класса. Такая стратегия позволит успешно закрывать через пять лет ≈90% задач каждой из машиностроительных отраслей. Параллельно выполняется большой объем научно-исследовательских работ, разрабатываются новые архитектура и платформа, производится их макетирование и обкатка. На следующем пятилетнем этапе разрабатывается уже тяжелый PLM-комплекс.

Отдельно нужно сказать об угрозе лишения прав разработчиков на полу-

ченное ПО. Необходима организационно-финансовая схема проекта, при которой компания-разработчики не теряют интеллектуальную собственность и права на продукты. В противном случае не будет развития продукта, он будет лежать на полке мертвым грузом. Ведь продукт нужно не только создать, его потом нужно развивать, обеспечить полный цикл поддержки и сервисного обслуживания. Или государству (владеющему правами) придется непрерывно финансировать его развитие, что разрушит рыночную, конкурентную модель воспроизводства продукта и приведет к его деградации.

PC Week: Как вы относитесь к идее создания единой государственной корпорации, которая наймет разработчиков и всё сделает сама?

А.Г.: Есть такой подход, когда люди говорят: “Дайте нам... (тут следует цифра со многими нулями), и мы за десять лет перекроем всех”. В нашей компании отношение к подобным заявлениям и подобным проектам, мягко говоря, отрицательное. Мы его не скрываем и неоднократно говорили об этом на профильных конференциях и совещаниях. Мы не верим в результативность такого метода работы и считаем, что огромные государственные средства в этом случае будут потрачены зря. С нашей точки зрения, разработка государственного ПО, будь то САПР, ERP, поисквик или СУБД, — абсолютно бесперспективное и вредное дело. Потому что программные продукты должны создаваться, жить и развиваться исключительно в рыночной среде. Только это может обеспечить их высокое качество и конкурентоспособность.

Угроза создания нерыночного продукта — самая опасная для потребителей. Потратив деньги и создав такой продукт, вы столкнетесь с естественным соблазном эти деньги отбить. Как следствие — будет сформирован нерыночный игрок, будет происходить навязывание предприятиям неотработанного продукта. Будет убиаться нормальный рынок, падать качество продуктов без рыночной конкуренции. В итоге — бесконечный и финансируемый государством процесс НИР и ОКР, сплошной вред рынку, предприятиям, разработчикам. Перспектива обязательного применения государственного САПР может привести к печальным последствиям для предприятий.

Кроме того, государственное финансирование может в любой момент закончиться, а недоработанный продукт соответственно “зависнуть” (по нашему опыту, нужны годы на отработку, вылавливание “багов”, выявление частных случаев). Останется списать убытки.

PC Week: Как, по вашему мнению, отразится на рынке инженерного ПО закон о преференциях отечественному ПО при госзакупках, который вступает в силу с 2016 г.?

А.Г.: Пока трудно сказать. С одной стороны, цель хорошая — минимизировать бюджетные затраты на импортную продукцию, стимулировать внутренний спрос на отечественное ПО. Для этого вводится понятие реестра отечественных продуктов, и закон стимулирует повышенное внимание к ним. Но, с другой стороны, такого рода законы обычно допускают массу обходных маневров. Например, всегда можно так сформулировать требования, что им будет удовлетворять только один конкретный иностранный продукт.

PC WEEK RUSSIAN EDITION

КОРПОРАТИВНАЯ ПОДПИСКА

Уважаемые читатели!

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

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

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

Название организации: _____

Почтовый адрес организации: _____

Индекс: _____ Область: _____

Город: _____

Улица: _____ Дом: _____

Фамилия, имя, отчество: _____

Подразделение / отдел: _____

Должность: _____

Телефон: _____ Факс: _____

E-mail: _____ WWW: _____

(Заполните анкету печатными буквами!)

1. К какой отрасли относится Ваше предприятие?

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

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

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

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

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

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

16. Какое прикладное ПО используется в Вашей организации?

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

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

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

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

- Да Нет

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

- Да Нет

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

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

14. Не используем

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
 - 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. _____

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, расположенного в нескольких местах
- 4. Для нескольких подразделений в одном здании
- 5. Для одного подразделения
- 6. Для рабочей группы
- 7. Только для себя
- 8. Не влияю
- 9. Иное (что именно) _____

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

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

Дата заполнения _____

Отдайте заполненную анкету представителям PC Week/RE либо пришлите ее по адресу: **109147, Москва, ул. Марксистская, д. 34, корп. 10, PC Week/RE.**

Анкету можно отправить на e-mail: info@pcweek.ru

ВЫБЕРИ

НЕВИДИМОЕ!



ПОДПИШИСЬ

СК
ПРЕСС

PCWEEK
RUSSIAN EDITION

Подписаться на бумажную версию газеты PC Week можно в агентстве
ООО "Агентство "Урал-Пресс" 8 (495) 789-86-39

НА 2015 ГОД

БЕЗОПАСНОСТЬ

Тематический раздел портала PC Week Live



pcweek.ru/security

**Блог
Форум
Статьи
Новости
События
White papers**

Эволюция...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 11

остро встала проблема квалифицированного персонала. По сути это был рынок работников, а не работодателей. Менеджеры по продажам, имевшие опыт работы и приличное резюме, были нарасхват. И дистрибьюторам приходилось балансировать между повышением внутренней эффективности и сохранением квалифицированных кадров. Те, кто сумел сохранить этот потенциал, выжили из кризиса легче.

Для ряда компаний, отмечает Анна Пташкина, этот кризис был даже полезен. Он позволил провести ряд структурных изменений, найти новых вендоров, правильно подойти к работе с собственным каналом, используя в том числе и ошибки конкурентов. «Эти два кризиса нас многому научили. Во-первых, разумному и эффективному подходу к ведению бизнеса, а во-вторых, использовать благоприятное время для активного поиска новых возможностей», — подытожила она.

Работать в новых условиях

Что же происходит с рынком ИТ-дистрибуции сегодня? И чем нынешняя ситуация отличается от предыдущих кризисов?

Рынок еще не успел полностью оправиться от потрясений 2008 г., как вновь оказался в условиях экономического шторма. Одна из причин нынешних проблем — перенасыщение товарами и услугами. Как заметил Сергей Расколов, потенциал ИТ-рынка вдруг оказался исчерпан. В результате сегменты дистрибуции компьютерной и бытовой техники се-

годня — одни из самых высококонкурентных. Чтобы развивать свой бизнес, дальновидные игроки поменяли модель, сместив акцент с извлечения прибыли от продажи готовых устройств и программ к VAD-дистрибуции, то есть к предоставлению дополнительных сервисов. Это потребовало новых вложений и в оборудование, и в персонал. Так, в компании Merlion в 2012 г. создан специальный технический центр для демонстрации возможностей и совместимости сложных ИТ-решений. И дистрибьютор продолжает активно инвестировать это направление, повышая его привлекательность как для вендоров, так и для партнеров и заказчиков. В итоге на долю VAD-дивизиона Merlion приходится уже порядка 25% оборота компании.

«Нынешний кризис гораздо серьезнее, он касается не одной или нескольких сфер управления бизнесом, а ставит под вопрос эффективность всей модели работы компании на рынке ИТ-дистрибуции и ее способность генерировать добавленную стоимость, — убежден Владимир Леваков. — Это проверка на жизнестойкость всех игроков и серьезный экзамен на право и целесообразность работы в изменившихся условиях. В данном случае мы имеем дело не с кризисом, который можно просто переждать. Наивно полагать, что он скоро завершится. И абсолютно точно это явление имеет не внешнюю причину (санкции, рост курса доллара, дефицит ликвидности на рынках, падение государственных инвестиций в инфраструктуру и т. д.), а внутреннюю. Речь идет о смене потребительской модели поведе-

ния в коммерческом или консьюмерском сегментах ИТ-рынка на фоне существенной трансформации технологий».

Антон Аношин, коммерческий директор Aflex Distribution, говорит, что нынешний кризис скорее можно назвать кризисом ожидания неприятностей. Другими словами, конкретные проблемы еще не настали, но все уже находится в их предвкушении и ожидании. В связи с этим те, кто успел, постарались поскорее потратить существующие бюджеты, «а то потом денег не будет», кто не успел — теперь ждет «разморозки» бюджетов. Кризис совершенно по-разному отразился на разных отраслях дистрибуции. Компании, непосредственно связанные с инфраструктурой, поддержанием отказоустойчивости, особенных проблем не почувствовали. Более того, был даже небольшой всплеск в начале года, совершенно нетипичный для этого сезона. Зато в «группе риска» оказались все «прикладники», «повышатели эффективности» и прочие отрасли, напрямую не связанные с системами поддержки бизнес-процессов. Их клиенты готовы ждать полной стабилизации ситуации, чтобы входить в проекты спокойно и с уверенностью в их успешном завершении.

«У нынешнего кризиса есть приметы кризиса 1998 г., это стремительный рост курса валют, делающий импортные поставки невыгодными для дистрибьюторов, — считает Анна Зуева. — А санкции приводят к тому, что высококачественную продукцию из Америки и Европы приходится заменять на китайскую, при этом клиент

справедливо хочет, чтобы ему поставили качественный товар. Для дистрибьюторов это означает, что надо быстро находить альтернативных поставщиков, прорабатывать новые логистические схемы и, вероятно, как в начале 1990-х, выставлять форпосты на китайских фабриках, тщательно проверяя все отгружаемое оборудование».

По оценке Константина Шляхова, сегодня ситуация на ИТ-рынке очень напоминает конец 2008-го — 2009 гг.: плохие долги, растущие курсовые риски, снижение покупательской способности ввиду снизившейся активности розницы и т. д. Нельзя сказать, что это стало неожиданностью, но глубина падения оказалась все-таки большей, нежели предполагалось. Однако основным лейтмотивом текущей ситуации стало понимание всеми игроками рынка необходимости пересмотра пула поставщиков, необходимости их диверсификации, введения новых логистических и финансовых цепочек. «Мы ожидаем, что рынок ИТ будет сокращаться и здесь уже не хватит места такому количеству дистрибьюторов, как сейчас. А это означает, что нас ждет волна слияний, поглощений, возможный уход с рынка кого-то из игроков, т. е. будет идти дальнейшая консолидация

рынка», — заявил Константин Шляхов.

«Очевидно, что рынок изменился. Мы должны уметь работать на стагнирующем и падающем рынке и мобилизовать все свои ресурсы. Компании, которые смогут это сделать, будут определять лицо ИТ-дистрибуции в дальнейшем», — подытожила Анна Пташкина.

Перспективы ИТ-рынка и ИТ-дистрибуции такие же, как и у всей экономики, считает Максим Сорокин. Ничто не может быть вечно, в том числе и падение. Рано или поздно падение экономики закончится, и она начнет расти. Уорен Баффет сказал гениальную фразу: «Когда прилив сменяется отливом, сразу видно, кто купался голым». Это суть любого кризиса. Насколько крепко и здраво был выстроен бизнес, становится ясно в период отлива. «И у нас много интересного еще впереди. Несмотря на то что дистрибьюторскому сегменту российского ИТ-рынка более 20 лет, рынок в полной мере назвать зрелым нельзя. Нам необходимо пройти через несколько периодов стагнации, причем не кризисов, а именно стагнаций. Сейчас как раз один из таких периодов — период, который сделает рынок более зрелым», — подчеркнул Максим Сорокин.

В области...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 12

PC Week: Но ведь в случае выбора зарубежного продукта это нужно будет обосновать. Как вы думаете, данная мера сработает?

А.Г.: Если такое обоснование будет опубликовано и станет доступно всем участникам рынка, то по крайней мере это может вызвать какие-то дискуссии. Но в целом я не полагался бы на то, что таким образом можно гарантировать результат. В гораздо большей степени он определяется политической волей и конкретными долгосрочными программами с подтвержденным финансированием.

PC Week: Как вы думаете, есть ли у заказчиков возможности для перехода с зарубежной системы на российскую? Это ведь сложное и затратное дело.

А.Г.: Переход с одной системы на другую — это всегда сложно, потому что предприятия уже потратились на покупку продуктов, обучили своих сотрудников, наладили бизнес-процессы. Замена ПО требует расходов и большой работы. Здесь не должно быть революционных взмахов шашкой — «Немедленно заменить!». Нужно определить площадки для внедрения отечественных систем, поступательно двигаться вперед. Плавно наращивать мощность отечественных продуктов, поэтапно заменяя то, что можно (например, при переходе на новые изделия).

Еще раз отмечу, что импортозамещение — очень долгий и напряженный процесс, нацеленный в первую очередь на ускоренное развитие всей отрасли, обеспечение наличия отечественных альтернатив по ключевым технологиям. Необходимо добиться того, чтобы как можно больше задач решалось российскими продуктами, как можно больше денег оставалось в стране, как можно больше создавалось рабочих мест. Это нормальная деятельность, которую ведёт, наверное, каждая страна.

Возьмем, к примеру, Китай, который без громких заявлений целенаправленно в течение многих лет занимается созданием, укреплением и развитием своих высокотехнологичных продуктов. Сначала эти продукты, может быть, уступают зарубежным, но потом подтягиваются до нужного уровня, формируются исследовательские центры, центры компетенции. Вот к этому и надо стремиться.

PC Week: Зачастую вопросы импортозамещения рассматриваются в отрыве от экспорта. Но российский рынок ПО велик по сравнению с мировым. Есть ли у наших инженерных систем перспективы с точки зрения экспорта?

А.Г.: Нацеливаться на глобальные рынки нужно. Но я бы не связывал жестко конкурентоспособность и сильные позиции на внешних рынках: сам факт, что ты удерживаешь весомую долю на открытом отечествен-

ном рынке, на котором работают все мировые лидеры, как раз говорит о конкурентоспособности продукта. Российские разработчики имеют сильные позиции на рынке СНГ, успешные примеры выхода на внешние рынки тиражных разработчиков не столь многочисленны.

Надо понимать, что мировой рынок САПР/PLM уже сформирован, хорошо освоен и нас нигде не ждут. Даже если ты предлагаешь конкурентоспособный и более экономичный продукт — для успешной работы нужны немалые инвестиции в маркетинг, рекламу, формирование партнерской сети и службы технической поддержки на местах. И эти деньги зарабатываются прежде всего на своих родных рынках. Плюс к этому все страны стараются защитить свои рынки (и тот же БРИКС не является исключением).

В борьбе за экспорт больше шансов, когда появляются какие-то новые направления, меняется технологическая парадигма. Тогда возможности расширяются. В нашем случае больше перспектив на развивающихся рынках (и надо их использовать), но и за них идет серьезная конкуренция. В любом случае — чем крепче отечественная софтверная отрасль, тем больше шансов и в экспорте. А это — долгосрочная задача, не зависящая от текущего геополитического момента.

PC Week: Спасибо за беседу. □

ООО «Урал-Пресс»
г. Екатеринбург — осуществляет подписку крупнейших российских предприятий в более чем 60 своих филиалах и представительствах.
Тел./факс (343) 26-26-543 (многоканальный);
(343) 26-26-135;
e-mail: info@ural-press.ru;
www.ural-press.ru

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

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

PCWEEK
RUSSIAN EDITION

№ 13-14
(890-891) БЕСПЛАТНАЯ
ИНФОРМАЦИЯ
ОТ ФИРМ!

ПОЖАЛУЙСТА, ЗАПОЛНИТЕ ПЕЧАТНЫМИ БУКВАМИ:

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

1С **1**
 Лаборатория Касперского . **5**
 ASUS..... **3**
 OCS..... **16**

Готов к решению любых задач.



**HP 260 G1 Desktop Mini
на базе процессора
Intel® Core™ i3**



HP 260 G1 Desktop Mini — мощный, легкий и компактный инструмент для решения повседневных задач домашнего, малого и даже среднего бизнеса. HP 260 G1 DM вобрал в себя эргономичный дизайн и большие способности — универсальное устройство с возможностью увеличения мощности и производительности. Большая вычислительная мощь, безопасность и стильный дизайн — все, что нужно для работы в офисе и особенно в поездках.



Москва (495) 995-2575 | Санкт-Петербург (812) 324-2870 | Алматы (727) 352-8668 | Архангельск (902) 504-2828 | Астана (701) 544-91-82 | Владивосток (423) 202-2795 | Волгоград (8442) 593-592
Воронеж (473) 228-3188 | Екатеринбург (343) 379-4991 | Ижевск (3412) 90-8071 | Иркутск (3952) 500-853
Казань (843) 227-4240 | Калуга (4842) 922-003 | Краснодар (861) 226-9763 | Красноярск (391) 276-7700
Курган (343) 379-49-91 доб. 4478 | Нижний Новгород (831) 278-0833 | Новосибирск (383) 363-2795
Омск (3812) 207-297 | Оренбург (3532) 307-337 | Пермь (342) 219-5148 | Пятигорск (8793) 399-817
Ростов-на-Дону (863) 220-8141 | Самара (846) 262-9952 | Саратов (8452) 47-3919 | Ставрополь (962) 429-4488
Томск (3452) 65-8163 | Уфа (347) 292-5272 | Чебоксары (831) 278-0833 | Челябинск (351) 282-2021
Ярославль (4852) 544-854

OCS
DISTRIBUTION

Реклама