

Рынок корпоративной печати в поисках точек роста

ЕЛЕНА ГОРЕТКИНА

В связи с отсутствием позитивных изменений в состоянии экономики России тенденция к сокращению ИТ-бюджетов российских компаний и организаций, скорее всего, сохранится и в нынешнем году. Тем не менее у них остаются нерешенные ИТ-задачи, откладывать которые не всегда допустимо, а кроме того, появляются новые, обусловленные необходимостью общего повышения эффективности бизнеса, снижения капитальных и операционных расходов.

Какие задачи предстоит решать заказчикам в организации печати, где можно ожидать точек роста в этом сегменте и что смогут предложить в сложившейся ситуации поставщики ИТ-решений? Эти вопросы мы обсуждаем с экспертами из компаний, представленных на российском рынке средств и услуг печати.

Падение замедляется?

Согласно данным IDC, российский рынок средств печати в 2015-м по сравнению с 2014-м сократился почти вдвое: спад составил 46,5%, а объем продаж упал до 441,4 млн. долл. Причины всем известны: значительное обесценивание национальной валюты, экономические санкции, снижение покупательской способности населения, переход бизнеса на режим экономии. Однако аналитики отмечают, что несмотря на это, большинство производителей не покинули российский рынок корпоративной печати. Они стремятся адаптироваться к новым экономическим условиям, удержать покупателей и свою долю рынка, прежде всего за счет продуманной и последовательной ценовой политики.

Вендоры согласны с тем, что отечественный рынок средств печати сокращается, но некоторые из них полагают, что находясь в России, некорректно его объем считать в долларах. «Наши решения являются комплексными, т. е. состоят из нескольких частей, и только небольшая составляющая напрямую связана с курсом рубля по отношению к валютам других стран», — пояснил Сергей Свистунов, presale-менеджер Kyocera Document Solutions Russia.

Высказанное им суждение поддерживает Михаил Сорокин, менеджер по развитию категории корпоративных продуктов систем печати HP в России, который указал на то, что долларový показатель слабо коррелирует с реальным сокращением рынка в штучном эквиваленте: «С точки зрения корпоративных заказчиков, потребность в печати и печатающих устройствах хоть и снизилась, но далеко не вдвое».

Секрет расхождения заключается в том компромиссе, который на протяжении прошлого года был предложен практически всеми производителями печатающей техники: рублевый рост цен на принтеры заметно отставал от роста стоимости валюты. Иными словами, производители и заказчики в 2015 г. искали тот уровень цены, который мог бы быть адекватно воспринят в сложившейся экономической ситуации.

Эту тенденцию отметили и в IDC. Средняя цена устройства продолжает уменьшаться. Так, в IV кв. 2015-го она снизилась на 9,1% по сравнению с аналогичным периодом позапрошлого года. В связи с этим в штучном выражении рынок сократился несколько меньше, чем в денежном, — на 36,4%.

По прогнозу IDC, нынешний год не обещает быть легким. Тем не менее доля оптимизма сохраняется, а в выигрыше окажутся те игроки, которые проявят больше гибкости в изменившихся экономических условиях.

Эксперты разделяют это мнение, считая, что дальнейшее сокращение рынка корпоративной печати в прежних объемах уже маловероятно и хотя падение, возможно, продолжится, оно, скорее всего, будет менее значительным. Как утверждает Михаил Сорокин, скорее всего, сохранится снижение рынка в штуках, но замедлится в долларах, то есть стоимость печатающей техники в долларовом эквиваленте постепенно начнет возвращаться к своим историческим значениям, а стоимость её в рублях продолжит свой рост как неизбежный эффект сильной девальвации национальной валюты.

Однако заказчики по-прежнему будут делать закупки, поскольку благодаря требованиям и бизнеса, и российского законодательства спрос организаций на печать и оцифровку документов только увеличивается. Так что многое зависит от возможности найти источник финансирования закупок.

Например, в секторе на динамику в значительной степени будут влиять объемы бюджетных средств, выделяемых госзаказчикам на приобретение аппаратуры, считает Андрей Антонов, менеджер по бизнес-оборудованию московского представительства компании Epson: «Многие из них продолжают обновлять печатную технику, хотя и не в прежних объемах. Ведь печатные устройства в большинстве организаций госсектора из-за больших нагрузок сильно изнашиваются».

Эксперт, правда, отметил учащение случаев, когда заказчики отказываются от покупки новой техники и пытаются отремонтировать или восстановить старую либо какую-то ее часть, но это далеко не всегда возможно, и потому обновление парка в любом случае неизбежно.

С ним согласна Елена Теплушкина, руководитель отдела продуктового маркетинга офисного оборудования компании «Хегох Россия», которая тоже отметила стремление заказчиков различными способами продлить срок службы печатной техники: «Но эта тенденция вряд ли сохранится в течение длительного времени. В 2007—2010 гг. отмечался высокий, особенно по сравнению с результатами последних двух лет, объем продаж офисных принтеров и МФУ, срок службы которых составляет около пяти лет. Списание приобретенных тогда аппаратов можно было отсрочить тогда на два, но никак не на три или четыре, поэтому сейчас значительная доля этих устройств приближается к состоянию, когда замена необходима. Этот отложенный спрос может существенно повлиять на состояние рынка в ближайшие два-три года».

На отложенный спрос надеется и Сергей Басеян, начальник отдела по развитию бизнеса компании Brother, правда, по его мнению, это станет возможно только в случае общего улучшения ситуации. А пока что заказчики ищут другие способы экономии. Например, переключают внимание на более доступное оборудование или рассматривают альтернативные методы сокращения расходов на обслуживание и расходные материалы.

Но возможно, что отложенный спрос проявится позднее. По мнению Жамили Каменевой, директора по развитию бизнеса и маркетингу Konica Minolta Business Solutions Russia, предыдущий пик закупок оборудования в России пришелся на 2012—2013 гг., и с учетом того, что жизненный цикл печатной техники на предприятии составляет в среднем пять лет, в нынешнем году значительное оживление на рынке не ожидается.

На это указывает и то, что сейчас в корпоративном сегменте речь идет скорее о модернизации и расширении существующего парка техники, а на новые по-

ставки приходится не более 5% общего объема.

А вот в долгосрочной перспективе дальнейшее снижение инвестиций в средства печати и оцифровки может затруднить успешную работу предприятий, и тогда откладывать обновление оборудования не получится. «Пользоваться имеющимся парком техники можно долго. Однако с годами стоимость поддержки работоспособности устаревшего оборудования возрастает, и наступит момент, когда покупка нового устройства окажется выгоднее, чем поддержка старого. Правда, это касается только устройств, загруженных работой, когда стоимость расходных материалов и обслуживания за несколько лет значительно превышает стоимость самого аппарата», — считает Сергей Свистунов.

Светлые пятна на фоне спада

Сокращение объема рынка печати и оцифровки документов происходит неравномерно: одни сегменты оказываются более устойчивыми в кризисной ситуации, другие — менее. Например, в то время как объем закупок монохромных принтеров младшего и среднего сегментов в 2015-м ошутимо упал, цветные МФУ среднего и старшего сегментов, по данным IDC, показали рост в двузначных числах, а в целом объем закупок МФУ снижался намного медленнее, чем принтеров.

Елена Теплушкина объясняет интерес корпоративных заказчиков к МФУ стремлением компаний сократить издержки, оптимизировать печатные и бизнес-процессы при сохраняющейся потребности в сканировании документов: «Конечно, принтеры начального уровня требуют меньше вложений при покупке, но при эксплуатации они проигрывают офисным МФУ по экономичности и обладают меньшим потенциалом оптимизации бизнес-процессов».

Жамиля Каменева тоже отметила сохранение стабильного спроса на цветные полноцветные МФУ формата А3 и сокращение объема корпоративных закупок черно-белых устройств форматов А3 и А4. Кроме того, по ее словам, заказчики зачастую отказываются от настольных машин, которые удобны в использовании, но не подходят по стоимости отпечатка.

Сократился и объем продаж документных сканеров. Правда, сокращение этого сегмента (на 29% в штуках) оказалось ниже отмеченного IDC падения на рынке печатных устройств (36,4%). По мнению Елены Теплушкиной, разница не настолько велика, чтобы можно было говорить об устойчивости сегмента документ-сканеров в условиях экономической нестабильности. Но Сергей Басеян и Сергей Кантаржи, директор департамента прямых и корпоративных продаж российского подразделения компании Canon, считают, что рынок документ-сканеров сохраняет привлекательность.

Что касается устройств печати, то здесь мнения экспертов разошлись. Так, на взгляд Сергея Кантаржи, наибольшую устойчивость в кризисной ситуации продемонстрировали аппараты среднего и крупного сегмента, а Михаил Сорокин полагает, что в лучшем положении оказался сегмент недорогих однофункциональных устройств, так как в период экономических трудностей рынок обычно смещается к более дешевому оборудованию.

Но с чем эксперты согласились единогласно, так это с тем, что растёт интерес к аутсорсинговым услугам печати. «Отсутствие бюджетов на закупку новой техники подталкивает компании к другим способам поддержки печати, например к услуге, в рамках которой сервис-про-

Наши эксперты



АНДРЕЙ АНТОНОВ,
менеджер по бизнес-оборудованию, московское представительство Epson



СЕРГИС БАСЕЯН,
начальник отдела по развитию бизнеса, Brother



ЖАМИЛА КАМЕНЕВА,
директор по развитию бизнеса и маркетингу, Konica Minolta Business Solutions Russia



СЕРГЕЙ КАНТАРЖИ,
директор департамента прямых и корпоративных продаж, российское подразделение Canon



СЕРГЕЙ СВИСТУНОВ,
presale-менеджер, Kyocera Document Solutions Russia



МИХАИЛ СОРОКИН,
менеджер по развитию категории корпоративных продуктов систем печати, HP в России



ЕЛЕНА ТЕПЛУШКИНА,
руководитель отдела продуктового маркетинга офисного оборудования, «Хегох Россия»

вайдер устанавливает свое оборудование и отвечает за его работоспособность. В этом случае клиент платит за объем услуг, как правило, измеряемый в количестве отпечатков», — пояснила Елена Теплушкина.

Другими словами, для замены оборудования заказчику нет необходимости вкладываться в новое устройство, он может получить его бесплатно и платить только за реально напечатанные страницы.

По мнению Жамили Каменевой, интерес к различного рода аутсорсинговым услугам печати — важный тренд, так как решения такого рода позволяют повысить эффективность использования не только печатной инфраструктуры, но и системы документооборота заказчика в целом.

Это мнение разделяет Сергей Басеян — по его словам, устойчивый спрос на услуги Managed Print Services (MPS) и другие подобные сервисы обусловлен тем, что подобные контракты позволяют заменить единовременные капитальные вложения ежемесячными платежами, которые можно спрогнозировать, а при необходимости и оптимизировать.

С ним согласен и Михаил Сорокин, также указавший на то, что сейчас многие компании и организации нашли выход в переходе на услуги MPS: «Такой шаг заметно снижает единовременную финансовую нагрузку и приводит к видимой экономии в расходах на печать благодаря применению самых современных технологий и решений от компаний — специ-

Новая линейка профессиональных черно-белых лазерных принтеров и МФУ для бизнеса от Brother

Японская компания Brother выпускает новую серию монохромных лазерных принтеров и многофункциональных устройств, предназначенных для больших объемов печати в рабочих группах разной величины.

Устройства 5000 и 6000 серий Brother предоставляют пользователям новые возможности, обеспечивая повышенную производительность, улучшенный контроль и усовершенствованные функции безопасности. Новые продукты Brother предлагают высокую скорость печати (до 50 стр./мин.) и более гибкую работу с печатными носителями, чем предыдущие поколения устройств, а также расширенные возможности сканирования, интеграции с мобильными устройствами и облачными сервисами.

Для устройств новой серии доступна возможность установки дополнительных лотков для бумаги и сортировщика, что позволяет увеличить

емкость входных лотков до 2650 листов и выходных лотков до 1050 листов, что повышает гибкость и производительность работы. Новый тонер-картридж повышенной емкости на 20 000 страниц существенно сокращает эксплуатационные расходы. Большинство устройств оснащено цветным сенсорным дисплеем с интуитивно понятным интерфейсом, позволяющим создавать до 48 кнопок быстрого набора. В многофункциональных устройствах доступны профессиональные функции сканирования: сканирование напрямую в SharePoint, сканирование в SFTP, FTPS и многое другое. Устройства оборудованы автоподатчиком документов

высокой емкости на 80 листов, двумя сканирующими ли-

нейками для автоматического одностороннего сканирования до 100 изображений в минуту.

Устройства поддерживают широкий список приложений для мобильной печати, технологии AirPrint и Mopria. Новый модельный ряд дает широкие возможности по работе с популярными облачными сервисами, такими как OneDrive, Google Drive, Dropbox, Box, Evernote, OneNote, Flickr, Picasa, Facebook.

Новый модельный ряд создан на основе открытого интерфейса BSI (Brother Solutions Interface). Интерфейс BSI позволяет сторонним разработчикам интегрировать собственные решения с устройствами Brother. Персонализация пользовательских интерфейсов обеспечивает новые возможности, помогая заказчикам улучшить рабочий процесс и безопасность при одновременном снижении затрат на печать.

Инженеры японской компании обеспечили пользователям высокий уровень безопасности

благодаря защитной блокировке функций версии 3.0, интеграции с Active Directory и встроенному картридеру с поддержкой технологии NFC для печати с авторизацией без необходимости приобретать дорогостоящие внешние картридеры.

Серии 5000 и 6000 включают в себя:

- шесть монохромных лазерных принтеров: HL-L5000D, HL-5100DN, HL-L5200DW, HL-L6300DW, HL-L6400DW, HL-L6400DWT;
- два многофункциональных устройства “три-в-одном” (печать, сканирование, копирование); DCP-L5500DN, DCP-L6600DW;
- четыре многофункциональных устройства “четыре-в-одном” (печать, сканирование, копирование, факс): MFC-L5700DN, MFC-L5750DW, MFC-L6800DW, MFC-L6900W.

О компании Brother

Группа компаний Brother (штаб-квартира в г. Нагоя, Япония) — многонациональ-

ная корпорация с 52 офисами продаж и 17 собственными производственными площадками, расположенными по всему миру. В компании работает более 31 000 человек, президентом Brother является г-н Терри Коике (Terry Koike). Продукция Brother включает в себя лазерные, светодиодные и струйные устройства, сканеры, факсы и принтеры для печати наклеек. Компания активно развивает продукты для быстрорастущего сегмента

цифровых и смарт-технологий, среди которых выделяются решения для мобильной печати и мультимедийных онлайн-сервисов: веб-конференция OmniJoin HD, BR Docs — облачный сервис для управления документами. Представительство Brother в России было открыто в октябре 2003 года. Основными задачами офиса являются маркетинг продукции Brother на рынке России и СНГ, поддержка и развитие каналов продаж, логистика.



алистов в области печати и документооборота”.

Кроме того, в нынешних условиях ограничения или даже отсутствия ИТ-бюджетов сервисные услуги становятся более привлекательными, так как при их использовании затраты относятся к операционным расходам, которые более предсказуемы и менее подвержены сокращению, нежели инвестиционные.

При этом заказчик может подобрать подходящий вариант сервиса. Как заметил Сергей Кантаржи, аутсорсинг бывает как простым, например обслуживание подрядчиком всего текущего парка печатной техники, так и комплексным, где ставятся задачи по управлению всей печатной инфраструктурой и содействию в разработке и внедрении новой политики печати и сканирования в организациях.

Реакция вендоров

Как уже отмечено, снижение объема закупок нового оборудования не означает, что организации стали меньше нуждаться в печати и оцифровке документов. Такая необходимость остается, но в непростой экономической ситуации заказчики ведут себя по-разному. Одни просто сокращают количество закупаемой техники, другие выбирают наиболее выгодные решения с точки зрения первоначальных вложений, третьи просчитывают совокупную стоимость владения и отдают предпочтение решениям, экономичным в работе и обслуживании.

Вендоры учитывают эти подходы в своих предложениях. Так, Epson делает ставку на третью группу заказчиков, предлагая экономичную альтернативу лазерным принтерам — струйные устройства с большим ресурсом комплекта чернил. Кюсега старается делать акцент на комплексных решениях, причем она начала это еще задолго до кризиса.

HP продвигает новую технологию печати, которая является альтернативой печати лазерной с точки зрения качества документов, но при этом, как утверждают в компании, отличается меньшими эксплуатационными расходами и более высокой надежностью техники.

Появляются и специальные предложения. Скажем, Xerox готовит такое решение для тех компаний, которые нуждаются в замене устаревающей офисной техники. “Наши специалисты проверят работоспособность принтеров и МФУ, а затем на выгодных условиях установят новое оборудование. Даже если не принимать во внимание преимущества специальных предложений, обновление парка принесет существенную экономию уже потому, что современные устройства отличаются от моделей прошлых лет намного более низкой стоимостью отпечатка”, — уточнила Елена Теплушкина.

Не забывают поставщики и о расходных материалах, на которых заказчики традиционно стараются сэкономить. Например, Xerox выпускает оригинальные тонер-картриджи как для своего оборудования, так и для офисной техники других производителей. По словам Елены Теплушкиной, они стоят примерно в два раза дешевле OEM-картриджей, но ресурс у них больше и производятся они в полном соответствии со стандартами качества Xerox.

Компания Brother зафиксировала курс доллара на свои расходные материалы значительно ниже рыночного, а для MPS-контрактов предусмотрела специальные материалы, которые отгружаются только по авторизованным сделкам и по особым ценам.

В связи с ростом интереса к аутсорсинговым услугам печати вендоры усиливают акцент на сервисе. Более того, уже практически не осталось вендоров, которые предлагали бы одни лишь ко-

рочные решения. Поэтому конкуренция в этой области обостряется, причем не только среди поставщиков, но и между поставщиками и их партнерами. Вендоры стараются решить такую проблему. В частности, Кюсега, по словам Сергея Свистунова, не конкурирует со своими партнерами, а ведет бизнес исключительно через них, считая заключение контрактов на услуги MPS оптимальным решением для тех заказчиков, которые имеют ограничения по закупке нового оборудования, и для тех, кто нуждается в оптимизации документооборота.

Но в целом рост конкуренции играет на руку заказчикам, так как у них появляется более широкий выбор. “Сейчас на первый план выходят детали: качество предоставляемых услуг, эффективность комплексных решений и программных продуктов, спектр доступных финансовых инструментов”, — констатирует Жамиля Каменева.

Что впереди

Кризис, как правило, означает новые возможности. На этом построена вся система эволюции, по которой, согласно Дарвину, выживает не самый сильный и умный, а тот, кто лучше всех приспосабливается к переменам.

Сейчас, когда превалирует тренд на сокращение издержек на корпоративную печать, в выигрыше окажутся производители, предлагающие наиболее экономичные решения и демонстрирующие наибольшую гибкость в работе с заказчиками, считает Андрей Антонов: “Это и экономичные устройства с низкой себестоимостью печати и низкой стоимостью владения, и специальные сервисные программы, позволяющие клиенту экономить на обслуживании техники”.

Большие надежды эксперты возлагают на сервисы печати и комплексные реше-

ния, включающие оборудование и ПО. “Кризис не прощает бездумные траты и инвестиции. Поэтому наблюдается переход от фокуса на оборудовании и характеристиках к решениям и сервисам”, — сформулировал общую идею Сергей Свистунов.

С ним согласна Елена Теплушкина, которая считает перевод печатной инфраструктуры на аутсорсинг разумным решением в условиях экономической нестабильности, поскольку он помогает сократить издержки и оптимизировать бизнес-процессы.

Кроме того, в ситуации кризиса, когда заказчики, оперируя ограниченным бюджетом, ищут оптимальный вариант для достижения своих целей, появляется хороший шанс у тех производителей, у кого премия за бренд меньше, чем у лидера корпоративного рынка. Однако, считает Сергис Басеян, таким догоняющим компаниям придется потрудиться, чтобы убедить заказчиков в своей надежности и предсказуемости: “Здесь не обойтись простым демпингом, как пытались делать некоторые производители в прошлом году. Нужен целостный и последовательный подход к продажам и сервисам, нужны комплексные решения для организации печати и оцифровки. На наш взгляд, продолжится переход рынка с транзакционной бизнес-модели на контрактную, включая MPS и подобные услуги, и со временем заказчики вместо коробок будут покупать услуги и решения”.

Но для достижения этой цели вендорам и их партнерам нужно наращивать экспертизу в аутсорсинговых проектах, а также в управлении разнородным парком оборудования и программным обеспечением. По мнению Сергея Кантаржи, это приведет к росту количества проектов по управлению печатью и документооборотом и создаст условия для более долго-

Microsoft...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 1
 нения запросов. “Никто не может получить доступ к таким данным, даже администратор БД”, — подчеркнул Джозеф Сирош, корпоративный вице-президент подразделения платформ управления данными.

Что касается аналитики, то здесь дополнительные возможности появились благодаря встроенной поддержке технологии in-memory и языка программирования R, предназначенного для статистического анализа. Как объяснил Джозеф

Сирош, раньше решение аналитических задач в транзакционной БД замедляло обработку транзакций. Из-за этого приходилось выгружать данные для анализа в отдельное хранилище, анализировать их, а потом опять помещать их в транзакционную БД.

“Мы объединили эти два мира — теперь можно параллельно выполнять обработку транзакций и решать задачи аналитики без замедления работы транзакционной БД, что дает возможность осуществлять анализ данных в реальном времени”, — сказал Джозеф Сирош и отметил, что благода-

ря технологии in-memory обработка транзакций происходит в 30 раз быстрее, чем в SQL Server 2014, а аналитика — в 100 раз быстрее. И все это без преобразования данных и применения средств ETL (извлечение, передача, загрузка).

Облачные технологии играют сейчас важную роль в стратегии почти любой ИТ-компаний. Не является исключением и Microsoft. В SQL Server 2016 появилось новое средство Stretch Database, которое позволяет использовать одну и ту же БД локально и в облаке Microsoft Azure. Это достигается за счет того, что в основе обоих ва-

риантов СУБД — для облака и для локальной установки — лежит один и тот же код. “SQL Server — это по-видимому первая реляционная СУБД, изначально предназначенная для облака, — сказал Джозеф Сирош. — Мы сначала встроили новый функционал в облачный вариант Azure SQL DB, который заказчики используют уже шесть-девять месяцев”. По его словам, новинка уже прошла полномасштабное тестирование и доказала свою работоспособность.

С помощью Stretch Database пользователи смогут расширять свою БД, перенося “горячие” и “холодные” данные из локальной БД в облачную. По мнению Джозефа Сироша, это обеспечит заказчикам значительную экономию, так как дешевле хранить данные в облаке, чем на своей площадке. Но новый функционал — это не просто резервное копирование. Можно по-прежнему выполнять запросы из локальной БД к облачной, хотя, возможно, несколько медленнее.

Важным объявлением стало и сообщение о доступности предварительной версии SQL Server on Linux. Анонс о планах переноса SQL Server на Linux появился недавно, а теперь за ним последовал

и выпуск первого релиза этой новинки (private preview). По словам Скотта Гатри, этот неожиданный шаг является частью стратегии компании, направленной на охват ее продуктами и технологиями как можно более широкого круга пользователей и удовлетворение их текущих запросов.

Сама СУБД SQL Server 2016 еще тоже находится в состоянии предварительной версии, правда уже предвыпускной (release candidate). Точная дата выпуска пока не сообщается, известно лишь, что законченный вариант появится в этом году.

По мнению аналитиков, нынешний анонс указывает на агрессивную стратегию Microsoft, направленную на завоевание рынка баз данных и современных (облачных и мобильных) платформ для данных. При этом компания старается двигаться вверх с точки зрения класса своей СУБД и поэтому представляет главную угрозу не для поставщиков СУБД с открытым кодом, нишевых баз данных или продуктов типа NoSQL, а для Oracle, занимающей ведущее положение в области СУБД класса high-end, предназначенных для приложений, хранилищ и витрин данных.

Atos строит...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 1
 Escala Lx-OP80 — для распределенной обработки больших объемов данных с помощью Hadoop, Spark, HBase, MongoDB, Cassandra, JBoss и т. д. Как утверждает директор по развитию бизнеса “Atos Россия” Роман Гоц, линейка Escala благодаря более высокой производительности процессоров Power 8 обеспечивает экономию по сравнению с x86-серверами на тех лицензиях ПО, стоимость которых исчисляется по количеству ядер.

Вторая линейка — bullion — базируется на платформе x86 и включает в себя широкий модельный ряд с конфигурациями от 2 до 16 ЦП и объемом ОЗУ от 48 Гб до 24 Тб. Серверы имеют модульную конструк-



Роман Гоц

цию, допускающую замену в горячем режиме плат-лезвий памяти и ввода-вывода. Поддерживаются ОС RHEL, Windows Server и VMware vSphere ESXi.

По мнению Романа Гоца, серверы bullion будут востребованы теми заказчиками, которые планируют трансформировать свою ИТ-инфраструктуру с проприетарного на свободный код. Еще одна перспективная область их применения — развертывание решений на in-memory платформе SAP HANA. Он сообщил также, что через два месяца ожидается сертификация для платформы SAP HANA и линейки RISC-серверов Escala.

Говоря о проектах с использованием серверов Bull в нашей стране, Эдгарс Пузо назвал лишь один, но очень крупный. Речь, правда, идет о между-

народном проекте в Siemens по переходу на платформу SAP HANA, включая и миграцию с SAP ERP на SAP S/4HANA, который охватит 100 тыс. сотрудников в разных офисах Siemens, в том числе и российском. В глобальном облачном ЦОДе компании будут развернуты 500 серверов bullion с SAP HANA.

Для реализации облачных решений на серверах Bull в тех организациях, у которых есть особые требования к транзитной передаче данных и сертификации по ИБ, Atos предлагает собственный облачный ЦОД в Москве, который она арендует у российского провайдера DataLine. Услуги консалтинга и технической поддержки подобных решений готово предоставлять российское представительство Atos. Сегодня в нем трудится 900 специалистов, причем 750 из них в Центре поддержки в Воронеже, входящем в глобальную сеть подобных центров Atos.

“Работа...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 19
 взрослую неоднородность клиентской среды и выход за традиционные рамки корпоративного мира. Неоднородность определяется не только расширением состава используемых ОС, но также различиями факторов и даже конкретных устройств от разных производителей. В мобильной сфере изменения происходят на порядок быстрее, чем в случае десктопов, мы должны успевать за этими темпами. Разумеется, мы по-прежнему ориентируемся на корпоративных заказчиков,

но на них самих очень сильное влияние оказывает потребительский рынок, мы это тоже должны учитывать в наших продуктах. Если раньше целевой аудиторией для нас были ИТ-администраторы, то сейчас — все в большей степени — конечные пользователи. Мы живем в постоянно усложняющемся ИТ-мире, но должны сделать так, чтобы для пользователей работа с ИТ становилась проще и удобнее.

PC Week: Мир ИТ быстро меняется. Какую стратегию внедрения инноваций вы посоветовали бы использовать компаниям-заказчикам?

Т. Ц: Темпы внедрения новшеств

могут быть разными, во многом это зависит от типа компании, от вида ее деятельности. Известно, что крупные давние игроки рынка придерживаются более консервативной политики, новые предприятия больше расположены к использованию последних новинок. Но точно можно сказать, что организации должны быть в курсе инноваций, передового опыта и тенденций развития. И понимать, что на одних только ныне существующих технологиях они не смогут добиться успеха и удержать лидирующие позиции. Обновление должно идти постоянно.

PC Week: Спасибо за беседу.

Рынок...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 19
 срочного взаимодействия с заказчиками.

Правда, развитие аутсорсинговых услуг несколько сдерживается проблемой безопасности данных. В связи с этим одной из возможных точек роста являются решения по безопасности и защите информации в печатной инфраструктуре, а также по защите печатных и электронных копий документов. Ведь, по данным экспертов, на печатные версии документов приходится до 15% всех утечек информации.

Помимо аутсорсинга есть и другие перспективные направления, которые можно отнести к нормальному эволюционному процессу развития рынка печати. Жамиля Каменова, в частности, отмечает переход на более экономически эффективные МФУ и рост доли полноцветных устройств.

Елена Теплушкина также говорит о перспективности сегмента офисных полноцветных МФУ и других направлений, которые в прошлом году показали наибольшую устойчивость: “Несмотря на сложную экономическую ситуацию и серьезные изменения в его структуре

много меньше, чем монохромный, и, возможно, даже покажет положительную динамику по итогам нынешнего года. Рост популярности цветных печатных устройств объясняется и тем, что заказчики все чаще используют цвет в коммуникациях, а стоимость цветного отпечатка снижается и уже не сильно отличается от черного”.

По общему мнению экспертов, все участники рынка печати — вендоры, партнеры и системные интеграторы — уже адаптировались к существующей экономической ситуации и серьезных изменений в его структуре не ожидается.

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, pretnzi@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 № 4-5 (903-904) **БЕСПЛАТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОТ ФИРМ!**

ПОЖАЛУЙСТА, ЗАПОЛНИТЕ ПЕЧАТНЫМИ БУКВАМИ:

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

1C 1
 Аквариус 20
 AK-Systems 11
 ASUS 2
 Brother 15
 Leadmar 7

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