ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

КАК ЧУВСТВУЕТ СЕБЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ИТ-РЫНОК /3
УПРАВЛЕНИЕ КОМПАНИЕЙ ЧЕРЕЗ IPAD /8
ЧТО ИЩУТ В ОБЛАКАХ ГОССТРУКТУРЫ /10
ГДЕ В ИНТЕРНЕТЕ САМЫЕ ДЕШЕВЫЕ АВИАБИЛЕТЫ /14
ОТ БУМАЖНЫХ КНИГ ОТКАЗЫВАЕТСЯ ВСЕ БОЛЬШЕ ЛЮДЕЙ /16
ЗАПРЕТЯТ ЛИ В РОССИИ КАРТЫ VISA И MASTERCARD /18

Среда, 27 апреля 2011
Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» №18
Коммерсантъ

BUSINESS GUIDE

4 601865 000295
10018

УПРОЩАЙТЕ!

управление инфраструктурой ЦОД с помощью конвергентных технологий.

Конвергентная Инфраструктура HP помогает упростить создание частной облачной среды на базе решения HP BladeSystem Matrix.

Бизнес нуждается в стремительной реакции со стороны ИТ – вы успеваете? Развертывание готового ИТ-сервиса в одно касание за считанные минуты, вместо дней или даже месяцев, возможно с помощью HP BladeSystem Matrix на базе процессоров Intel® Xeon® 5600-серии. Вы сможете незамедлительно реагировать на новые запросы со стороны бизнеса и масштабировать существующие сервисы в соответствии с самыми высокими требованиями.

Воспользуйтесь преимуществами от:

- *56% снижения Совокупной Стоимости Владения**
- *80% снижения времени развертывания приложений**
- *Двукратного повышения продуктивности системных администраторов**

Познакомьтесь с документом компании IDC "HP BladeSystem Matrix: представление конвергентной инфраструктуры" на hp.ru/matrix

HP BladeSystem Matrix с серверами HP ProLiant BL460c G7 на базе процессоров Intel® Xeon® 5600-серии и HP Integrity BL860c i2 на базе процессоров Intel® Itanium® 9300-серии

Рекомендуемые сервисы HP Care Pack:
3 года проактивной поддержки Proactive24

*Источник: официальный документ IDC при финансовой поддержке HP: Gaining Business Value and ROI with HP Insight Control Management Software (Увеличение ценности бизнеса и повышение рентабельности благодаря программному обеспечению управления HP Insight Control), №224704, сентябрь 2010 г.

© Hewlett-Packard Development Company, L.P., 2011. Содержащаяся здесь информация может быть изменена без предварительного уведомления. Все гарантии в отношении продуктов и услуг компании HP выражены в явном виде в гарантийных обязательствах, прилагаемых к соответствующим продуктам и услугам. Никакие содержащиеся здесь сведения не могут рассматриваться как дополнение к этим условиям гарантии. HP не несет ответственности за содержащиеся здесь технические или редакторские ошибки или упущения.

Intel, логотип Intel, Itanium и Itanium Inside, Xeon и Xeon Inside являются товарными знаками или зарегистрированными товарными знаками компании Intel Corporation в США и других странах.

Мощный.
Интеллектуальный.

Реклама

СТАНИСЛАВ КУПРИЯНОВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

ЭНТУЗИАЗМ В КРОВИ

Ситуация на отечественном ИТ-рынке идеально соотносится с тем, что происходит сейчас за окном: середина апреля, небо цвета асфальта, столбик градусника рядом с отметкой +2°С — и никакого солнца. Намеков на приближающуюся весну нет, или, по крайней мере, разглядеть их могу лишь неисправимые оптимисты. Примерно такой же хмурый настрой демонстрируют и представители бизнеса. Кризис был несколько лет назад, но клиенты расстаются с бюджетами все так же неохотно, помощи со стороны государства не видно, что делать дальше — не понятно. И очень приятно бывает во время подготовки номера встретить предпринимателя, всем своим примером иллюстрирующего цитату «Энтузиазм — основа любого прогресса» из Генри Форда. В этот раз нам повезло: мы встретили сразу нескольких.

Наверное, в каждой отрасли есть редкие люди со все еще горящими глазами, которые не боятся затевать новые проекты, вкладывать в них деньги, рассказывать об этом на конференциях и пристально следить за ходом технического прогресса, чтобы подчинять его себе в случае необходимости. Такие люди, невзирая на трудности — ну да, прозвучит банально, просто берут и делают. И то, что как минимум в сфере онлайн-продаж билетов, доставки видеоконтента и построения «облаков» такие предприниматели есть, вдохновляет. Может, действительно и всевозможные кризисы не так уж страшны.

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» (Business Guide-Информационные технологии)

Демьян Кудрявцев — генеральный директор
Азер Мурсалиев — шеф-редактор
Анатолий Гусев — арт-директор
Эдди Опп — директор фотослужбы
Валерия Любимова — директор по рекламе.
Рекламная служба:
Тел. (499) 943-9108/10/12, (495) 101-2353
Алексей Харнас — руководитель службы «Издательский синдикат»
Станислав Куприянов — выпускающий редактор
Наталия Дашковская — редактор
Сергей Цомык — главный художник
Виктор Куликов — фоторедактор
Екатерина Бородулина — корректор
Адрес редакции: 125080, г. Москва, ул. Врубеля, д. 4.
Тел. (499) 943-9724/9774/9198

Учредитель: ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом».
Адрес: 127055, г. Москва, Тихвинский пер., д. 11, стр. 2.
Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
Свидетельство о регистрации СМИ — ПИ № ФС77-38790 от 29.01.2010

Типография: «Сканвеб Аб».
Адрес: Корьаланкату 27, Коувола, Финляндия
Тираж: 75000. Цена свободная

Рисунок на обложке: Вера Жегалина

ПЕРЕЛОМНЫЙ МОМЕНТ

ПРОШЕДШИЙ ГОД ВЫДАЛСЯ ДЛЯ МИРОВОГО ИТ-РЫНКА ТАКИМ ЖЕ СЛОЖНЫМ, КАК И КРИЗИСНЫЙ 2009-Й: КЛИЕНТЫ, НАУЧЕННЫЕ ГОРЬКИМ ОПЫТОМ, СТАЛИ РАССТАВАТЬСЯ С БЮДЖЕТАМИ КРАЙНЕ НЕОХОТНО. НЫНЕШНИЙ ГОД, ПО ПРОГНОЗАМ АНАЛИТИКОВ ИЗ IDC, ТАКЖЕ НИЧЕГО ХОРОШЕГО НЕ ПРИНЕСЕТ: РОСТ ГЛОБАЛЬНОГО РЫНКА СОСТАВИТ ОТ 1 ДО 6%. РОССИЙСКИЙ РЫНОК ИТ-УСЛУГ И ПРОДУКТОВ БУДЕТ РАСТИ НЕНАМНОГО БЫСТРЕЕ. СВЕТЛАНА РАГИМОВА

ОБМАНУТЫЕ ОЖИДАНИЯ По оценкам главы российского представительства компании IDC Роберта Фариша, объем отечественного ИТ-рынка в 2010 году оказался меньше докризисного 2008 года на 10–15%. Однако уже в этом году средний рост ожидается на уровне 17–20% по сравнению с предыдущим годом, причем самые лучшие показатели роста наверняка продемонстрирует сегмент услуг. Минкомсвязи смотрит на свою вотчину еще более оптимистично, считая, что объем докризисного 2008 года рынок превзошел еще в прошлом году, достигнув объема в 565,8 млрд руб.— почти на 28 млрд больше, чем двумя годами ранее. Министр связи Игорь Щеголев сообщил, что объем всей отрасли информационно-телекоммуникационных технологий вырос в 2010 году на 7,7% — до 1,907 трлн руб. Но при этом доля ИКТ в ВВП упала до 4%, потеряв 0,6% — это в министерстве оправдывают ростом ВВП.

Алексей Ананьин, президент компании IBS, рассказывает, что 2010 год был продолжением периода стагнации, начавшейся в кризисном 2009 году после сильного сокращения бюджетов, выделяемых на консалтинг и ИТ. По его мнению, говорить о каких-то серьезных переменах на рынке не приходится. «Сколь-нибудь существенного роста на рынке мы не увидели и, похоже, в ближайший год не увидим,— считает господин Ананьин.— Основной фактор, продолжающий влиять на рынок,— кризис. Бюджеты на прошедший год формировались еще в 2009 году, поэтому ожидать существенного роста расходов на ИТ было сложно. Неуверенность в том, что кризис кончился, присутствует до сих пор». Рассматривая перспективы развития, президент IBS говорит, что, по оптимистическим прогнозам, российский рынок должен был выйти на докризисный уровень в 2012–2013 годах. Но пока реализуется скорее пессимистический сценарий: «Судя по бюджетам заказчиков, можно прогнозировать рост рынка в ближайший год на 15% в долларовом выражении, то есть взрывного роста и выхода на докризисные обороты мы не увидим. С учетом того, насколько сократились расходы на ИТ с начала кризиса, рост бюджетов всего лишь на 15% — это признак того, что оптимизм к клиентам так и не вернулся».

Впрочем, Александр Чачава, президент LETA Group, считает по-другому: «В 2011 году объем рынка обещает вырасти существенно, поскольку тут сыграет свою роль и цена на нефть, и отложенный спрос после кризиса, и общее развитие рынка. 2010 год также был не таким плохим: в 2009-м провал был серьезный — порядка 40% в долларовом исчислении».

КУСКИ ПИРОГА В последние годы больше всего надежд игроки рынка связывали с сегментом ИТ-услуг. Но по данным IDC, совокупная доля аутсорсинга в 2009 году в России выросла менее чем на 1%, составив 13,3%. Компания «Астерос» подсчитала, что в 2010 году ИТ-услуги подросли на 17%, что означает примерно $4 млрд. Это направление развивается эволюционно, постепенно. Взрывного роста, на который надеются компании, ожидать не приходится, но потенциал сегмента достаточно хорош. «Астерос» предполагает, что в 2011 году объем ИТ-аутсорсинга составит $4,9 млрд, а темпы роста не превысят 19%. Михаил Эренбург, президент группы «Астерос», считает, что отложенный спрос придаст основной импульс развитию ИТ-услуг в России в 2011 году. Флагманскими направлениями станут сегменты ИТ-аутсорсинга (рост порядка 24%), системной интеграции (22%) и внедрения бизнес-приложений и другого ПО (19%). Господин Эренбург уверен, что наиболее революционные изменения в 2011 году произойдут в сегменте безопасности в связи со скорым наступлением 1 июля — даты, когда информационные системы операторов персональных данных должны быть приведены в соответствие с требованиями ФЗ № 152. «Мы ожидаем, что почти 40% рынка информационной безопасности будут формировать проекты по защите персональных данных, тогда как в 2010 году их доля не превышала 25%» — говорит Михаил Эренбург.

Тагир Яппаров, председатель совета директоров группы компаний «АйТи», рассказывает, что за два посткри- →

СЕРГЕЙ МИХЕЕВ

ГЛАВА РОССИЙСКОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВАА КОМПАНИИ IDC РОБЕРТ ФАРИШ РАССКАЗАЛ, ЧТО ОБЪЕМ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ИТ-РЫНКА В 2010 ГОДУ ОКАЗАЛСЯ МЕНЬШЕ, ЧЕМ В ДОКРИЗИСНОМ 2008

ДМИТРИЙ ЛЕБЕДЕВ

ОТНОШЕНИЕ К ЗАТРАТАМ НА ИТ В ПРОШЕДШЕМ ГОДУ СТАЛО УТИЛИТАРНЫМ. ИНВЕСТИЦИИ ДЕЛАЛИСЬ ТОЛЬКО В ТО, ЧТО ЗНАЧИТЕЛЬНО ПОВЫШАЛО ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ

зисных года весь ИТ-рынок довольно серьезно изменился структурно. И, наверное, впервые с начала 2000-х годов в 2010 году доля различного «железа» составила более 70%, а на ИТ-услуги пришлось, соответственно, менее 30%. Господин Яппаров объясняет это несколькими причинами, например отложенным спросом, посткризисной заморозкой консалтинговых и софтверных проектов. Поэтому в «АйТи» ожидают в ближайшие годы ускоренного роста сегмента ИТ-услуг. Господин Ананьин же уверен, что все не так однозначно: «Речь идет не просто о том, что сократились объемы рынка. Мы сильно, лет на пять, откатились назад с точки зрения структуры затрат на ИТ. Видимо, теперь вновь будем проходить те стадии зрелости рынка, которые уже прошли до кризиса. Вначале станет восстанавливаться сегмент ИТ-инфраструктуры, затем программного обеспечения и только затем ИТ-услуг».

В сегменте ПО также звучат бодрые прогнозы. По словам Андрея Кутукова, директора департамента программных решений HP в России, в 2010 году наметился процесс восстановления рынка по ряду направлений. Так, например, в области ПО рост составил порядка 15%. «Уже сейчас понятно, что 2011 год станет значительно успешнее, чем 2010-й, во многом за счет реализации отложенного спроса,— говорит господин Кутуков.— В сравнении с рынком аппаратного обеспечения цикл проекта для ПО значительно длиннее, поэтому отложенный спрос начал реализовываться в конце 2010 года, а основная часть — в 2011 году». В целом HP прогнозирует рост рынка в 12–15%». «Сегодня мы наблюдаем активное развитие „облачных" технологий, и они во многом определят процессы дальнейшего развития ИТ-рынка»,— объясняет Андрей Кутуков.

МНОГИЕ КОМПАНИИ В ТРУДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ ВООБЩЕ ПЕРЕСТАЛИ ВЫДЕЛЯТЬ СРЕДСТВА НА ИТ, ДРУГИЕ УМЕНЬШИЛИ ИХ ОБЪЕМ. ЗАКАЗЧИКИ СТАЛИ БОЛЕЕ ТРЕБОВАТЕЛЬНЫ: ОНИ ВНИМАТЕЛЬНО ОТНОСЯТСЯ К ТОМУ, КАКОЙ ЭФФЕКТ ПОЛУЧАТ НА КАЖДЫЙ ПОТРАЧЕННЫЙ РУБЛЬ

Сергей Рыжиков, генеральный директор «1С-Битрикс», рассказывает, что спрос на разработку в веб продолжал расти в кризис и только ускорился после него. «Сегодня мы видим рост спроса на интернет-проекты теперь уже в массовом среднем и малом бизнесе,— говорит он.— Крупные компании готовят к запуску большие интернет-проекты. Начинает формироваться спрос на мобильные приложения и доступность сайтов через iPhone, Android. Мобильные платформы завоевывают SIM-карты корпоративных клиентов, позволяя сотрудникам всегда быть в работе». Отдельно господин Рыжиков отмечает взрывной рост на корпоративные порталы и стремление компаний повысить эффективность за счет современных коммуникаций. «В особом спросе в этом году учет рабочего времени, видимо, потому, что увеличились налоги на зарплату,— рассуждает господин Рыжиков.— Компании стали более требовательными к оплаченному времени. А также задачи 2.0, CRM, и особенно бизнес-процессы как автоматизация частных процессов: согласование и оплата счетов, командировки и т. д.». При этом генеральный директор «1С-Битрикс» отмечает, что, к сожалению, подавляющая часть расходов российских компаний приходится на долю нероссийских разработчиков, а именно на Microsoft. «В портфеле заказов из лидирующих российских продуктов значительное место занимает 1С, «Касперский», ABBY и «1С-Битрикс». Очень мало сегментов, в которых российские продукты успешно конкурируют с западными решениями» — сообщает Сергей Рыжиков.

Компания SAP отмечает, что в 2010 году прослеживалась тенденция очень утилитарного отношения к затратам на ИТ. Инвестиции делались, но в большей степени это касалось решений, которые способны достаточно быстро повысить эффективность работы предприятия. В условиях такого диверсифицированного спроса SAP показала впечатляющие результаты на российском рынке: 35% от общего числа клиентов SAP СНГ составили новые заказчики, а общая выручка достигла €278,5 млн, общий рост ее составил 53%. По словам Владислава Мартынова, главы «SAP Россия и СНГ», заказчики в 2010 году интересовались в первую очередь недорогими и быстро внедряемыми решениями, например приложениями для бизнес-аналитики. По итогам 2010 года решения этого типа составляли 51% в структуре всех продаж компании, и хотя уже к середине 2010 года рынок вновь стал проявлять интерес к крупным проектам, доля продаж решений SAP, не относящихся к классу ERP, росла и продолжает расти. «Мы считаем, что одним из важных трендов 2011 года наряду с ростом интереса к бизнес-аналитике и развитием преднастроенных отраслевых решений будет рост популярности мобильных бизнес-приложений.— Говорит господин Мартынов.— Сегодня менеджерам важна не только возможность работать с информацией в режиме реального времени, но и удобство этой работы, когда получить или передать нужные данные можно так же просто и быстро, как отправить SMS».

По результатам своей работы представители ГК «АйТи» отмечают, что в течение последних двух лет одним из самых динамичных стало направление ECM. Рост его в 2010 году составил порядка 20%. Также Тагир Яппаров говорит, что неплохой рост по итогам прошедшего года показал сегмент «железа», но сильное падение в 2009 году не позволило пока этому направлению достичь докризисных показателей. Хорошие результаты у СПО-практики, направления информационной безопасности, а вот рынок корпоративного обучения пока еще не восстановился. «Это и немудрено — расходы на развитие персонала в кризис резались в первую очередь. Но, по оценкам различных экспертов рынка, скоро оно покажет неплохой рост»,— уверен господин Яппаров. По его наблюдениям, также неплохо в последнее время развиваются «облачные» темы: «Пусть крупных проектов в этой области пока не так много, однако виден живой интерес со стороны заказчиков, который буквально на глазах перетекает в контракты».

Наибольший потенциал для роста компания HP видит в решениях для управления трансформацией приложений и услуг, управления активами, проектами, финансовом управлении в ИТ и корпоративной безопасности. Недавно HP анонсировала свою стратегию развития, которая основывается на обеспечении безопасных, ориентированных на реализацию задач заказчиков решений в мире ИТ, связи и коммуникаций. Одной из задач компания ставит развитие платформы для «облачных» вычислений и мобильных решений. Сегодня заказчиками HP в области построения своих «облачных» платформ являются семь из десяти основных поставщиков «облачных» услуг в мире, четыре из пяти поисковых сетей, восемь из десяти наиболее посещаемых сайтов в мире.

ЧТО В ГОЛОВЕ, ТО В БЮДЖЕТЕ Пережив кризис, компании-заказчики поняли, что инвестировать необходимо в то, что обеспечивает стабильность и долгосрочное развитие: в совершенствование бизнес-процессов, создание гибкой и устойчивой к колебаниям рынка структуры бизнеса, в адаптацию лучших мировых практик. Такой подход специалисты компании SAP видят сейчас не только у крупных компаний, но и со стороны среднего бизнеса. В 2010 году доля средних компаний в структуре доходов SAP СНГ выросла на 69% (крупного бизнеса — на 29%), при этом крупные компании все же обеспечили львиную долю дохода. «Наша практика показывает, что клиенты не просто признают важность IT как одного из факторов повышения эффективности бизнеса — подход к выбору и внедрению IT-решений стал более взвешенным и ориентированным на достижение стратегических целей компаний. Иными словами, бизнес рассматривает IT как платформу для долгосрочного развития, стратегическую инвестицию с четкими критериями ROI,— рассказывает господин Мартынов.— Возрастает значимость консалтинговой составляющей бизнеса, и это открывает дополнительные возможности для наших партнеров: на основании своего отраслевого опыта и изучения специфики клиента они разрабатывают рекомендации по выбору решения, его конфигурации под конкретного клиента и другим особенностям внедрения».

Тагир Яппаров говорит, что настроения клиентов однозначно изменились, причем в положительную сторону. «В

ИТОГИ ГОДА

По данным Минкомсвязи, количество персональных компьютеров в стране выросло за год на 18,4% и достигло 61,9 млн шт. Большая их часть — 74% — подключена к интернету, а число пользователей глобальной сети выросло на 11,2%, до 46,8 на 100 человек населения. При этом отраслевое министерство отводит на долю аппаратных средств около 20% от всего объема рынка ИТ, а IDC — больше половины. На долю ПО аналитическое агентство отводит менее 15%, а министерство — около 20%. Минэкономразвития посчитало рост рынка с учетом инфляции, и цифра оказалась менее впечатляющей — всего 3,7% в 2010 году по сравнению с 2009 годом. Большая часть этого объема, по мнению Минэкономразвития, приходится на аппаратные средства — 51,4%, доля программного обеспечения составила 20,2%, а ИТ-услуг — 28,4%. Минкомсвязи ожидает, что темпы роста ИТ-рынка превысят рост ВВП в целом и составят 14,6% в 2011 году, 15,8% — в 2012-м и 18,1% — в 2013-м. То есть к 2013 году объем трасли, по прогнозам, достигнет 886,8 млрд руб., а количество пользователей интернета — 64,2% населения страны при проникновении ПК в 62,4%.

СВЕТЛАНА ПРИВАЛОВА

ПО СЛОВАМ ТАГИРА ЯППАРОВА, ОЖИВЛЕНИЕ ЗАКАЗЧИКОВ И РОСТ ИХ АКТИВНОСТИ ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД СТАЛИ ОЧЕВИДНЫ

последние полгода-год стало заметно оживление заказчиков, рост их активности: обсуждаются новые темы, открываются новые и замороженные ранее проекты. И это не может не радовать. Кроме того, заметно растут ИТ-бюджеты, и, что самое главное, это уже бюджеты не выживания, а развития, я бы даже сказал, активного развития»,— надеется господин Яппаров. Андрей Кутуков отмечает, что заказчикам пришлось пересмотреть модель работы ИТ и перенаправить инвестиции в жизненно важные направления для работы предприятия, такие как ПО и услуги. По его словам, крупные компании начали активно инвестировать в ИТ, однако характер этих инвестиций изменился. Основной упор делается на бизнес-системы: заказчики готовы инвестировать в ИТ-проекты, напрямую связанные с бизнесом, внедрением новых услуг, повышением качества услуг, повышением эффективности бизнеса. Компании из отраслей, где ИТ является критически важной составляющей (банковская, телеком), даже в кризис не сокращали затраты на ИТ.

Несколько иную картину транслирует Алексей Ананьин. По его словам, многие компании в трудных экономических условиях вообще перестали выделять средства на ИТ, другие уменьшили их объем. А в связи с тем что в большинстве компаний расходы на ИТ были существенно сокращены, повысился уровень ответственности за те бюджеты, которые все-таки выделяются. Заказчики стали более требовательны, они внимательно относятся к тому, какой эффект получат на каждый потраченный рубль. В результате сотрудники на среднем уровне менеджмента, которые должны инициировать новые проекты, опасаются их запускать, поскольку не готовы брать на себя эту возросшую ответственность. Для некоторых оказалось проще ничего не делать, чем нести ответственность за результаты проектов.

В IBS доля новых проектов составляет около 50%, но новых клиентов гораздо меньше, чем в прошлые годы. При этом господин Ананьин отмечает, что рынок из рынка поставщика превратился в рынок заказчика. Клиенты диктуют свои условия, требовательно выбирают поставщиков, добиваются более выгодных условий по цене. Они стали разделять крупные проекты на отдельные этапы, проводить больше конкурсов, выставлять более жесткие требования по срокам и качеству выполнения проектов.

Естественно, в этих условиях обострилась конкурентная борьба, в том числе агрессивная ценовая конкуренция. «К счастью, пока это явление не приняло угрожающих масштабов, потому что большинство заказчиков понимает: помимо цены есть и другие факторы выбора поставщика — экспертиза, опыт, наличие признанной на рынке профессиональной команды, доказавшие свою успешность отраслевые разработки и т. д.» — говорит господин Ананьин.

Поддерживает эти наблюдения и Александр Чачава: «Заказчики плохо понимают эффективность ИТ. Не случайно в кризис именно инвестиции в ИТ резались чуть ли не в первую очередь. Это фундаментальная проблема, на самом деле: высокий уровень коррупции, госрегулирование и слабая конкуренция мешают ИТ-компаниям показать заказчикам товар лицом, очень много ИТ-проектов не приносит должного эффекта, и ИТ в целом в России достаточно скомпрометировано в глазах бизнеса. Эта ситуация постепенно меняется в лучшую сторону».

Михаил Эренбург считает, что 2011 год будет точкой перелома. Дело в том, что последние два года обновление ИТ откладывалось, но текущие потребности в ИТ не укладываются в выделенные на это бюджеты. И здесь кроется основная интрига: как российские предприятия будут решать эту проблему? Один вероятный путь — обновление ИТ за счет покупки «железа» и софта, что приведет к росту доли АО и ПО. Вместе с тем отодвинется переход на новые модели доступа к ИТ-сервисам и российский бизнес с опозданием воспользуется их преимуществами. Господин Эренбург видит и другой сценарий — если компании предпочтут модель SaaS. Бизнес в этом случае не только удовлетворит свои накопленные потребности, но и получит дополнительный плюс в виде низкой стоимости использования ИТ-сервиса по сравнению с приобретением ИТ-активов. «Скорее всего, в ближайшее время к услугам SaaS обратятся компании, которые склонны к экспериментам, открыты для применения новых технологий и подходов. Большая же часть клиентов консервативна и предпочтет наращивать парк ИТ»,— предполагает господин Эренбург. Но независимо от варианта развития событий в 2011 году заметного перераспределения сегментов ИТ-рынка не произойдет. Последствия выбора явно проявятся только в 2012–2013 годах. ■

НАИБОЛЕЕ РЕВОЛЮЦИОННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В 2011 ГОДУ ПРОИЗОЙДУТ В СЕГМЕНТЕ БЕЗОПАСНОСТИ В СВЯЗИ СО СКОРЫМ НАСТУПЛЕНИЕМ 1 ИЮЛЯ — ДАТЫ, КОГДА ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ОПЕРАТОРОВ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ПРИВЕДЕНЫ В СООТВЕТСТВИЕ С ТРЕБОВАНИЯМИ НОВОГО ЗАКОНА

↑

ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИЗМЕНЯТ ВАШ БИЗНЕС

Получите возможности, о которых можно только мечтать.

Мыслить глобально и действовать локально.

Сохранять устойчивость и гибкость.

Снижать расходы и повышать прибыль.

Расти без дополнительных инвестиций.

Откройте новые горизонты с привычными технологиями. Реализуйте новые идеи без дополнительных расходов. Экономьте на электроэнергии и офисном пространстве. Получайте доступ к информации в любой момент из любой точки мира.
Объединяйте имеющиеся решения и технологии, пробуйте новые и внедряйте лучшие из них. Раскройте все возможности привычных инструментов, их гибкость и удобство. Реализуйте новые проекты и не тратьте лишнего. Дайте своему бизнесу максимум и переходите на следующий уровень.

Microsoft

Cloud Power

ОТЛИЧНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ОБЛАЧНЫХ ВЫЧИСЛЕНИЙ
Windows Server® Hyper-V® • Microsoft® Office 365 • Windows Azure™
Узнайте больше на **Microsoft.ru/cloud**

© 2011 Microsoft Corporation. Все права защищены. Владельцем товарных знаков Microsoft, Cloud Power, Windows Server Hyper-V, Office 365, Windows Azure, зарегистрированных на территории США и/или других стран, и владельцем авторских прав на их дизайн является корпорация Microsoft. Другие названия компаний и продуктов, упомянутые в тексте, могут являться зарегистрированными товарными знаками соответствующих владельцев.
Реклама.

СОХРАНИТЬ И ОБРАБОТАТЬ

РОСТ ОБЪЕМОВ ДАННЫХ В ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ КОМПАНИЙ СТАНОВИТСЯ ПРОБЛЕМОЙ, ТРЕБУЮЩЕЙ НЕМЕДЛЕННОГО РЕШЕНИЯ. ВАРИАНТЫ — ПОТРЕБЛЯТЬ УСЛУГИ ХРАНЕНИЯ И ОБРАБОТКИ ДАННЫХ НА АУТСОРСИНГЕ ИЛИ СТРОИТЬ СОБСТВЕННЫЕ ЦЕНТРЫ ОБРАБОТКИ ДАННЫХ. СПРОС НА ЦОДЫ В РОССИИ НЕ УДОВЛЕТВОРЕН, В ЭТОМ ГОДУ ОЖИДАЕТСЯ РОСТ СООТВЕТСТВУЮЩЕГО СЕГМЕНТА РЫНКА НА 15–20%. НО БОЛЬШИНСТВО ЦОДОВ — УСТАРЕВШИЕ УЖЕ НА МОМЕНТ ЗАПУСКА. СВЕТЛАНА РАГИМОВА

НОВЫЕ ЛИЦА Если верить опросу крупных мировых ИТ-гигантов, проведенному исследовательской компанией Gartner, две трети опрошенных планируют инвестировать в решения, связанные с хранением данных. В 2009 году большинство менеджеров ЦОДов были вынуждены сократить расходы на развитие, поэтому сейчас компании столкнулись с проблемой устаревания своих ИТ-инфраструктур. Кроме того, рост объема данных сам по себе ведет к увеличению затрат во многих направлениях, включая оборудование, программное обеспечение, обслуживание и управление. По разным оценкам, сегмент услуг ЦОДов в России в прошлом году вырос на 10–15% по сравнению с 2009 годом. Игроки предполагают, что в 2011 году рост составит 15–20%. По словам Дмитрия Лоханского, генерального директора компании «Оверсан», сегодняшний объем рынка ЦОДов составляет примерно 5 млрд рублей, причем большая часть из них приходится на Московский регион. Рынок пока еще развивается, поэтому на нем найдут себе место как новые российские компании, так и существующие западные.

Впрочем, недавняя попытка выйти на российский рынок дата-центров со стороны иностранной компании сорвалась. Финская Tieto, предоставляющая интеграционные и консалтинговые услуги для телекоммуникационных компаний, планировала приобрести у российской «Ай-Теко» компанию «Трастинфо». На основе ЦОДа этого системного интегратора должно было сформироваться совместное предприятие. Tieto собиралась вложить в проект €2 млн. Но в апреле компании объявили, что эти планы останутся нереализованными. В «Ай-Теко» предположили, что финны не рассчитали свои силы. Представители Tieto не объяснили свой поступок, но заявили, что Россия по-прежнему является для них стратегически важным рынком.

Константин Чернокожин, руководитель отдела инфраструктурных решений Oberon, комментирует: «Применительно к Tieto говорить о сложностях выхода на российский рынок или о непонимании здешних реалий не приходится. Другой вопрос, что в России компания ориентируется на высокомаржинальные проекты в тяжелых отраслях — нефтегаз, финансовый сектор, энергетика, ритейл. В этой среде спрос на ИТ-услуги, как их понимает Tieto, невелик, потому и ЦОД не особенно нужен. В отличие от той же Скандинавии, у нас „облачные“ услуги более популярны в сегменте среднего и малого бизнеса. К сожалению, этот сегмент западным игрокам не очень интересен». Несостоявшаяся сделка никак не повлияла на «Ай-Теко». Финны остаются одним из крупнейших заказчиков «Трансинфо» по размещению своих ресурсов в арендуемом ЦОДе в Москве. «Ай-Теко» же отказывается теперь продавать ЦОД кому бы то ни было, посчитав, что «такая корова нужна самому». И это понятно: ЦОДы в России одно из самых активно развивающихся направлений на рынке ИТ, причем эта динамика сохранится еще лет 20.

ОЗЕРА ЖДУТ ЛЕБЕДЕЙ Даже в кризис спрос на услуги ЦОДов не особенно снижался, хотя притока новых клиентов также не наблюдалось. Дмитрий Лоханский отмечает, что до кризиса 2008 года потребность в ЦОДах превышала предложение рынка, поэтому многими игроками были инициированы проекты по созданию новых площадок. Однако в течение 2008–2009 годов предложение стало превышать спрос. В данный момент ситуация выравнивается, и при стабильном развитии экономики России ожидается продолжение бурного роста в связи с размораживанием запланированных ИТ-проектов и интересом к «облачным» технологиям. Андрей Синяченко, технический директор департамента инфраструктурных решений компании «АйТи», говорит, что коммерческих заказчиков у дата-центров радикально больше не стало, но появился потенциальный спрос на услугу со стороны госсектора. Этот спрос активно подогревают крупнейшие операторы на рынке.

СЕГОДНЯШНИЙ ОБЪЕМ РЫНКА ЦЕНТРОВ ОБРАБОТКИ ДАННЫХ СОСТАВЛЯЕТ ПРИМЕРНО 5 МЛРД РУБЛЕЙ, ПРИЧЕМ БОЛЬШАЯ ЧАСТЬ ИЗ НИХ ПРИХОДИТСЯ НА МОСКОВСКИЙ РЕГИОН

Сергей Зайцев, директор управления регионального развития Stack Group, считает, что потенциал этого рынка огромен: «По нашим оценкам, на сегодняшний день он, как и два года назад, эквивалентен 1360 среднестатистическим дата-центрам на 250 стоек. Если строить эти площадки по традиционным технологиям, потребуется порядка 4,6 ГВт электрической мощности — более точная цифра зависит от уровня надежности площадок и, соответственно, степени резервирования инженерных систем. При этом коэффициент энергоэффективности площадок будет находиться в интервале от 1,5 до 2, а их моральное устаревание начнется еще до ввода площадки в эксплуатацию. В случае если дефицит ДЦ-ресурсов будет закрываться с учетом уже появившихся энергоэффективных решений, число вводимых в эксплуатацию технологических площадок может быть сокращено до 1 тыс., а необходимые для их работы электрические мощности — до 3 ГВт. При этом стартовые инвестиции на ввод площадок будут сравнимы с классическими аналогами, а сроки и затраты на эксплуатацию будут существенно ниже».

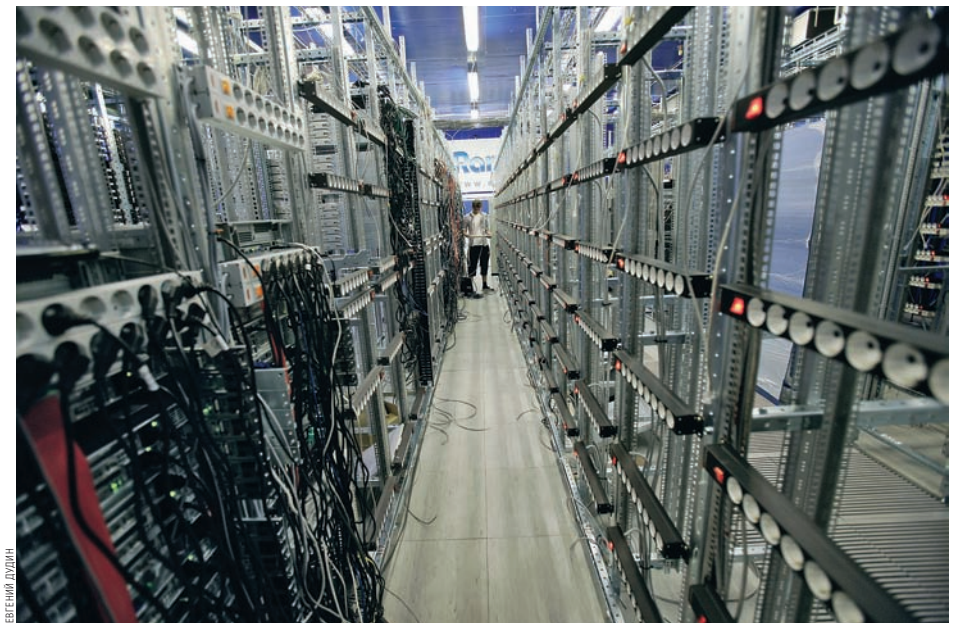
Генеральный директор компании IBS Сергей Мацоцкий считает, что отечественный рынок ЦОДов отстал от мирового по уровню развития на несколько лет. Из-за развития интернета, который остается значительным драйвером рынка, а также под влиянием развития темы «облачных» технологий в последние три года в России было заявлено довольно большое число проектов в области ЦОДов. Но большинство из этих проектов осталось нереализованными. А те центры, которые были введены в строй, уже не отвечают новым стандартам. В лучшем случае они соответствуют стандартам пятилетней давности. «Речь идет не только и не столько о стандартах надежности — кстати, в России пока нет ни одного ЦОДа, сертифицированного даже по Tier III,— рассказывает господин Мацоцкий.— Проблема в том, что мы отстаем от глобальных изменений, диктуемых развитием технологий и „облачных“ сервисов». Все лучшие практики в области построения ЦОДов сосредоточены в США и Европе. Например, недавно Facebook открыл информацию по своему новому дата-центру. С чистого листа они построили ЦОД, заявленная эффективность энергопотребления которого составляет 1,07. Эти цифры означают, что на 1 Вт, потребляемый сервером дополнительно, тратится только 7–10% энергии, а ведь еще три года назад затраты в 50% на работу сопутствующей инфраструктуры считались нормой. «В России нет ничего сопоставимого по уровню технологий и масштабам,— говорит господин Мацоцкий.— Причина в том, что наши ЦОДы создаются под совершенно другую модель потребления, не связанную с „облаками“, не требовательную к эффекту масштаба, унификации оборудования, эффективности энергопотребления». Российские коммерческие ЦОДы по-прежнему направлены на использование модели совместного размещения серверов. На российском рынке можно выделить два сегмента. Первый сегмент — это «бывшие серверные» и спонтанно созданные ЦОДы. Такие центры построены на базе имеющихся у их владельцев помещений и исходя из существующих возможностей энергообеспечения и каналов связи. Они, как правило, небольшого размера, построены с использованием разнородного оборудования, у них часто отсутствуют характерные черты коммерческого ЦОДа, например контроль периметра. По мнению господина Мацоцкого, эти ЦОДы на деле не способны предоставлять услуги гарантированного качества в соответствии с SLA. Вторая группа на рынке — это более профессиональные игроки, чьи ЦОДы включают все обязательные компоненты для коммерческого использования площадок. Такие компании ориентированы на предоставление услуг согласно SLA. ЦОДы IBS DataFort играют именно в этой лиге. Сергей Мацоцкий ожидает, что ситуация на рынке в целом изменится только после того, как клиенты массово перейдут к новой модели потребления услуг ЦОДов.

КЛАССИКА В МОДЕ На сегодня в денежном выражении значительная часть доходов приходится на классические услуги ЦОДов, такие как размещение оборудования в стойках, аренда стоек и оборудования. По словам Дмитрия Лоханского, в течение нескольких лет доля первых двух видов услуг уменьшается в пользу третьей, так как модель аренды более выгодна для большинства компаний. В 2010 году скорость этого перехода возросла в связи с растущим интересом к облачным вычислениям, и владельцы ЦОДов помимо аренды оборудования стали предлагать аренду конечных сервисов. Так, например, «Оверсан» была первой компанией в России, которая стала предлагать аренду вычислительных ресурсов в «облаке», что дает на порядок большую гибкость и позволяет экономить ИТ-бюджеты, подстраивая их под текущие требования предприятий.

Сергей Зайцев рассказывает, что на сегодняшний день основной объем услуг, предоставляемых Stack Group с использованием ресурсов SDN, составляет комплекс сервисов по размещению оборудования и организации связи. Вместе с тем в последние два года наблюдается растущая востребованность дополнительных услуг. Распределение бизнеса Stack Group по направлениям выглядит следующим образом: аутсорсинг ЦОДов (аренда стоек, co-location, dedicated, хостинг и т. п.) — порядка 79%; аутсорсинг сетевых и телекоммуникационных услуг — около 12%; дополнительные сервисы (в том числе услуги по обеспечению непрерывности бизнеса клиентов) — на уровне 8%; другое — 1%. Видно, что данные услуги по-прежнему потребляются в основном по классическому сценарию.

Представители компании «Оверсан» в перспективе пяти-десяти лет видят развитие новых моделей бизнеса и появление бизнес-платформ, основанных на «облачных» вычислениях, где интернет свяжет процессы компаний и потребителей между собой на новом качественном уровне в реальном времени. Для всего этого потребуется инфраструктура: ЦОДы, каналы связи. С увеличением качества и емкости каналов связи ЦОДы станет выгоднее размещать рядом с источниками электричества и дешевыми ресурсами для их охлаждения. С ростом степени автоматизации ЦОДов и переходом от физических услуг к виртуальным услугам сами ЦОДы станут более компактными.

Наибольшую потребность в услугах дата-центров сегодня испытывают игроки высокотехнологичных отраслей экономики, чья профессиональная деятельность связана с постоянно растущим объемом информации, нуждающейся в длительном хранении, оперативной обработке и высокой защищенности от нештатных ситуаций и злонамеренного воздействия. Сергей Мацоцкий считает, что на рынке будет распространена модель использования мощностей коммерческих ЦОДов. В то же время очень крупные игроки масштаба Сбербанка и «Газпрома» будут строить собственные ЦОДы. На сегодняшний день многие ЦОДы загружены практически под завязку. Так, в сети дата-центров Stack Data Network используется 95% ее мощностей. Дмитрий Лоханский говорит, что ситуация из года в год меняется в сторону аутсорсинга и модели аренды. Частные ЦОДы строятся самостоятельно крупными компаниями, где ИТ — важный элемент бизнеса компаний и требования к площадкам высоки, поскольку на открытом рынке только в 2010 году стали появляться предложения соответствующего класса. Пока на рынке не появится достаточное количество опробованных и качественных решений, все сегменты, для которых ИТ критично, будут продолжать строить частные центры обработки данных. ■



ЕВГЕНИЙ ДУДИН

НАИБОЛЬШУЮ ПОТРЕБНОСТЬ В УСЛУГАХ ДАТА-ЦЕНТРОВ СЕГОДНЯ ИСПЫТЫВАЮТ ИГРОКИ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ

ДОВЕРЬТЕСЬ

непревзойденной надежности,
подкрепленной мощью конвергенции.

Конвергентная Инфраструктура HP на основе серверов HP Integrity – будущее критически важных ИТ-систем.

Современные ресурсоемкие корпоративные приложения и базы данных должны обеспечивать высочайший уровень доступности. При этом сокращение операционных расходов на ИТ актуально как никогда.

Кажется, что миссия невыполнима. Но это не так, ведь Конвергентная Инфраструктура HP для критически важных задач может обеспечить:

- простое в эксплуатации ИТ-окружение*
- до 70% - сокращение потерь, связанных с простоями*
- до 60% - снижение совокупной стоимости владения*

Вы можете быть уверены, что серверы HP Integrity и Superdome 2 на базе операционной системы HP-UX и процессоров Intel® Itanium® серии 9300 обеспечат вам бескомпромиссную надежность, гибкость, стабильность и безопасность.

Зайдите на сайт **hp.com/go/harness**, чтобы увидеть, как системы HP Integrity Superdome 2 под управлением HP-UX помогают повышать производительность без повышения затрат.

HP Superdome 2 на базе процессоров Intel® Itanium® серии 9300

* Посетите сайт hp.com/go/harness, на котором представлена исходная информация и проверены заявленные свойства продукции.

© Hewlett-Packard Development Company, L.P., 2011. Содержащаяся здесь информация может быть изменена без предварительного уведомления. Все гарантии в отношении продуктов и услуг компании HP выражены в явном виде в гарантийных обязательствах, прилагаемых к соответствующим продуктам и услугам. Никакие содержащиеся здесь сведения не могут рассматриваться как дополнение к этим условиям гарантии. HP не несет ответственности за содержащиеся здесь технические или редакторские ошибки или упущения.

Intel, логотип Intel, Itanium и Itanium Inside являются товарными знаками или зарегистрированными товарными знаками корпорации Intel в США и других странах.

Реклама

БИЗНЕС НА КОНЧИКАХ ПАЛЬЦЕВ

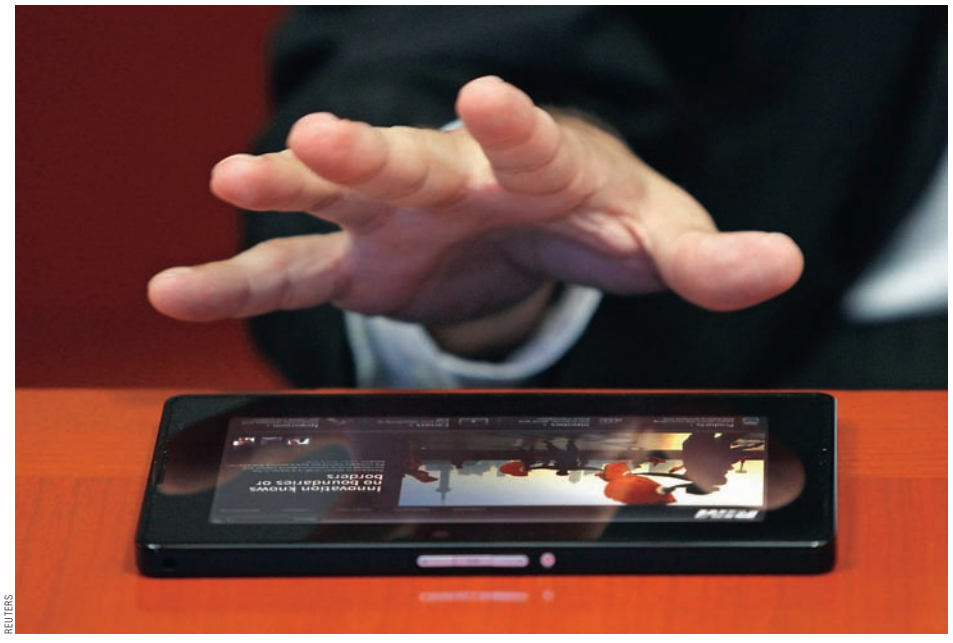
СОГЛАСНО РЕЗУЛЬТАТАМ ОПРОСА СРЕДИ ТОП-МЕНЕДЖЕРОВ, ПРОВЕДЕННОГО КОМПАНИЕЙ «КОРУС КОНСАЛТИНГ», 40% ИЗ НИХ ПОЛЬЗУЮТСЯ МОБИЛЬНЫМИ УСТРОЙСТВАМИ ДЛЯ РАБОТЫ С КОРПОРАТИВНЫМИ ИНФОРМАЦИОННЫМИ СИСТЕМАМИ. ДОЛЯ ИНТЕРНЕТ-ПЛАНШЕТА IPAD СРЕДИ ЭТИХ УСТРОЙСТВ ПОКА МАЛА, НО ЭТО ТОЛЬКО НАЧАЛО. МНОГИЕ РАЗРАБОТЧИКИ КОРПОРАТИВНОГО ПО УЖЕ ВЫПУСТИЛИ ПОД НЕГО СПЕЦИАЛЬНЫЕ ВЕРСИИ СВОИХ ПРОДУКТОВ.

СВЕТЛАНА РАГИМОВА, СТАНИСЛАВ КУПРИЯНОВ

ЗАКУПОЧНАЯ ПОРА Прошлый год показал взрывной рост интереса к iPad и другим планшетам со стороны бизнеса. Компания ChangeWave провела исследование, согласно которому спрос на эти устройства с появлением iPad удвоился. В декабре прошлого года вице-президент департамента исследований ChangeWave Пол Картон отмечал, что 7% представителей бизнеса сообщали об использовании планшетных компьютеров в их компаниях, что на один пункт больше, чем в августе 2010 года. При этом в 82% случаев таким устройством является iPad, решения HP используют 11% компаний, а Dell — 7%. Аналитики Gartner настоятельно рекомендуют начать применять интернет-планшеты в повседневной работе в качестве дополнения к ноутбукам и смартфонам. Компания считает, что это даст серьезные преимущества для бизнеса, а те ИТ-директора, которые решили подождать с закупкой планшетов, совершают ошибку. Вице-президент Gartner Дэвид Уиллис говорит, что нынешняя ситуация напоминает период появления на рынке смартфонов и коммуникаторов. Те компании, которые начали активно использовать эти устройства, получили дополнительные преимущества, например мобильность в плане принятия решений, а сегодня с легкостью осваивают iPad и аналоги.

В России сегодня iPad можно обнаружить на столе даже тех руководителей, кому электронную почту до сих пор приносят распечатанной на бумаге. Во многом эта мода сформировалась под влиянием главы государства, демонстрирующего свою любовь к продукции Apple. Дмитрий Исайченко, директор по консалтингу компании Cleverics, констатирует: iPad в моде, он уже есть у многих. И теперь пользователи ищут способы получить от обладания им какую-нибудь пользу. «Потребность в работе с корпоративными приложениями на достаточно мобильном устройстве возникла, конечно, задолго до появления iPad,— рассуждает господин Исайченко. — Как правило, речь идет о возможности получить корпоративную отчетность, свежую почту, новости рынков. Это повышает мобильность руководителя, позволяет ему не терять связь с происходящим, пока он находится в пути. Просто iPad добавляет работе руководителя с бизнес-приложением определенный шарм».

Александр Клинцов, генеральный директор компании «Старблайзер», рассказывает, что использовал для мобильной работы разные устройства — это были и телефоны с функцией работы с почтой, и нетбуки. Но желаемое получил только сейчас, спустя год активного использования iPad. «Конечно, основной его задачей является работа с почтой и доступ к интернету. В определенных пределах с этой задачей справляются и телефоны,— рассказывает Александр Клинцов.— Но если нужно прочитать не сообщение из двух-трех предложений, а текст хотя бы на полстраницы, то лучшего инструмента, чем iPad, нет. Разница огромная». Для работы с почтой он использует и Blackberry, и iPad, поскольку «климат в нашей стране не всегда позволяет достать планшет, находясь на улице». Господин Клинцов теперь уже не берет в командировки ноутбук — планшета вполне достаточно, причем и для игр, и для чтения журналов. «Людям, работающим в сфере ИТ, часто бывает нужно получить доступ к офисной инфраструктуре. Существующие приложения позволяют это сделать без труда»,— добавляет он.



REUTERS

МОБИЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ С ДОСТУПОМ К СИСТЕМАМ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА ДЕЛАЮТСЯ НА ЗАКАЗ И ПРЕДНАЗНАЧЕНЫ ВСЕГО ДЛЯ НЕСКОЛЬКИХ ЧЕЛОВЕК В КОМПАНИЯХ — ТОП-МЕНЕДЖМЕНТА

ПАЛЬМЫ ПОД ЯБЛОКАМИ Разработчики «тяжелого» ПО Oracle и SAP, следуя тренду, выпустили iPad-приложения для доступа к своим корпоративным системам. Например, пакет Sapphire Now включает доступ к SAP Business Suite 7, SAP BusinessObjects Crystal Reports 2008 и другим продуктам компании. Oracle предлагает доступ к своим решениям класса Business Intelligence и прочим. Приложения находятся в свободном доступе, их могут скачивать и российские пользователи, но интерфейс пока не переведен на русский. По той же модели работает с AppStore и компания IBM, предлагающая нелокализованное приложение для доступа к Lotus. Понятно, что бизнес-приложений Microsoft и HP в Apple AppStore не наблюдается. Примеры использования корпоративных приложений для управления бизнесом среди российских менеджеров пока можно пересчитать по пальцам. Но спрос на них уже начинает появляться. Сергей Рыжиков, генеральный директор «1С-Битрикс», рассказывает, что в компанию стали обращаться клиенты с просьбой выпустить версию корпоративного портала или средства для управления сайтами под iPad. Раньше, несмотря на бесчисленное количество «умных» телефонов на рынке, таких запросов не поступало. Поэтому новую версию интернет-магазина «Битрикс» выпустила с функцией автоматизированного создания приложения под iPad. Кроме того, теперь управлять корпоративным порталом можно с планшета.

Компания Digital Design отреагировала на изменение тренда еще более оперативно: она открыла отдельный центр разработки решений для планшетов. Под его эгидой было выпущено приложение «Мобильное рабочее место руководителя», обеспечивающее доступ к ряду систем электронного документооборота, в том числе DocsVision, Documentum и LotusNotes. Среди других возможностей решения — модуль «Электронная папка для совещаний», позволяющий руководителям коммерческих компаний и госструктур организовывать работу по подготовке документов к совещаниям и саму работу с документами. Кроме того, приложение включает в себя клиент отчетно-аналитической системы с тремя типами визуализации ключевых показателей деятельности компании. «Сейчас мы ведем плотное сотрудничество с отечественными производителями средств шифрования для обеспечения безопасности работы с корпоративной информацией на планшетах, в том числе защищенного доступа к корпоративной электронной почте,— рассказывает директор центра Михаил Альперович. — А в ближайшее время планируем перевести „Мобильное рабочее место руководителя“ на базу SaaS, сделав его повсеместным и доступным бизнесу любых размеров». По словам господина Альперовича, за первые девять месяцев работы решением воспользовалось уже более десяти крупных корпоративных клиентов, в том числе РЖД, правительство Мурманской области и Сбербанк России. В ближайших планах компании — выпуск решения под платформу Android 3.0. Для планшетов под управлением предыдущей версии OS решение уже есть.

Еще одно решение для корпоративных пользователей предложила компания Optima Software, интегрировав систему электронного документооборота OPTIMA-WorkFlow с мобильным решением iDecide Documents. По словам ее генерального директора Дмитрия Старостина, «идея применения iPad в качестве рабочего инструмента руководителя возникла у заказчиков сразу после появления устройства на рынке. Одна крупная транспортная компания обеспечила топ-менеджеров планшетами для выполнения сравнительно простых задач до анализа отчетов по эффективности деятельности компании».

ПО МЕДИЦИНСКИМ ПОКАЗАНИЯМ На волне интереса к интернет-планшетам компания «КОРУС Консалтинг» выпустила необычное нишевое решение. Созданное ими приложение MediaPad взаимодействует с Федеральной типовой медицинской информационной системой и позволяет специалистам в любое время и в любом месте получать историю болезни пациента, результаты его анализов, рентгеновские снимки, назначать диагностику и лечение. Это первый в России опыт использования планшетных компьютеров в медицине. По словам представителя компании Аси Власовой, MediaPad разработан для одного из федеральных научно-клинических центров России: «Приложение сделано под конкретную систему, которую мы же и внедряем, поэтому распространять его свободно не будем». Впрочем, у компании есть и более универсальная разработка — решение «Мобильный офис» для мобильного доступа топ-менеджмента к системам электронного документооборота. «Технология организации интерфейса позволяет руководителю при желании даже налагать графические и голосовые резолюции на электронные документы,— рассказывает госпожа Власова.— В ближайшие несколько месяцев приложение будет запущено в работу у четырех заказчиков — из госсектора и энергетической отрасли. Пользоваться им будет только топ-менеджмент — несколько человек в каждой компании».

Несмотря на интерес разработчиков ПО к мобильным устройствам, выпускать версии под каждое из них сложно. Помимо iPad существует огромное количество интернет-планшетов под управлением Android OS и Windows 7, зачастую — со специфическими характеристиками, к примеру разрешением экрана. Иван Федоров, руководитель отдела абонентских продаж компании «Русские навигационные технологии» (РНТ), считает, что решить эту проблему можно путем переноса сервисов в сеть. В этом случае достаточно просто адаптировать интерфейс сайта для использования под iPad. РНТ сейчас разрабатывают решение этой задачи. «Даже находясь в дороге или дома, пользователи таких приложений могут использовать весь функционал системы и оперативно реагировать на ситуацию,— рассказывает господин Федоров.— Например, нередко бывает, что из-за нарушения согласованного графика доставки груза у предприятия возникает спорная ситуация с клиентом, грозящая штрафами. Такую ситуацию доводят до руководителя, который должен быстро принять важные решения, но не знает всех подробностей и „истории вопроса“. При помощи мобильных устройств он может легко и очень быстро получить полную и объективную информацию о местонахождении и движении автомобиля». ■

В РОССИИ СЕГОДНЯ IPAD МОЖНО ОБНАРУЖИТЬ НА СТОЛЕ ДАЖЕ ТЕХ РУКОВОДИТЕЛЕЙ, КОМУ ЭЛЕКТРОННУЮ ПОЧТУ ДО СИХ ПОР ПРИНОСЯТ РАСПЕЧАТАННОЙ НА БУМАГЕ. ВО МНОГОМ ЭТА МОДА СФОРМИРОВАЛАСЬ ПОД ВЛИЯНИЕМ ГЛАВЫ ГОСУДАРСТВА

ТОЛЬКО ЦИФРЫ

По прогнозам Gartner, в нынешнем году мировые продажи интернет-планшетов достигнут 69 млн штук, тогда как в прошлом году эта цифра составила 16 млн, а в 2012-м предположительно будет продано 100 млн планшетных компьютеров. Аналитическая группа eMarketer дает чуть более консервативный прогноз — 81,3 млн проданных планшетов в следующем году. Всему рынку Gartner предрекает рост на 181% к 2014 году. На США приходится порядка 61% продаж, но эта цифра сократится до 43% к 2014 году. При этом JPMorgan Securities считает, что объем рынка к 2012 году вырастет до $35 млрд, несмотря на то что аналитики предсказывают падение стоимости этих устройств уже в ближайшие годы до уровня $300 и меньше. Это сильно ударит по сегменту мини-ноутбуков. А со временем интернет-планшетами начнут замещать и другие устройства с узкой функциональностью, например ридеры. Меньше всего от их наступления пострадают смартфоны, которые стоят пока еще значительно дешевле и обладают меньшими размерами.

↑
ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА

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

lenovo

T410

реклама

LENOVO THINKPAD T410. ДЛЯ ТЕХ, КТО ЦЕНИТ ВРЕМЯ.

Идеальный партнер для успешного бизнесмена. Мощный процессор Intel® Core™ i7 гарантирует невероятно высокую производительность при выполнении большого количества задач. Новейшая технология NVIDIA® Optimus™ в автоматическом режиме оптимизирует работу ноутбука, обеспечивая высокую скорость работы с графикой и продлевая время автономной работы батареи на 33%. Экономя время, ты развиваешь свой бизнес еще более успешно.
Ноутбук Lenovo T410 на базе процессора Intel® Core™ i7
Впечатляет? Действуй!

intel CORE i7 inside™

Быстрее.
Умнее.

НЕ МЕЧТАЙ. ДЕЙСТВУЙ!

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

ЗАОБЛАЧНЫЕ СТРАНЫ

СОГЛАСНО СТАТИСТИКЕ, ВТОРОЙ ПО ВЕЛИЧИНЕ ПОТРЕБИТЕЛЬ «ОБЛАЧНЫХ» УСЛУГ В ЕВРОПЕ — ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ. О НАМЕРЕНИИ ЧАСТИЧНО ПЕРЕЙТИ НА «ОБЛАЧНУЮ» ПЛАТФОРМУ МЕСЯЦ НАЗАД ОБЪЯВИЛО И МИНИСТЕРСТВО ОБОРОНЫ США. РОССИЙСКИЕ ЖЕ ГОССТРУКТУРЫ ОТДАВАТЬ ХРАНЕНИЕ ДАННЫХ КОМУ-ТО НА СТОРОНУ ПОКА БОЯТСЯ — В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ПО СООБРАЖЕНИЯМ БЕЗОПАСНОСТИ. СВЕТЛАНА РАГИМОВА

ХОРОШАЯ ПОДДЕРЖКА В ближайшее время правительство США планирует выделить $80 млрд на поддержку информационных технологий, обеспечивающих нужды государства. Из них $20 млрд пойдет на развитие «облачных» вычислений. Cloud computing — ставшая невероятно популярной за последние пару лет технология распределенной обработки данных. Она позволяет предоставлять конечному пользователю нужные ему компьютерные ресурсы в аренду — в качестве интернет-сервиса. Пользователь, не имеющий собственных вычислительных мощностей, получает возможность использовать нужные ему ресурсы по мере необходимости. Государственным учреждениям выдадут предписание в течение полутора лет перенести в «облако» как минимум три собственных сервиса. Если этот эксперимент окажется успешным, в развитие облачных вычислений будет инвестирована вышеназванная сумма. Больше всего на «облака» потратят министерство национальной безопасности и министерство финансов. Главный федеральный директор по IT правительства США Вивек Кундра считает, что новые технологии позволят сократить расходы министерств и бюджетных организаций на 30%, а также помогут гражданам быстрее и эффективнее взаимодействовать с чиновниками. При этом он отмечает, что по эффективности работы американские министерства значительно уступают крупным частным предприятиям и европейским правительственным организациям. Дело в том, что государственные информационные системы США чересчур фрагментированы, в них дублируются функции, они сложны в управлении, на принятие решений затрачивается слишком много времени. «Облачная» модель вычислений должна устранить все эти проблемы без серьезных потерь для бюджета.

Похожие проблемы наблюдаются и в информационной системе российского государства. Всемирный экономический форум обнародовал очередной глобальный отчет о развитии информационных технологий в 2010–2011 годах. Это исследование оценивает влияние информационных технологий и коммуникаций на экономическое развитие и конкурентоспособность 138 стран. Индекс развитости ИТК говорит о готовности стран к эффективному использованию технологий по трем измерениям: общая среда (бизнес-климат, законодательное регулирование и инфраструктура) для развития ИТК, готовность трех основных групп (граждан, бизнеса и правительств) к плодотворному использованию ИТК, использование самых современных доступных сетевых технологий. Первая пятерка наиболее прогрессивных в технологическом отношении стран — Швеция, Сингапур, Финляндия, Швейцария и США. В этом году Россия поднялась в рейтинге на три пункта, но вряд ли стоит слишком этим гордиться — 77-е место почетным назвать нельзя. К тому же наша страна значительно отстает от других стран БРИК (Бразилии, Индии, Китая), которые принято считать самыми перспективными и быстрорастущими экономиками. Более того, Россия уступает даже Казахстану, помещенному на 67-ю строчку рейтинга. А по статье «Внутренний рынок» Россия и вовсе заняла 118-е место.

ВО ВСЕМ МИРЕ ДРАЙВЕРОМ РЫНКА ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ ЯВЛЯЕТСЯ ГОСУДАРСТВО. НО МАССОВОЕ ВНЕДРЕНИЕ «ОБЛАЧНЫХ» ТЕХНОЛОГИЙ В РОССИЙСКОМ ГОССЕКТОРЕ СДЕРЖИВАЕТСЯ НЕСКОЛЬКИМИ ФАКТОРАМИ

ДМИТРИЙ ДУХАНИН

ДВИЖЕНИЕ ГОСУДАРСТВА В «ОБЛАКА» НАБЛЮДАЕТСЯ В ОСНОВНОМ НА БУМАГЕ. ДЕПУТАТЫ ПОКА ЛИШЬ ОСВАИВАЮТ «АЙФОНЫ» И «АЙПЭДЫ»

В 2010 году страна оказалась на 59-м месте в индексе ООН по реализации программы электронного правительства, за два года сумев подняться лишь на один пункт. При этом президент РФ Дмитрий Медведев заявляет, что к 2015 году Россия должна войти в первую двадцатку этого списка. Специалисты считают, что без технологий cloud computing в этом деле не обойтись.

ПРЕКРАСНОЕ ДАЛЕКО Финансирование национальной «облачной» платформы включено в госпрограмму «Информационное общество». В 2011–2013 годах на ее реализацию запланировано выделить 476 млн рублей, из которых 152 млн приходится на 2011 год. Чиновники объявили, что расходы на 2012–2013 годы могут быть пересмотрены в сторону увеличения. Заместитель министра связи и массовых коммуникаций Илья Массух в ноябре рассказал, какие сервисы должны появиться в государственной платформе «облачных» вычислений и из каких компонентов она будет состоять. «Сегодня подобные собственные технологии в России практически отсутствуют, поэтому данную нишу активно занимают зарубежные компании, такие как Google»,— сказал господин Массух. Замминистра считает, что государство не в состоянии разработать «облачную» платформу лучше, чем Google, но должно стимулировать ее создание, выбрать поставщика и профинансировать разработку. «„Облачная“ платформа тесно связана с коммерческими предложениями и может стать самоокупаемой»,— уверен он.

Пользователям российского «облака» будут предоставлены онлайновые госуслуги, например медицинский сервис, оплата услуг ЖКХ, транспорта. Кроме того, появится онлайн-сервис для работы с документами. Для внедрения платформы предлагается создать территориально распределенную инфраструктуру, в которую войдут единая программная среда коллективной разработки и хранилище дистрибутивов ПО. В эту же инфраструктуру планируется включить защищенную веб-платформу для предоставления сетевых услуг и центры поддержки пользователей и разработчиков. Но пока не ясно, дойдет ли до воплощения этих замыслов в жизнь.

ОТ НУЛЯ ДО БЕСКОНЕЧНОСТИ По данным исследовательских агентств, таких как IDC, ИК «Финам», статистике коммерческих компаний и Минэкономразвития, объем госсектора российского ИТ-рынка составляет 30–40% от совокупного объема российского ИТ-рынка в 565,8 млрд рублей в 2010 году, то есть, примерно 200 млрд. При этом 50% приходится на аппаратные средства, 30% — на ИТ-услуги и 20% — на программное обеспечение. «В целом же ИТ-рынок в России растет в среднем на 20% в год,— рассказывает Дмитрий Лоханский, генеральный ди-

ректор компании „Оверсан“.— При прогнозе роста рынка „облачных“ госуслуг с 0% на начало 2011 года по 6% ежегодно к 2016 году он может составить 180 млрд рублей».

Во всем мире драйвером рынка высоких технологий является государство. «Именно поэтому господин Кундра объявил „облака“ одним из приоритетов модернизации, именно поэтому NASA, НАТО, минобороны США уже выделили на это деньги. Если мы не хотим пропустить и этот виток технологического развития, нашему правительству стоит задуматься и ускорить применение „облачных“ вычислений в госсекторе, так как в коммерческом сегменте это все развивается очень-очень туго»,— уверен Дмитрий Лоханский.

Экономический эффект от внедрения «облачных» вычислений в одном из госорганов США оказался выдающимся. Если раньше на обновление и масштабирование ИТ-ресурсов тратилось до полугода рабочего времени и $2,5 млн в год, то с переходом на облачные технологии срок сократился до одного дня, а сумма — до $0,8 млн в год. Положительный эффект от внедрения «облаков» можно получить и в нашей стране.

Константин Анисимов, директор по маркетингу и работе с партнерами компании Parallels в РФ, странах СНГ, Балтии и Израиля, говорит, что внедрение «облачных» технологий в госсекторе облегчит жизнь всем. Государство сможет существенно сократить бюрократический аппарат. Гражданам больше не нужно будет терять время, тратить нервы и деньги на получение справок. Все вопросы можно будет решить, имея под рукой лишь две вещи — компьютер и интернет. Как результат люди станут лояльней относиться к своему государству. «На бизнесе это также должно сказаться позитивно: упростит отчетность, ограничит общение с чиновниками (а значит, и давление с их стороны), позволит сконцентрироваться на своей непосредственной деятельности. Внедрение „облачных“ технологий увеличит налоговые поступления, потому что деньги пойдут мимо чиновничьих карманов прямо в казну»,— полагает господин Анисимов.

По мнению Дмитрия Торшина, заместителя руководителя проекта UniCloud компании «АйТи», облачные технологии позволяют наиболее гибко и эффективно использовать имеющуюся инфраструктуру. Так, например, федеральное правительство США планирует консолидировать используемые правительственными учреждениями дата-центры и сократить их количество примерно с 2 тыс. до 800 в течение нескольких ближайших лет. Кроме того, если «облако» предоставляет множество сервисов, это позволит сэкономить бюджетные средства. А в качестве резервных и дополнительных центров обработки данных можно безопасно использовать коммерческие ЦОДы по мере необходимости и в моменты пиковой загрузки. «Эта технология имеет преимущества перед всеми прочими и закладывает основу для еще более быстрого и комплексного развития государственных услуг в целом»,— уверен Дмитрий Торшин. Сергей Мацоцкий, генеральный директор компании IBS, добавляет, что особенно заметно это будет для огромного числа госучреждений муниципального и регионального уровня, поскольку для них строительство собственных систем — это слишком дорогое удовольствие и с точки зрения первоначальных затрат, и с точки зрения затрат на эксплуатацию.

В КАЗАНИ ОБЛАЧНО Движение государства в «облака» наблюдается пока в основном на бумаге. Первый серьезный опыт реализации облачного принципа — попытка автоматизировать процесс заполнения различных документов, но явка в госорган для личной передачи заполненных форм и идентификационных документов все равно обязательна. Из российских регионов, отмечают эксперты, механизм заполнения документов через интернет лучше всего отлажен в Татарии. Этот регион первым в РФ внедрил электронное правительство. Теперь практически в режиме онлайн можно следить за деятельностью правительства республики, чиновники в реальном времени общаются с журналистами и жителями региона во время брифингов. В ближайшем будущем, по мнению господина Анисимова, Татария останется лидером в этой сфере.

Дмитрий Торшин предлагает как вариант реализации «облачного» подхода организовать «облачные» сервисы на базе суперкомпьютеров, которые в течение нескольких лет закупались для нужд образования. Это оборудование зачастую загружено лишь на 30–50%, поскольку работает для нужд одного вуза. Его можно было бы использовать для предоставления образовательным и научным учреждениям качественно новых сервисов практически без дополнительных капитальных затрат.

Не дожидаясь конкретных инициатив по реализации «облачной» программы со стороны государства, частные компании берут инициативу в свои руки. Группа компаний «АйТи» в марте анонсировала специализированную «облачную» платформу UniCloud, которая консолидирует сервисы для образовательных и научных учреждений, а также позволяет самим вузам и другим организациям размещать собственные разработки в «облаке» и предоставлять их потребителям. Пользоваться платформой можно будет уже в этом году.

Господин Анисимов предполагает, что возможный вариант для России — это создание единого «гособлака», подобного тому, что сегодня есть в Сингапуре, но с существенными дополнениями для каждого региона страны. При этом Константин Анисимов считает, что массовое внедрение «облачных» технологий в госсекторе РФ займет три-пять лет: потребуется написать и внедрить огромное количество программного обеспечения, построить достаточное количество дата-центров — сейчас их не хватает.

Дмитрий Торшин более оптимистичен: «При активной поддержке профильных министерств и появлении большого числа сервисов для госсектора, разработанных под „облачную“ модель, реальное внедрение „облаков“ будет происходить уже в этом году, а массовое, надеюсь, в ближайшие годы». Но Валерий Андреев, заместитель директора по развитию компании ИВК, в этом очень сомневается: «Мне кажется, что это никому не нужно, прежде всего самим потребителям ресурсов. Ведь все данные будут храниться в условном центре, любые действия известны, любые прогнозы правдивы. Это все, что угодно, но никак не мечта российского чиновника! Поэтому такая реформа вполне возможна, но встретит сильнейшее сопротивление со стороны госслужащих». По словам господина Андреева, есть и дополнительные трудности, например необходимость сертификации продуктов для «облаков». В этой области пока нет решений.

Сергей Мацоцкий считает, что в течение примерно пяти лет многие из государственных информационных систем будут, по сути, разработаны и построены заново на основе «облачной» концепции: «Нам в России в этом смысле, может быть, даже проще: многие нужные системы у нас пока вообще отсутствуют, так что мы можем их создать сразу на базе „облаков“». Также господин Мацоцкий напоминает о главном страхе чиновников и основном аргументе критиков «облачных» технологий — проблемах с безопасностью. «У нас в России эта проблема всегда была болезненной, а в случае „облаков“ она стоит особенно остро,— объясняет он.— Это дело правильного государственного регулирования, и хотелось бы, чтобы регулирование в этой области оказалось разумным. То есть, с одной стороны, защищало интересы граждан и государства, а с другой стороны, не являлось тормозом для перехода на новые технологии».

Дмитрий Лоханский уверен, что сейчас госслужащие опасаются «облаков», из-за чего на этом рынке пока нет сильной конкуренции. Такие услуги предлагает всего несколько поставщиков, поэтому создается ощущение, что эти решения еще сырые. «Но на самом деле активность есть, просто она происходит без лишней огласки,— рассказывает он.— В первую очередь госкомпании интересуются частными „облаками“ уровня предприятий. Здесь очень хорошо поработала VMware, программное обеспечение которой, я думаю, есть во многих госкомпаниях. Кроме того, мне известно, что внутреннее „облако“ себе уже строит ФНС, есть определенный интерес у Роскосмоса и даже Минобороны. Другое дело, что ни один из этих кейсов еще не завершен, неизвестно, насколько эффективными они получатся, поэтому пока и помалкивают. Это ведь в США и Европе объявили „облачные“ вычисления приоритетными направлениями модернизации, а у нас за такие нововведения могут не похвалить, а обвинить в нецелевой трате бюджетных средств». Но генеральный директор «Оверсана» уверен, что скоро ситуация изменится благодаря успешным кейсам, которые продемонстрируют экономическую эффективность новой технологии, а также ее лоббированию и популяризации.

Чтобы это произошло системно, господин Лоханский уверен, что государству нужна стратегия. У США она есть, у Евросоюза — тоже. В России же есть пока только проект «Национальная облачная платформа», который сформулирован весьма абстрактно. «Сейчас, на мой взгляд, одна из главных задач — определить, как именно будут взаимодействовать крупнейшие коммерческие ресурсы, предоставляющие программное обеспечение в режиме услуги, и государство,— считает он.— Причем так, чтобы схема была интересна всему рынку, а не только избранным» ■

Лицензия Мининформсвязи РФ №№ 75719, 75720, 82320, 51211, 51210 Реклама

ДЛЯ БИЗНЕСА
ЛЮБОГО
МАСШТАБА

«АКАДО Телеком» – это:

- Высокоскоростной доступ в Интернет
- Цифровая телефония
- Мультисервисные корпоративные сети
- Выделенные цифровые каналы связи
- Услуги Центра данных
- ТВ-вещание, организация ТВ-трансляций
- Защита информации

ОАО «КОМКОР»
Тел.: +7 (495) 411-7171
www.akado-telecom.ru

акадо телеком

ВИРТУАЛЬНЫЕ ДЕНЬГИ

КРУПНЕЙШАЯ В МИРЕ ДЕБЕТОВАЯ ПЛАТЕЖНАЯ СИСТЕМА PAYPAL В ОЧЕРЕДНОЙ РАЗ ЗАЯВИЛА О СВОИХ ПЛАНАХ ВЫХОДА НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ, ОБЪЕМ КОТОРОГО ТОЛЬКО В ПРОШЛОМ ГОДУ СОСТАВИЛ, ПО ОЦЕНКАМ АНАЛИТИКОВ ИЗ DATA INSIGHT, ОКОЛО $7,8 МЛРД. НО РОССИЙСКИХ УЧАСТНИКОВ РЫНКА ЭТО СОВСЕМ НЕ ПУГАЕТ: В УСПЕХ PAYPAL НЕ ВЕРИТ НИКТО. СЕРГЕЙ ПОЛОВНИКОВ

НЕ КАК У ВСЕХ Электронная коммерция — самое перспективное направление в торговле. Потенциал роста здесь огромен — Китай и Индия лишь вступили на этот рынок, а в 2013 году объем электронной торговли вплотную приблизится к отметке $1 трлн. Так, по крайней мере, считают аналитики из Goldman Sachs. По их оценке, мировой рынок электронной коммерции в 2010 году составил $572 млрд. Объем российского рынка оценивается аналитиками в $7,8 млрд. Правда, Россия, как обычно, пошла своим путем и расклад сил на этом рынке сильно отличается от того, что можно наблюдать на Западе.

Колыбелью электронной торговли по праву можно назвать США, хотя по объему этот рынок уже давно уступает европейскому. Интернет-магазины начали появляться практически одновременно с повсеместным распространением сети, а оплата традиционно производилась с помощью банковских карт. Возможно, именно поэтому рынок электронных платежных систем США — один из самых развитых и закрытых одновременно. Сегодня среди систем оплаты есть два лидера — PayPal и MoneyBookers, которые работают по принципу посредника между интернет-магазином и покупателем. Пользователь прикрепляет к своему счету в платежной системе банковскую карту, с которой и списываются средства. Электронные деньги, которыми, по сути, являются российские системы «Яндекс. Деньги», WebMoney и «QIWI-кошелек», существовали в США недолго: в 2009 году с закрытием сервиса e-Gold из-за проблем с отмыванием и анонимностью эпоха виртуальной валюты завершилась. В России, напротив, электронные деньги обладают всеми признаками самостоятельной валюты: имеют свою стоимость, котировки, их обмен производится по плавающему курсу, ими расплачиваются за выполненную работу, и, конечно, на них покупают товары в интернет-магазинах.

ПОЛЕ БОЯ Первой на российский рынок вышла компания WebMoney, являющаяся сегодня лидером в области P2P-переводов (обмена деньгами между пользователями системы), вслед за ней — «Яндекс» с системой «Яндекс. Деньги», сделавший упор на работу с интернет-магазинами. Потом появился третий игрок — «QIWI-кошелек», который пока ориентируется на оплату всех услуг, но в будущем, возможно, потеснит и WebMoney. В 2010 году, по данным ассоциации «Электронные деньги», объем пополнения электронных кошельков вырос с 40 млрд до 70 млрд рублей, а количество активных пользователей увеличилось с 20 млн до 30 млн. Это, конечно, не совсем точно отражает реальное количество человек, пользующихся системами электронных денег: многие пользователи заводят себе кошельки в нескольких системах, а у некоторых есть по несколько кошельков в каждой из систем.

Преимущества российского подхода к электронным деньгам очевидны: у нас до сих пор возможны анонимные платежи, то есть пользователю не обязательно указывать паспортные данные, а если и нужно, то их никто не будет проверять, до тех пор пока пользователю не понадобится осуществить вывод средств из системы. Впрочем, превратить электронные деньги в настоящие можно и в обход официальных способов, например перевести их не в пункт выдачи наличных или на банковский счет, а продать другому пользователю при личной встрече. Именно таким способом российские пользователи «выводят» средства из PayPal — официально в России это сделать невозможно.

БАНКОВСКИЕ КАРТЫ В КАЧЕСТВЕ ИНСТРУМЕНТА ОПЛАТЫ В ИНТЕРНЕТЕ В РОССИИ НЕ ОЧЕНЬ РАСПРОСТРАНЕНЫ: ЛИШЬ 5–7% РОССИЯН ПОЛЬЗУЮТСЯ ИМИ ДЛЯ ОПЛАТЫ ТОВАРОВ

У зарубежных систем свои положительные стороны. Многие онлайн-сервисы разделяют доступ к тому или иному контенту и товарам по географическому признаку. Если собственный IP-адрес еще можно подделать, то для оплаты, например, контента в iTunes или XBOX Live! пользователю требуется банковская карта, выданная финансовой организацией США. Нерезиденту получить ее довольно затруднительно, а без «американской» карты определенный контент приобрести нельзя. Такой же политики придерживаются некоторые интернет-магазины и интернет-сервисы. Ограничения распространяются и на российские сервисы — они, конечно, могут подключить PayPal для оплаты услуг и товаров, но вывести полученные средства будет затруднительно.

Впрочем, России не привыкать к «изоляции», да и необходимые инструменты для развития электронной коммерции у нас уже есть. Прихода PayPal в Россию больше всего ожидают те, кто хочет получить доступ к сервисам за пределами страны. Председатель директоров QIWI Борис Ким считает, что существует два сценария входа PayPal на российский рынок. В первом случае система заключит партнерское соглашение с одним из лидеров рынка электронных платежных систем и тем самым откроет их пользователям «окно в Европу и США», позволив оплачивать услуги зарубежных интернет-магазинов. Такая модель, по мнению Бориса Кима, будет иметь успех. Если же PayPal решит создавать платежную систему для России, то может столкнуться с проблемами: российский рынок очень отличается от европейского и тем более рынка США, к тому же PayPal не может предложить русским пользователям ничего нового.

Кроме электронных денег в России существуют платежные системы — аналоги терминалов по приему платежей. Это сервисы, с помощью которых пользователи оплачивают услуги различных организаций — операторов сотовой связи и интернета, ЖКХ, государственных учреждений, например ГАИ. Отличительной особенностью этих платежных систем является отсутствие возможности перевода средств на счет другого участника или превращения их в реальные деньги. Директор платежной системы Premium Pay Анатолий Жупанов считает, что у платежных систем есть возможность упростить механизмы оплаты услуг и внимательнее работать с каждым из клиентов. Например, в системе Premium Pay пользователь может оплачивать услуги через SMS произвольного содержания, отправленное на федеральный номер. Для систем электронных денег на первый план выходит необходимость широкого охвата аудитории, и у них нет возможности прорабатывать каждый сервис в отдельности, тогда как у платежных систем узкая ниша.

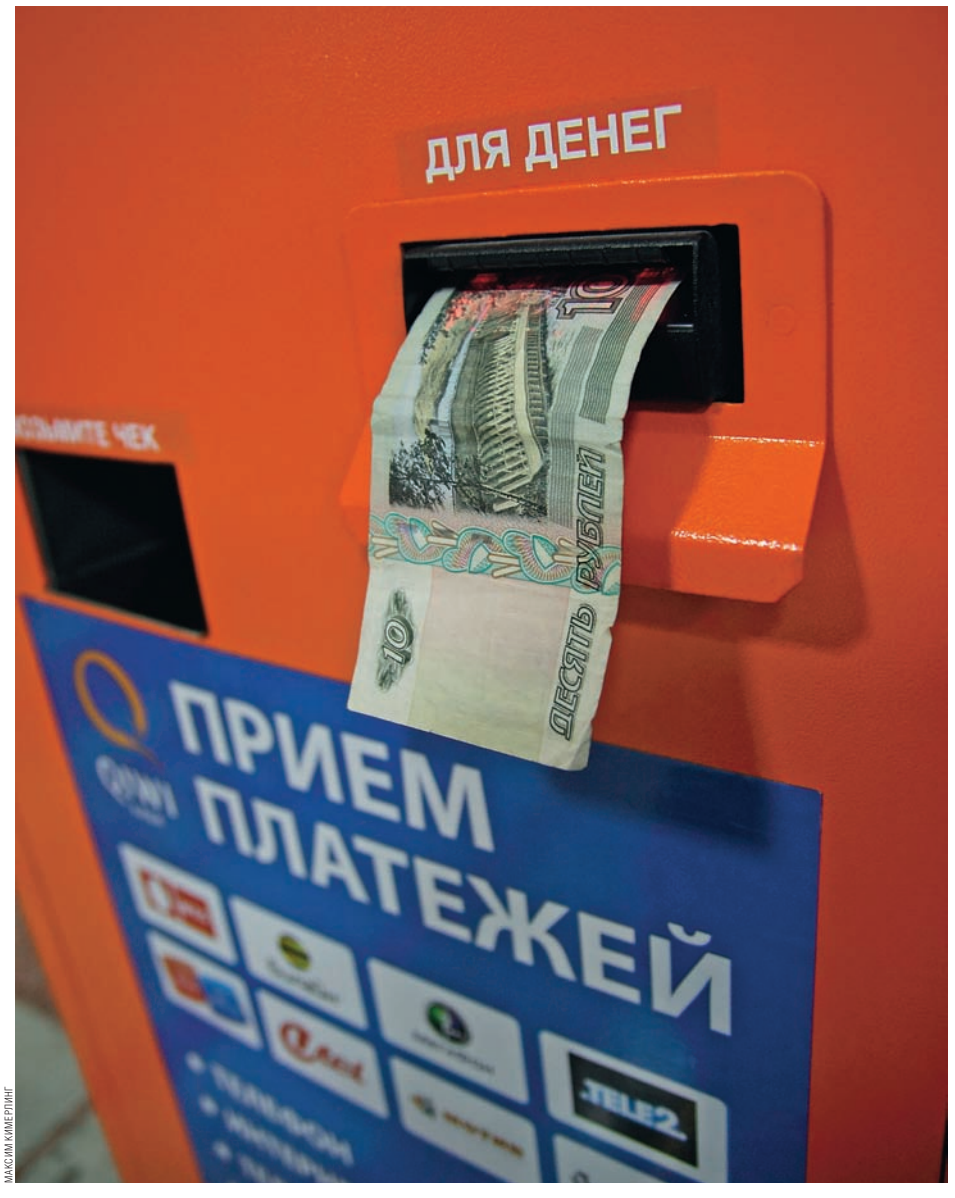
ДВА В ОДНОМ Банковские карты в качестве инструмента оплаты в интернете в России не очень распространены, что обусловлено низким проникновением банковских услуг: лишь 5–7% россиян пользуются банковской картой для оплаты товаров. Но инициативы операторов сотовой связи могут изменить тенденцию. В феврале оператор «Билайн» совместно с Альфа-банком представил карту, счет которой является счетом абонента. Владелец карты может оплачивать покупки во всех магазинах, принимающих карту Visa, и не беспокоиться о том, когда ему пополнять баланс. Первопроходцем в сфере банковских продуктов стал «МегаФон», запустивший в мае 2005 года карту «МегаФон-Ситибанк», расплачиваясь которой абонент получал бесплатные минуты и мог мгновенно пополнять свой счет.

Системы электронных денег существенно расширяют сотрудничество с банками. Альфа-банк позволяет своим клиентам установить «привязку» банковского счета к электронному кошельку и мгновенно переводить средства в электронную валюту и обратно, при этом Альфа-банк работает со всеми крупнейшими системами электронных денег. У WebMoney есть собственные брендированные карты, счет которых является электронным кошельком. QIWI-кошелек уже выпустил более 1 млн виртуальных карт Visa, а в марте 2010 года представил новый проект QIWI Visa Card, счет которой привязан к электронному кошельку. Тесное сотрудничество систем электронных денег и банков довольно успешно, так как полностью отвечает требованиям российской ментальности, а именно стремлению к анонимности.

В соответствии с законодательством платежи до 15 тыс. рублей могут быть произведены без идентификации плательщика. Для анонимных платежей в интернете можно создать электронный кошелек и пополнить его в терминале оплаты услуг. В США и Европе анонимность исключается тем, что для оплаты через электронные платежные системы придется указывать информацию о банковской карте, а значит, сообщать о себе практически все.

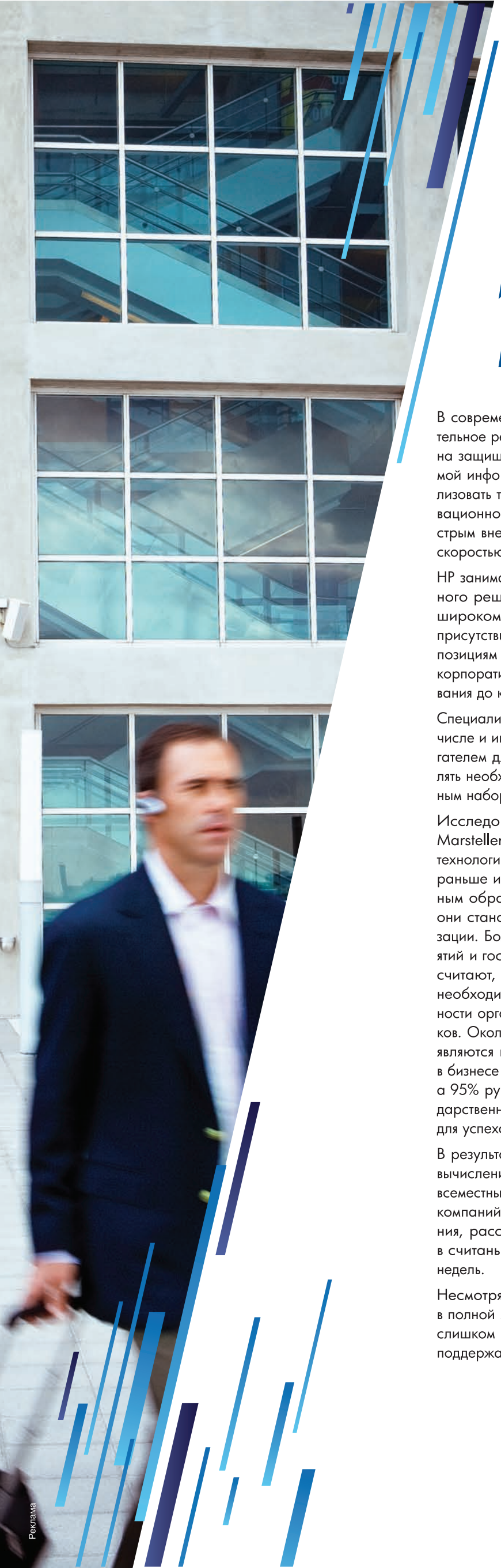
Российские пользователи не слишком активно оплачивают услуги в интернете с помощью карт не потому, что это неудобно, и не из-за того, что не знают, как это сделать. В начале 2000-х большинство банков попросту не принимало к оплате электронные счета интернет-магазинов, опасаясь мошенничества. Сегодня мошенничества опасаются уже потребители — слишком много происходит скандалов, связанных с утечкой данных о банковских картах. Именно поэтому пользователи предпочитают оплачивать товары электронными деньгами или через терминалы оплаты — это сохраняет их банковские реквизиты в неприкосновенности.

Если объем пополнения электронных кошельков в 2010 году составил 70 млрд рублей, возникает резонный вопрос: куда же делись остальные 200 млрд рублей рынка электронной коммерции? Ответ прост: наиболее популярным платежным инструментом в интернет-магазинах остается оплата наличными при получении товара. Поэтому прихода PayPal, может быть, кто-то и ждет, но если эта платежная система захочет заставить российский рынок играть по своим правилам, ее может ждать бесславная участь другого чересчур уверенного в себе проекта — социальной сети MySpace. ■



МАКСИМ КИМЕРЛИНГ

ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ПРЕДПОЧИТАЮТ АНОНИМНО ОПЛАЧИВАТЬ ТОВАРЫ ЧЕРЕЗ ТЕРМИНАЛЫ ОПЛАТЫ, ПОСКОЛЬКУ ОПАСАЮТСЯ ДЕЛИТЬСЯ СВОИМИ БАНКОВСКИМИ РЕКВИЗИТАМИ



ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ HP

В современном мире, где нормой является незамедлительное решение сложных задач, каждый рассчитывает на защищенный беспрепятственный доступ к необходимой информации в любое время и в любом месте. Реализовать такую возможность способно решение «Инновационное предприятие HP», характеризующееся быстрым внедрением инновационных решений и высокой скоростью реагирования на происходящие изменения.

HP занимает выгодное положение для реализации данного решения благодаря финансовой устойчивости, широкому портфелю технологий, решений и услуг, присутствию в большинстве стран мира и лидирующим позициям во всех сегментах рынка — от домашних до корпоративных систем, от серверов и сетевого оборудования до консалтинговых и аутсорсинговых услуг.

Специалисты HP убеждены в том, что технологии, в том числе и информационные, являются инновационным двигателем для предприятия, и компания HP может поставлять необходимое «топливо», так как обладает уникальным набором соответствующих решений.

Исследование, проведенное агентством Burson-Marsteller, показало, что значение информационных технологий для деятельности предприятия меняется. Если раньше информационные технологии выполняли, главным образом, административные функции, то теперь они становятся неотъемлемой частью работы организации. Более 86% директоров коммерческих предприятий и государственных руководителей высшего звена считают, что для улучшения качества обслуживания необходима возможность быстрой адаптации деятельности организации к меняющимся требованиям заказчиков. Около 78% респондентов уверены, что технологии являются ключом к инновационным преобразованиям в бизнесе и деятельности государственных учреждений, а 95% руководителей организаций из частного и государственного секторов уверены, что инновации важны для успеха их деятельности.

В результате распространения мобильных и облачных вычислений мгновенный доступ к информации стал повсеместным явлением. Сегодня заказчики коммерческих компаний и граждане, обращающиеся в госучреждения, рассчитывают получать ответы на свои запросы в считаные секунды, а не через несколько дней или недель.

Несмотря на ожидания многих, ИТ не всегда могут в полной мере способствовать инновациям, потому что слишком много ресурсов и времени CIO требуется на поддержание работы существующих, часто устаревших систем. Чтобы высвободить ресурсы ИТ-департамента, в частности, HP предлагает интегрированное решение, что, в свою очередь, позволит финансовым и генеральным директорам предприятий обоснованно требовать инноваций от CIO.

Принимая во внимание все эти факторы, компания HP предлагает комплекс интегрированных решений, который создан на базе обширного набора технологий, программного обеспечения, сервисов и объектов интеллектуальной собственности HP. Он включает в себя инструменты модернизации, трансформации, защиты и оптимизации, необходимые для преобразования коммерческих компаний и правительственных учреждений в инновационные предприятия.

Решения **HP Application Transformation** предназначены для трансформации устаревших приложений и процессов. HP помогает взять под контроль устаревающие приложения и негибкие процессы, которые мешают инновационному развитию предприятия, и предлагает приступить к их эффективному управлению и регулированию темпов модернизации.

Решения **HP Converged Infrastructure** призваны заменить традиционный негибкий комплекс ИТ-решений. Конвергентная инфраструктура HP спроектирована таким образом, чтобы устранить лишние расходы и обеспечить возможность оперативной доставки услуг. Интегрируя ресурсы серверов, сетей, систем хранения и управления, HP создает самый передовой центр обработки данных.

Решения **HP Enterprise Security** нацелены на защиту всех составляющих ИТ-инфраструктуры: людей, процессов, технологий и информации. Соответствующий портфель продуктов и услуг HP обеспечивает гибкую адаптацию средств безопасности к постоянно меняющимся требованиям бизнес-сообщества и правительства.

Решения **HP Information Optimization** обеспечивают помощь организациям, желающим преобразовать процессы сбора, хранения и использования информации. Они позволяют овладеть информацией, сохранять ее целостность, защищать и предоставлять в контексте работы предприятия.

Данный комплекс интегрированных решений HP ускоряет процесс превращения организации в инновационное предприятие.

Реклама

МНЕ БЫ В НЕБО

РЫНОК ОНЛАЙН-ПРОДАЖ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ И АВИАБИЛЕТОВ РАСТЕТ НЕВИДАННЫМИ ТЕМПАМИ. ТАК, ЗА 2010 ГОД ОБОРОТЫ ОДНОГО ЛИШЬ ТУРИСТИЧЕСКОГО ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА OZON.TRAVEL ВЫРОСЛИ В 20 РАЗ, ДО 898 МЛН РУБЛЕЙ. ПОТЕНЦИАЛ РОСТА ОГРОМНЫЙ: ПОКА ЛИШЬ 5–7% ОТ ОБЩЕГО ЧИСЛА БИЛЕТОВ В РОССИИ БРОНИРУЕТСЯ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ. АЛЕКСАНДР КАРПОВ

СЕРГЕЙ КИСЕЛЕВ

МЕСТА ХВАТИТ ВСЕМ Рынок авиаперевозок в прошлом году продемонстрировал увеличение пассажиропотока, а рынок онлайн-продаж билетов — бурный рост объемов. «Аэрофлот», по данным Росавиации, в 2010 году перевез на 28% больше пассажиров, чем в кризисном 2009-м. На 32% увеличила свои показатели и «Трансаэро». Объемы продаж электронных билетов также выросли: рынок в 2010 году составил $2,03 млрд, что на 80% превышает показатель предыдущего года. Однако подавляющее большинство из них было реализовано через сайты авиакомпаний.

Интернет-продажа авиабилетов — бизнес достаточно молодой. В России он начал формироваться лишь в 2008 году, когда большинство авиакомпаний начало продажу электронных билетов. Тогда же возник и нынешний лидер рынка портал AnyWayAnyDay, позиционирующий себя как самый удобный способ моментальной покупки билетов и бронирования отелей. Компания, по ее собственным оценкам, занимает 35% рынка и каждый день продает в среднем 1300–1400 авиабилетов. В прошлом году объем выручки составил $66 млн.

AnyWayAnyDay делает ставку на простоту использования сервиса. Поэтому, рассказала глава маркетингового департамента компании Татьяна Ефремова, «увеличивать количество клиентов мы планируем не за счет борьбы за небольшую долю покупателей, которые приобретают билеты на других ресурсах, а за счет новой волны тех, кто только начинает оплачивать товары в интернете». Расчет понятен: по данным экспертов, пока лишь 3–5% от общего числа билетов в России бронируется через интернет, и с каждым годом это число будет увеличиваться.

Запущенный в 2009 году крупнейшим в рунете интернет-магазином Ozon.ru сервис бронирования авиабилетов придерживается несколько иной тактики. Компания позиционирует Ozon.travel не только как сервис продажи билетов, но и как полноценный интернет-магазин путешествий. Рассказывает генеральный директор Ozon.travel Алексей Тимонин: «Предлагаемые нами онлайновые туристические услуги ориентированы преимущественно на частных лиц или сотрудников компаний, где не существует специального отдела по организации поездок — этот сегмент рынка называется online leisure / unmanaged business travel». При этом господин Тимонин признается, что наиболее востребованной услугой на сайте являются все же билеты, доля гостиниц пока относительно небольшая. Эксперт объясняет это привычкой жителей России покупать туристические пакеты и недоверием к онлайн-заказу номеров. Тем не менее всего за год обороты магазина выросли в 20 раз — с 44 млн рублей в 2009 году до 898 млн рублей в 2010 году. По данным компании, средняя стоимость приобретенного на сервисе авиабилета составила 16,5 тыс. рублей. Сейчас через сайт Ozon.travel продается около 700 авиабилетов ежедневно. Свои надежды владельцы сервиса связывают с увеличением числа путешественников, планирующих свою поездку самостоятельно. «Рост будет подкрепляться среди прочего двумя факторами — распространением доступного интернета и возможностью сэкономить,— делится ожиданиями Алексей Тимонин.— С другой стороны, препятствиями будут недоверие к системам онлайн-платежей и конкретным интернет-агентствам». Рост онлайн-продаж туристических услуг господин Тимонин прогнозирует в течение ближайших двух лет существенный: «Возможности роста для России почти безграничны. Наиболее развитые и сформировавшиеся рынки онлайн-продаж туруслуг в Великобритании, Германии, Франции, скандинавских странах занимают не более 30–40% от общего объема рынка. В России общий объем продаж туруслуг онлайн вряд ли превышает 5%. Есть куда расти, и места пока хватает всем».

РОССИЙСКИЕ СЕРВИСЫ ПО ПОИСКУ АВИАБИЛЕТОВ ПОКА СОРЕВНУЮТСЯ МЕЖДУ СОБОЙ ЛИШЬ ПО ОДНОМУ ПАРАМЕТРУ — СТОИМОСТИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ. КОНКУРЕНЦИЯ ОЧЕНЬ МАЛА

ДЕШЕВЛЕ, ЕЩЕ ДЕШЕВЛЕ По словам Дмитрия Коновалова, директора российского отделения компании ScyScanner, пока лишь около 7% от всего числа

«ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ У НАС СЕЙЧАС КАК В США НАЧАЛА 2000-Х»

За несколько лет под руководством ПЕТРА КУТИСА сервис AnyWayAnyDay выбился в лидеры продаж электронных авиабилетов. Но затем господин Кутис разошелся во взглядах на дальнейшее развитие сервиса с руководством и покинул компанию. О своем новом проекте OneTwoTrip, заявленном как самый удобный способ покупать билеты в сети, он и поговорил с корреспондентом BG СВЕТЛАНОЙ РАГИМОВОЙ.

СЕРГЕЙ КИСЕЛЕВ

BUSINESS GUIDE: В чем отличие вашего нового проекта от AnyWayAnyDay? Как вообще формировался рынок продаж электронных билетов?

ПЕТР КУТИС: Эти сервисы начали полноценно развиваться лишь в конце 2008 года, когда большинство авиакомпаний стало продавать электронные билеты и стало понятно, что на этом можно зарабатывать. Заказывать билеты через интернет можно было и раньше, но приходилось получать билет в кассе. Тогда и возник AnyWayAnyDay. Мы совершили прорыв, в том числе и в интерфейсе. Например, мы исходили из того, что человек уже знает, куда хочет полететь, и ему нужно выбрать только дату и билет. В нашем новом проекте OneTwoTrip мы пошли дальше и не только предлагаем даты, но и делаем поиск рейсов более удобным. Например, чтобы посмотреть, когда еще летают прямые рейсы на Мале, на других сервисах придется перебрать вручную всю неделю, у нас же это делается одним кликом. Мы выявляем такие скрытые потребности и предоставляем пользователям соответствующий функционал. К примеру, показываем статистику опозданий и отмен по каждому рейсу, рейтинг авиакомпании, расстояние между креслами и т. д.

То, что сейчас происходит у нас в области онлайн-продаж, имело место в США в начале 2000-х годов. При этом в Америке гораздо легче относятся к использованию банковских карт для покупок в интернете. У нас все сложнее — я сам знаю соотечественников на серьезных позициях в крупных технологических компаниях, которые до сих пор опасаются использовать карты для платежей в сети. Этот момент мы также учли при создании OneTwoTrip: платеж, который пользователь совершает на нашем сайте, в 90% случаев идет напрямую в авиакомпанию. Без каких-либо посредников или шлюзов. Надеюсь, это повысит уровень доверия к сервису. Мы используем для этого такое же решение, которое применяют в Альфа-банке.

BG: А почему вы покинули AWAD?

П. К.: Сервис нацелился на рынок B2B — для субагентов, которые продают билеты частникам. На мой взгляд, этот сектор в России сегодня очень сложный в плане выстраивания отношений и малоприбыльный по сравнению к B2C. В этом мы разошлись с мажоритарным акционером.

BG: И все же зачастую дешевле покупать билеты на сайтах авиакомпаний, поскольку на сервисах, аналогичных вашему, цена оказывается выше.

П. К.: Именно поэтому OneTwoTrip предлагает лучшие цены среди аналогичных сервисов. Каждый день мы проводим анализ, и если находим более выгодные предложения у конкурентов, то наши специалисты вручную осуществляют попытку приобрести этот более дешевый билет. Как правило, оказывается, что его попросту нет в продаже или цена была указана заведомо заниженная.

Кроме того, мы стараемся объяснить, почему разные авиакомпании предлагают на одно и то же направление билеты по разной цене. Казалось бы, направление одинаковое, тип самолета тот же. Мы показываем, стоит ли экономить 2–3 тыс. на билете, но с вероятностью 10% попасть на отмену рейса или с вероятностью 20% — на его задержку. Также мы наглядно демонстрируем время, выделенное на пересадку, если рейс не прямой. Допустим, если нужно сменить самолет за минимально разрешенное для этого время в 40 минут, а при этом данный конкретный рейс в 20% случае задерживается, то стоит ли рисковать?

Также мы демонстрируем, стоит ли покупать более дорогой билет, но с более «удобными» креслами. Недавно мой партнер отказался переплачивать за бизнес-класс, поскольку расстояние между креслами в этом салоне оказалось таким же, как в эконом, что не оправдывает гораздо более высокую стоимость билета.

В целом мы предлагаем билеты реально дешевле, чем у всех, а зачастую даже дешевле, чем в авиакомпаниях. Авиакомпании предоставляют продавцам комиссию, на которой мы играем. Кроме того, существуют приватные тарифы, которые авиакомпании обычно не предлагают на своем сайте. С каждой авиакомпанией ситуация отдельная.

BG: Где вы берете информацию о задержках рейсов?

П. К.: Тут есть множество внешних источников — статистика аэропортов, авиакомпаний и проч. Есть источники, которые мы не можем раскрывать. Но это не выдуманные данные, а реальные сведения: возраст борта, статистика опоздания и отмен по каждому направлению каждой авиакомпании усреднены, но совершенно правдивы. Данный коэффициент учитывается за каждые последние три месяца. Эти данные включают в себя и человеческий фактор. Например, если посмотреть на рейсы в Сочи, то оказывается, что у «Аэрофлота» задержки рейсов случаются реже, чем у S7, а разница между временем отправления в полчаса.

BG: Вы говорите, что OneTwoTrip на голову выше аналогов в технологическом плане. А какая разница? Она ведь на сторонний взгляд мало заметна.

П. К.: OneTwoTrip собран совершенно на других технологиях, нежели AWAD. Два-три года назад их попросту еще не существовало. Например, NodeJS, основанный на движке V8 от Google,— это Java-скриптовые приложения на стороне сервера, которые позволяют существенно экономить время обработки информации и увеличить скорость ответа на запрос. Когда человек делает запрос «Москва—Лондон», от нас несколько десятков запросов отправляется во внешние системы. Сегодня за считанные минуты мы можем масштабировать систему при увеличении потока обращений к сервису. Также мы принципиально не используем «тяжелые» базы данных MS SQL, Oracle и другие — работаем на базах данных NoSQL, которые обеспечивают высокую скорость реакции и надежность. Система разделена на две составные части — сервера приложений и сервера баз данных. К сожалению, используя «облачные» площадки вроде Amazon EC2, невозможно контролировать или задавать лимиты на процессы чтения и записи на жесткий диск, в связи с чем было принято решение о создание своей хостинг-площадки, на которой базируются наши сервера баз данных. Система устроена так, что если вылетит даже несколько серверов, пользователи этого не заметят.

BG: Как распределились доли в проекте?

П. К.: У меня мажоритарный пакет, еще есть доля у моего партнера Ованеса Погосяна, а также у третьего акционера, о котором мы пока не будем говорить. Его задачи — финансовое управление компанией. Ованес отвечает за маркетинг, продвижение сервиса. В частности, мы будем использовать для этого его площадку MainPeople.com.

BG: Не могу не спросить: сколько вы на OneTwoTrip потратили?

ПК: Скажем так, не одну сотню тысяч долларов и даже не две, но меньше миллиона. Это наши с Ованесом личные средства, никаких внешних инвесторов у нас нет.

BG: Как скоро планируется выход на рентабельность?

П. К.: Норма прибыльности при продаже авиабилетов будет составлять примерно 4%. Предполагается, что будут также и другие сервисы, некоторым из них пока нет аналогов, в том числе на Западе. Например, мы хотим создать платную услугу отслеживания реального тренда на стоимость билетов, а не просто базироваться на статистике поисковых запросов. Если билеты раскупаются на рейс плохо и приближается дата вылета, то есть вероятность, что авиакомпания понизит их стоимость. Всех подробностей пока раскрывать не буду. В этом году мы запустим также продажу железнодорожных билетов… В общем, затраты планируется окупить уже за год.

авиабилетов реализуется онлайн: «То, что мы видим сегодня в России,— естественный этап развития рынка. Мы думаем, что в ближайшее время этот показатель достигнет 10%. С увеличением рынка вырастет и уровень конкуренции — в Великобритании, например, на развитом рынке борьба за клиента между авиакомпаниями и профильными агентствами ведется с использованием самых разных видов продвижения, причем не самых дешевых». Российские сервисы по поиску и продаже билетов пока соревнуются по одному параметру — стоимости предложения. Эксперты сходятся во мнении, что в большинстве случаев пользователей интересуют самые дешевые билеты. «Цена как критерий выбора места покупки стоит на первом или втором местах,— рассказывает Алексей Тимонин.— Другое дело, что опытные покупатели начинают принимать во внимание и сервисный компонент: сколько способов оплаты существует, в течение какого времени можно оплатить забронированный заказ, как быстро делается возврат или обмен билетов». С ним соглашается Татьяна Ефремова: «Россия, к сожалению, еще не на первом месте по доходам на душу населения, поэтому для большинства россиян главным остается стоимость авиабилета».

У каждого сервиса — разные способы достижения минимальной стоимости билетов. Алексей Тимонин рассказывает: «Нам приходится балансировать на размере комиссии, которую нам платят некоторые авиакомпании за привод клиента, или договариваться о продаже через наш сайт билетов по специальным сниженным тарифам». Свое ноу-хау есть и у ScyScanner: по словам Дмитрия Коновалова, вся информация о билетах принадлежит не авиакомпаниям, а специальным дистрибутивным системам. Когда клиент делает через сайт авиакомпании запрос, ей приходится платить за доступ к этой системе несколько центов. Однако ScyScanner «запоминает» цены, что позволяет сэкономить на обращении к дистрибутивным системам.

Низкие цены на авиабилеты обещает и OneTwoTrip — новый проект Петра Кутиса, бывшего руководителя AnyWayAnyDay. «Обычно авиакомпании предоставляют продавцам билетов комиссию, размером которой мы и будем играть,— объясняет господин Кутис.— Кроме того, у некоторых авиакомпаний существуют приватные тарифы, скрытые от посторонних глаз. К примеру, лоукостер AirBerlin на каждый билет, купленный на их сайте, накидывает €10. В случае покупки этого же билета на OneTwoTrip эти €10 можно сэкономить. Сумма вроде бы небольшая, но она оказывается существенной, если билеты покупает компания или просто группа людей».

В конце апреля на рынке появится еще один игрок — бюджетный онлайн-дискаунтер BravoAvia, специализирующийся на билетах бюджетных авиалиний. Соинвесторами проекта выступили международная туристическая компания Bravofly Group и украинский венчурный фонд TA Venture. Нет сомнений в том, что новый сервис также найдет своего пользователя. ■

В ЦЕЛОМ МЫ ПРЕДЛАГАЕМ БИЛЕТЫ РЕАЛЬНО ДЕШЕВЛЕ, ЧЕМ У ВСЕХ, А ЗАЧАСТУЮ ДАЖЕ ДЕШЕВЛЕ, ЧЕМ В АВИАКОМПАНИЯХ. ОНИ ПРЕДОСТАВЛЯЮТ ПРОДАВЦАМ КОМИССИЮ, НА КОТОРОЙ МЫ ИГРАЕМ. СУЩЕСТВУЮТ И ПРИВАТНЫЕ ТАРИФЫ, КОТОРЫЕ АВИАКОМПАНИИ ОБЫЧНО НЕ ПРЕДЛАГАЮТ НА СВОЕМ САЙТЕ

↑

Райффайзен ЛИЗИНГ

Умножение **возможностей**

Лизинг грузового и легкового автотранспорта, техники и оборудования

Москва (495) 721 99 80
Санкт-Петербург (812) 718 68 28
Новосибирск (383) 210 59 14
Екатеринбург (343) 378 47 17
Самара (846) 267 38 79
Краснодар (861) 210 99 24
Нижний Новгород (831) 296 95 06

www.rlru.ru
info-rlru@raiffeisen.ru

ООО «Райффайзен-Лизинг». На правах рекламы.

Райффайзен. Разница **в отношении**

ЭЛЕКТРОННОЕ ЧТИВО

РОССИЯ ПЕРЕЖИВАЕТ БУМ ПРОДАЖ УСТРОЙСТВ ДЛЯ ЧТЕНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ: СОГЛАСНО ОТЧЕТУ АНАЛИТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ SMART-MARKETING, РОСТ СООТВЕТСТВУЮЩЕГО РЫНКА ЗА 2010 ГОД СОСТАВИЛ 285%. ОДНАКО ВЛАДЕЛЬЦЫ «ТРАДИЦИОННЫХ» КНИЖНЫХ ИЗДАТЕЛЬСТВ НЕ БЕСПОКОЯТСЯ: ИХ ПОЗИЦИЯМ ПОКА НИЧЕГО НЕ УГРОЖАЕТ. СЕРГЕЙ ПОЛОВНИКОВ

НОВАЯ ЖИЗНЬ САМИЗДАТА История 26-летней американки Аманды Хокинг, умудрившейся за сравнительно короткий срок самостоятельно продать 185 тыс. копий своих романов,— самая громкая success story мирового литературного рынка последнего времени. Книгоиздательства воротили от творчества девушки нос и в общем-то небезосновательно называли ее графоманом. Поэтому госпожа Хокинг решила распространять свои книги самостоятельно в электронном виде через интернет-магазин Amazon.com. Стоимость каждой копии составила $3, причем 30% магазин забирал себе, а остальное отдавал автору. В результате всего за семь месяцев молодая писательница заработала около $400 тыс. Сегодня у Аманды есть собственный литературный агент, и она собирается покорять традиционный рынок: «В США 70% продаж книг до сих пор приходится на бумажные издания — мне хочется достучаться и до этой аудитории».

В России трудно представить, что независимый автор сможет заработать ощутимые деньги, отдав книгу в электронное издательство. История успеха Аманды Хокинг стала возможной благодаря Amazon Kindle. Как iPhone изменил рынок мобильных телефонов, так и специализированное устройство для чтения от крупнейшего в мире интернет-магазина литературы Amazon.com в 2007 году взорвало рынок электронных книг. Последняя модификация ридера поддерживает все способы подключения к интернету и дает пользователю возможность приобрести книгу в магазине Amazon одним движением пальца. Сделав ставку на предельное упрощение интерфейса, Amazon превратил свое устройство в предмет для подражания для всех производителей ридеров и одним из первых пустил на этот рынок независимых писателей, что дало самиздату новую жизнь. В России создать «свой Kindle» пытались многие, но ни одна из этих попыток не смогла повлиять на отечественный книгоиздательский рынок так, как это в свое время сделал Amazon, по целому ряду причин.

ЕЩЕ ОДНА ПОПЫТКА Лидером рынка устройств для чтения электронных книг в России является украинская компания PocketBook, но сами магазины не оставляют надежд повторить успех Amazon. У Ozon.ru есть в продаже ридер Ozon Galaxy. На самом деле это Onyx Boox 60, в котором предустановлена SIM-карта МТС. Главное преимущество этого устройства — прямой доступ к магазину Ozon.ru без оплаты мобильного трафика. Аналогичный проект с производителем ридеров PocketBook есть у оператора «МегаФон» — в модели PocketBook 603 и PocketBook 903 предустановлена SIM-карта, обеспечивающая доступ к интернет-библиотеке ru.bookland.net. Интернет-трафик, как и в случае с проектом МТС, не тарифицируется. Операторы отказались сообщать корреспонденту BG, какое количество SIM-карт с этими предложениями было активировано.

Российские операторы мобильной связи уже не первый раз пытаются войти на рынок электронных книг. В эпоху расцвета мобильного контента существовало целое направление — мобильные книги. Абонент скачивал приложение, которое являлось программой для чтения с одной-единственной книгой. Директор по продуктам компании Iricom Александр Боровков рассказывает, что этот сегмент не получил должного развития, поскольку размер экрана телефонов в то время был слишком мал для комфортного чтения. Возникали проблемы и с авторскими правами, поэтому мобильные книги чаще всего были произведениями классических авторов или же мобильными версиями общедоступных справочников и документов, например Правил дорожного движения.

В РОССИИ СЛОЖНО ПРЕДСТАВИТЬ, ЧТО НЕЗАВИСИМЫЙ АВТОР СМОЖЕТ ЗАРАБОТАТЬ ОЩУТИМЫЕ ДЕНЬГИ, ОТДАВ КНИГУ В ЭЛЕКТРОННОЕ ИЗДАТЕЛЬСТВО. В АМЕРИКЕ ТАКОЕ ВОЗМОЖНО

«У нас был интересный проект совместно с издательством Burda — мобильное приложение SMS-Box Playboy,— рассказывает господин Боровков.— В нем помимо текстов из журнала Playboy мы использовали интерактивные функции — небольшие игры, тесты. Продажи приложения исчислялись тысячами единиц в месяц». Интерактивность и использование всего мультимедийного потенциала новых устройств считает главным драйвером будущего рынка Андрей Сатин, специалист по мобильным и интерактивным сервисам. По его мнению, планшетные компьютеры, и в первую очередь iPad, пока не выстрелили: нет достаточного пакета предложений, нет высокой интерактивности. Успешных проектов немного — это, например, издание интерактивной книги «Алиса в Стране чудес» или электронная версия журнала Wired, разошедшаяся стотысячным тиражом.

НЕ КАК У ВСЕХ Основным отличием российского рынка от западного является проблема пиратства. Крупнейшей интернет-библиотекой в России сегодня можно считать не только проект «Библиотека Максима Мошкова» (lib.ru), но и «Либрусек» (lib.rus.ec) — в прошлом бесплатную, а сегодня частично платную библиотеку пиратского литературного контента. Впрочем, эта русская библиотека, чьи серверы размещены на территории Эквадора, пытается найти компромисс с авторами и выплачивать им отчисления, но процесс этот налажен гораздо хуже, чем в более успешных «Литрес» и Ozon.ru. «В такой ситуации развитие легальных продаж крайне затрудняется, пиратство негативно влияет и на предложение лицензионного контента»,— отмечает генеральный директор «Литрес» Сергей Анурьев.

В России интернет-библиотеки традиционно играют главную роль на рынке электронных книг. Крупнейшая легальная библиотека LitRes.ru за последний год увеличила объем продаж через собственный сайт и сеть партнеров в три раза, тогда как в количестве экземпляров рост был ниже — в два раза. По словам генерального директора «Литрес» Сергея Анурьева, каких-то жанровых предпочтений у аудитории нет: «Все зависит от площадки и профиля целевой аудитории. На нашей площадке лучше продается фантастика и детективы, у одних наших партнеров — деловая литература, у других — детская книга, но в целом по нашей системе лидерами являются книги жанров фантастика и детективы». Немного иная картина в интернет-магазине Ozon.ru, где, по словам директора по связям с общественностью Михаила Осина, наибольшей популярностью пользуются учебная и бизнес-литература.

Успешные случаи российского самиздата можно пересчитать по пальцам. Писатель Даня Шеповалов самостоятельно выпустил свою новеллу в цифровом виде после того, как испытал на себе все трудности издания бумажной книги: «Я самостоятельно издал свой роман „Таба Циклон“ — сам подготовил макет, заказал печать, заключил договоры с дистрибуторскими службами, у меня весь тираж дома лежал. В результате я заработал около 100 тыс. рублей за полгода. Новую повесть я издал уже в цифровом виде, ее можно купить на сайте danya.ru, и в первый месяц продажи составили около 50 тыс. рублей». Даня учел опыт своих коллег и предложил читателям самостоятельно выбрать, сколько заплатить за повесть, причем за оплату свыше 100 рублей читатель получал персональный цифровой автограф. Средний платеж за книгу составил 120 рублей, а максимальный — 666.

Какой-либо программы работы с индивидуальными авторами у Ozon.ru нет, утверждает Михаил Осин. «Литрес» работает с небольшим количеством авторов-одиночек. «Мы работаем с ними пока в „ручном режиме“ — созваниваемся, договариваемся, заключаем договоры и начинаем продажи,— рассказывает Сергей Анурьев.— Но мы планируем сделать автоматизированную систему обработки заявок авторов-одиночек и подготовки их книг к печати. При этом мы все-таки ориентируемся на авторов, которые издавались ранее в каких-либо издательствах, так как это гарантирует нашим читателям определенный уровень качества произведений».

И все же по сравнению с рынком бумажных книг продажи электронных версий пока очень низки. Читательская аудитория достаточно инертна, в магазине Ozon.ru на 200 проданных бумажных книг приходится лишь одна электронная. По результатам опроса ВЦИОМа, основная аудитория ридеров — молодые люди в возрасте 18–24 лет, а уровень использования ридеров российскими читателями не превышает 3%. Большинство тех, кто читает электронные версии книг, делают это с монитора, а не с помощью ридера. Объем бумажного рынка хоть и снижается уже второй год — в 2009 году на 12%, в 2010 году на 8%, но составляет 75,4 млрд рублей. Для сравнения: по данным компании iMobiLco, отечественный рынок электронных книг в 2010 году составил около $6 млн (180 млн рублей) при средней цене одной книги 28 рублей, при этом, по разным оценкам, пиратский рынок превышает легальный в четыре-пять раз.

В конечном счете, причина тотального пиратства кроется не столько в цене, сколько в удобстве интерфейса покупки. Как отмечают западные аналитики, ключевым фактором успеха Amazon и Apple в сфере продажи электронных книг и мобильных приложений была именно возможность купить продукт одним кликом. В России этот механизм значительно затруднен отсутствием платежных систем: банковские карты по-прежнему распространены незначительно и используются в основном для снятия наличных в банкоматах, а электронные платежные системы уступают зарубежным аналогам и требуют от пользователя высокой технической грамотности. Когда перед потребителем возникает выбор, то предпочтение отдается, конечно, более дешевому варианту — пиратскому контенту. К преимуществам пиратских библиотек перед легальными можно записать и несравнимо больший выбор книг: количество наименований в каталоге может достигать 120 тыс., тогда как в легальных библиотеках предложение в пять-шесть раз меньше.

Участники российского рынка электронных книг ведут себя как лебедь, рак и щука. Продавцы ридеров предлагают клиентам пиратские книги «в подарок», получая таким образом определенные конкурентные преимущества. Издатели не особенно спешат использовать новые бизнес-модели и упрощать вход для независимых авторов. Читатели, купив ридер за немалые деньги, тоже не особенно понимают, почему при прочих равных условиях они обязаны покупать книги на той площадке, где выбор невелик, а не брать бесплатно там, где можно найти абсолютно все. Воззвания к совести в России не работают — это очень хорошо демонстрирует проблема пиратства в кино и музыкальной индустрии. Остается лишь один путь — создавать максимально простые механизмы оплаты и увеличивать ассортимент предлагаемых книг. Развитие пиратского рынка электронных книг сегодня сдерживается лишь одним фактором — стоимостью ридеров, и как только цена на них упадет, как в свое время упала на MP3-плееры, процесс будет сложно остановить. ■

ИТАР-ТАСС

ЕЩЕ НЕДАВНО ВЕРОЯТНОСТЬ ВСТРЕТИТЬ В МЕТРО ЧЕЛОВЕКА С ЭЛЕКТРОННОЙ КНИГОЙ БЫЛА МИНИМАЛЬНА. СЕГОДНЯ ЭТО УЖЕ НОРМА

ДОСТИГНИ

повышения эффективности благодаря широким возможностям конвергенции

Конвергентная инфраструктура HP открывает новые возможности серверов HP ProLiant.

Сократите расходы без снижения производительности благодаря серверам HP ProLiant DL385 G7 и HP ProLiant DL585 G7 на базе процессоров AMD Opteron™ 6100 Series. Они обеспечат повышение производительности с окупаемостью всего за 30 дней.*

Используйте широкие возможности конвергенции для мониторинга и управления энергопотреблением вашей ИТ-среды с помощью технологий HP Thermal Logic и HP Intelligent Power Discovery.

- Автоматический мониторинг с визуализацией потребляемой мощности
- Выделение мощности на основе реальных данных, а не догадок
- Обзор свободных ресурсов, позволяющий точно определять место для развертывания новых серверов

С появлением новейшей версии встроенной системы удаленного управления HP Integrated Lights-Out 3 (iLO 3) скорость удаленной работы стала еще выше. Скорость удаленного управления повышена на 800% благодаря более быстрой удаленной консоли, а скорость работы с виртуальными носителями увеличена на 360%. Это позволяет осуществлять удаленное развертывание и обновление ПО значительно быстрее*.

HP поможет вам построить конвергентную инфраструктуру, обеспечивающую необходимую эффективность и рентабельность, а серверы HP ProLiant заставят вас по-новому взглянуть на роль вычислительных систем в бизнесе.

Рекомендуемые сервисы HP Care Pack:
3 года комплексной поддержки 24x7 с временем реагирования 4 часа.

Рассчитайте рентабельность прямо сейчас на **hp.ru/ROI**

*Дополнительная информация на hp.ru/ROI

© Hewlett-Packard Development Company, L.P., 2010. Содержащаяся здесь информация может быть изменена без предварительного уведомления. Все гарантии в отношении продуктов и услуг компании HP выражены в явном виде в гарантийных обязательствах, прилагаемых к соответствующим продуктам и услугам. Никакие содержащиеся здесь материалы не должны истолковываться как дополнительная гарантия. HP не несет ответственности за содержащиеся здесь технические или редакторские ошибки или упущения.

AMD, логотип AMD Arrow, AMD Opteron и другие их сочетания являются товарными знаками корпорации AMD.

Реклама

КАЖДОМУ ПО ПОТРЕБНОСТЯМ

МАРТОВСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕПУТАТОВ ГОСДУМЫ ЗАПРЕТИТЬ ПРИ ОПЕРАЦИИ С БАНКОВСКИМИ КАРТАМИ ПЕРЕДАЧУ ИНФОРМАЦИИ ИЗ РОССИИ В ДРУГИЕ СТРАНЫ НАДЕЛАЛО МНОГО ШУМУ. ПОСКОЛЬКУ ПРОЦЕССИНГОВЫЕ ЦЕНТРЫ VISA И MASTERCARD НАХОДЯТСЯ ЗА РУБЕЖОМ, ЭТО АВТОМАТИЧЕСКИ ОЗНАЧАЛО БЫ ЗАПРЕТ НА ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭТИХ МЕЖДУНАРОДНЫХ СИСТЕМ В РОССИИ. ВСКОРЕ СТАЛО ЯСНО, ЧТО ЗАПРЕЩАТЬ ПРИВЫЧНУЮ ВСЕМ VISA НИКТО НЕ СОБИРАЕТСЯ. НО ПЛАТЕЖНАЯ СИСТЕМА У РОССИИ ВСЕ-ТАКИ БУДЕТ СВОЯ. КОНСТАНТИН ГЕРМАНОВ

ОЛЕГ ХАРСЕЕВ

БЕСПРЕЦЕДЕНТНЫЙ МОНСТР Многие уже стали жертвами терминологической путаницы, поскольку под словосочетанием «национальная платежная система» (НПС) в России понимают две совершенно разные вещи. В 2008–2009 годах под НПС понимали пластиковую карту, отечественную альтернативу Visa, которую должны были выпускать под руководством Сбербанка. Тогда же правительство поставило задачу разработать закон о национальной платежной системе, который должен был создать базу для «русской» Visa. Однако уже в 2010 году под этим названием стали понимать нечто совершенно другое. Скорее всего, эксперты смогли убедить чиновников в том, что если писать закон, то надо решать не одну, а сразу все стоящие перед страной проблемы. А их в финансовой сфере накопилось довольно много: главная проблема заключалась в том, что передовые телекоммуникационные технологии позволили проводить денежные расчеты в обход банков, считавших это своей монопольной привилегией. Появились платежные терминалы, системы интернет-денег, расчеты с помощью SMS. Возникла необходимость в правовом акте, который бы узаконил и упорядочил всю эту телекоммуникационно-финансовую вакханалию. Поэтому начиная с прошлого года под законопроектом о национальной платежной системе стали понимать всеобъемлющий акт об электронных и прочих расчетах, а саму НПС стали толковать как действующую в стране систему расчетов и платежей в целом. В декабре 2010 года законопроект был принят в первом чтении.

Однако идея об отечественном аналоге Visa никуда не делась, а концепт был переименован в универсальную электронную карту (УЭК). Это понятие содержалось в законе «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг», принятом в июле 2010 года и предусматривавшем, что ряд этих услуг оказывается в электронном виде, причем для их регистрации и оплаты внедряется универсальная электронная карта, которая будет выдаваться всем гражданам РФ. Уже в 2012–2013 годах такую карту сможет получить любой желающий, написав заявление, а с 1 января 2014 года карта будет выдаваться в обязательном порядке всем россиянам, кроме тех, кто напишет заявление об отказе от нее.

Когда идея отечественной суперкарты только появилась у правительства и руководителей Сбербанка, главная проблема внедрения была очевидна: и банки, и их клиенты вполне удовлетворялись эмитируемыми в стране картами международных систем, прежде всего Visa и MasterCard. Было неясно, что же побудит их воспользоваться еще и картой отечественного производителя. Однако параллельно с этим велись работы над электронным правительством и компьютеризацией государственных услуг населению. В итоге было принято чудовищное с точки зрения рыночной экономики и не имеющее прецедентов в зарубежных странах решение — сделать банковскую карту, являющуюся одновременно электронным удостоверением личности. УЭК будет одновременно выполнять функции банковской карты, полиса обязательного медицинского страхования и обеспечит получение и одновременную оплату гражданами государственных услуг, в том числе пенсионного фонда, медицинских, ЖКХ и других. Планируется, что по мере развития проекта число услуг на карте может достигнуть нескольких тысяч. Таким образом, мощный административный ресурс сделает новую карту совершенно недосягаемой для конкурентов.

Задним числом действующие в некоторых регионах проекты социальной карты были объявлены пилотными, на которых отрабатывались отдельные аспекты УЭК. «В фантастических триллерах мы не раз видели примеры „оцифровывания“ населения через вживляемые чипы и персональные карты. Удобный и доступный способ учета, контроля и перераспределения,— комментирует принятое властями решение председатель правления ООО „Инбанк“ Юлия Романенкова.— Иногда мы не замечаем, насколько быстро фантастические вещи становятся для нас предметами первой необходимости».

Внедрение национальной платежной системы планируется уже в 2012 году. В конце марта правительство утвердило технические требования к новой карте. Объем ее памяти должен составлять не менее 72 килобайт и выдержать 100 тыс. циклов стирания и записи. Правда, до 1 июля 2012 года использование в карте чипа отечественного производства не является обязательным. Чип, который бы позволил работать с российской криптографией и был сертифицирован по международным стандартам, пока отсутствует. Процесс его сертификации может занять больше года.

СТРАНА ИЩЕТ ГЕРОЕВ По оценкам Минэкономразвития, за пять лет расходы на выпуск карт составят 40 млрд руб., региональный процессинг — 12 млрд руб., инфраструктуру приема карт — еще 70–100 млрд. руб. Все эти затраты должны лечь на банки, которые примут участие в проекте, а государство планирует только оплату расходов на проведение трансакций в объеме 10 млрд руб.

ВНЕДРЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ ПЛАНИРУЕТСЯ УЖЕ В 2012 ГОДУ. ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К НОВОЙ КАРТЕ БЫЛИ УТВЕРЖДЕНЫ ПРАВИТЕЛЬСТВОМ В КОНЦЕ МАРТА — ПРАВДА, ЧИП, КОТОРЫЙ БЫ ПОЗВОЛИЛ РАБОТАТЬ С РОССИЙСКОЙ КРИПТОГРАФИЕЙ, ПОКА ОТСУТСТВУЕТ

Однако Герман Греф заявил, что за пять лет, по новым расчетам Сбербанка, расходы на проект могут превысить 450 млрд руб. Кто же будет платить?

До того как было принято историческое решение, что «русская» Visa будет едва ли не заменителем паспорта, ее продвижением занималась подконтрольное Сбербанку ООО «Сберкарта». Сегодня «Сберкарта» самоликвидировалась, а на ее место пришло открытое акционерное общество «Универсальная электронная карта», акционерами которого практически в равных долях являются три банка — Сбербанк, «Уралсиб» и «Ак Барс».

Впрочем, этим число эмитентов карты не ограничится. Министерство экономического развития РФ уже дважды принимало критерии допуска банков к эмиссии УЭК. В первом варианте банки были обязаны иметь минимальный капитал 3 млрд руб., во втором варианте, принятом в марте,— 1 млрд. Как отмечает вице-президент банка «Открытие» Сергей Иванов, банков, отвечающих этим критериям, будет больше сотни, чего вполне достаточно. «Но, по нашим оценкам,— говорит эксперт,— на первом этапе их количество будет существенно меньше — скорее всего, не более 20». При этом, как предполагают эксперты Инбанка, банкам, которые захотят войти в число выпускающих УЭК, «придется дорого лицензироваться, подключаться, мучиться с кривизной системы ПРО100, делать отчетность перед контролирующими органами. Конечно же, придется платить ежегодный взнос, а также покупать отдельное, сертифицированное ФСБ оборудование и специальную комнату, защищенную от разрушения ядерным фугасом средней мощности».

Возникает вопрос: а какая выгода банку в участии в этом проекте, особенно учитывая то, что обеспечение населения универсальными картами будет происходить бесплатно? Возможно, речь, как всегда, идет о «крючке», с

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

НАЧАЛЬНАЯ ВЫДАЧА УНИВЕРСАЛЬНЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ КАРТ БУДЕТ БЕСПЛАТНОЙ, НО ЗА ПЕРЕВЫПУСК ПРИДЕТСЯ ПЛАТИТЬ

помощью которого банки будут получать новых клиентов. «По нашей информации, банк—эмитент платежного приложения на УЭК не может меняться чаще, чем раз в год,— говорит господин Иванов из банка „Открытие“.— Отсюда очевидна выгода банка, который будет персонализировать платежное приложение. То есть как минимум год он обслуживает держателя такой карты».

«По имеющейся информации, начальная выдача карт будет бесплатной, но перевыпуск будет осуществляться уже за деньги,— добавляет вице-президент Первого республиканского банка Дмитрий Орлов.— К тому же источниками дохода помимо эмиссии могут являться информационные услуги, комиссии, получаемые от платежной системы при использовании карты как платежного средства, и, возможно, предоставление госуслуг».

ВОПРОСЫ БЕЗ ОТВЕТОВ По мнению Юлии Романенковой, обществом будет позитивно воспринята перспектива преобразования УЭК в идентификационную карту, объединяющую на одном носителе набор документов, которые сейчас приходится носить с собой,— паспорт, водительское удостоверение, пенсионное свидетельство, ИНН и другие. Но банковская составляющая УЭК, по мнению эксперта, «рассосется». На это есть несколько причин: во-первых, в большинстве своем граждане РФ, наученные кризисами последних 10–15 лет, недоверчивы и осторожны. Во-вторых, поток наличного оборота в РФ все еще превышает объем безналичных платежей населения. Банки, скорее всего, не смогут компенсировать свои затраты по обслуживанию УЭК, остатки по счетам физических лиц будут мизерными, а процентные ставки — недостаточными для стимулирования притока средств. Главе Инбанка более перспективным представляется несколько иной сценарий для доступа населения к госуслугам — через банки. Банк в обязательном порядке идентифицирует каждого своего клиента, поэтому если госструктуры смогут предоставить сервисы через интернет, то банки могли бы легко и существенно более привлекательным образом увязать их оплату или даже обычный доступ к ним. Примером создания сервисов для платежей физических лиц в адрес государственных органов являются проекты по предоставлению доступа к данным налоговой, к ЕГРЮЛ, коммунальным данным.

УЖЕ В 2012–2013 ГОДАХ ПОЛУЧИТЬ УНИВЕРСАЛЬНУЮ ЭЛЕКТРОННУЮ КАРТУ СМОЖЕТ ЛЮБОЙ ЖЕЛАЮЩИЙ, НАПИСАВ СПЕЦИАЛЬНОЕ ЗАЯВЛЕНИЕ, А С 1 ЯНВАРЯ 2014 ГОДА КАРТА БУДЕТ ВЫДАВАТЬСЯ В ОБЯЗАТЕЛЬНОМ ПОРЯДКЕ ВСЕМ РОССИЯНАМ. КРОМЕ ТЕХ, КТО НАПИШЕТ ЗАЯВЛЕНИЕ ОБ ОТКАЗЕ

Опрошенные эксперты также отмечают, что проект внедрения УЭК не до конца проработан. «К проекту пока не отношусь никак,— решительно заявляет начальник управления пластиковых карт ВТБ 24 Александр Бородкин.— На текущий момент в общедоступном виде не существует итоговой концепции реализации и дальнейшей работы данной программы. Есть только общие наброски, которые позволяют делать различные и даже практически полярные толкования реализации проекта. Не понятна структура развития программы, ее бюджет, интерес банковского сектора, сроки технической реализации проекта и многое другое, что необходимо определить еще на этапе инициации проекта».

«На данном этапе для поддержания функциональных возможностей этой карты еще не готова инфраструктура,— считает руководитель департамента развития бизнеса финансовой группы БКС Станислав Хализов.— Ментально Россия также не совсем готова к изменениям. Сомневаюсь, что ситуация кардинально изменится в последующие три года, когда планируется выпустить карты для всех граждан. Если не будет обеспечена необходимая инфраструктура на территории РФ, то использование этих карт может стать проблематичным и, скорее всего, будет носить номинальный характер».

«Я всегда положительно отношусь к новым технологичным решениям, которые облегчают жизнь,— признается Дмитрий Орлов.— Но вариант реализации новинки вызывает большие вопросы. В первую очередь связанные с декларативным характером выдачи и использования карт, что крайне негативно воспринимается большинством граждан. Придется потратить время и усилия, чтобы разработать специальную программу стимулирования, которая покажет все преимущества использования карты. И даже в этом случае навязывание услуги не является оправданным. На мой взгляд, проект будет реализован с большим временным лагом. То есть карты раздадут, но не все приложения будут функционировать. Связано это с тем, что поставленные задачи слишком амбициозны и для их качественного решения требуются огромные средства или более длительные сроки».

НАКАНУНЕ ПЕРЕДЕЛА Пока проект до конца не продуман, он вызывает множество вопросов. Однако очевидно, что если УЭК все же появится, то вызовет глобальный передел рынка банковского пластика. Однако нынешние банки-короли «пластикового» рынка совсем необязательно понесут ущерб. Дело в том, что УЭК должна привлечь на карточный рынок множество людей, которые сегодня вообще не пользуются банковскими картами.

Тем не менее появление карты со столь массивной поддержкой государства не может не вызвать перераспределения сил на рынке. «Конечно, это повлияет и на рынок банковских карт в РФ,— уверен Дмитрий Орлов.— Появится еще одна платежная система, которая в перспективе сможет потеснить действующих игроков, но не за счет рыночных механизмов, а благодаря административному влиянию. Определенно, все бюджетные и государственные организации перейдут на использование УЭК в качестве зарплатной карты, что выльется в передел рынка».

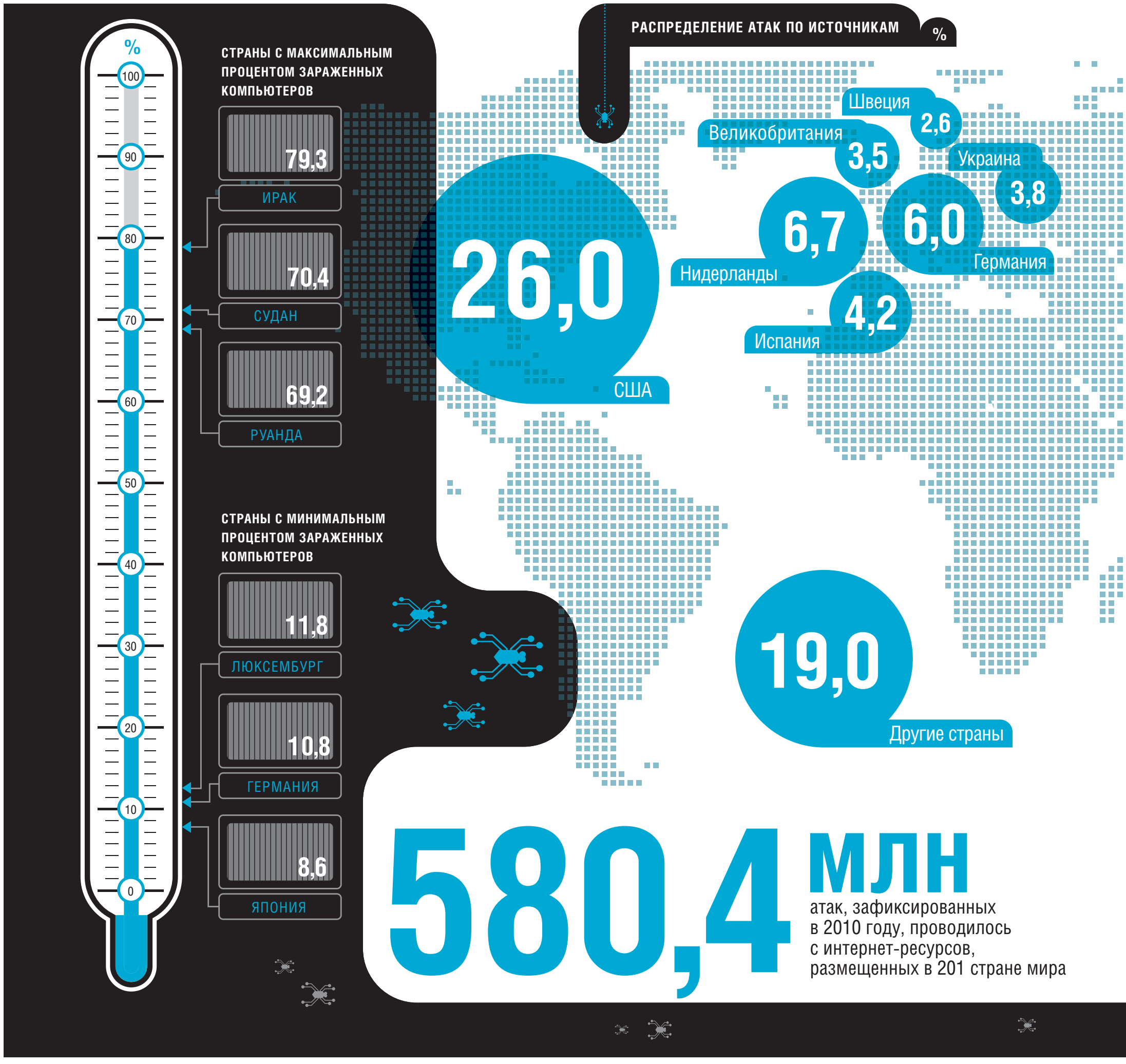
Станислав Хализов считает, что серьезного искажения рынка банковских услуг не произойдет, поскольку сейчас многие банки идут по пути разработки других инновационных решений, востребованных потребителем. Например, с точки зрения создания альтернативных платежных инструментов универсальная электронная карта может стать воплощением технологий вчерашнего дня. Нет причин ждать, что государство будет проводить модификацию своего продукта так же быстро, как частные банки. «Банки, которые ввяжутся в эмиссию социальных карт, будут вынуждены столкнуться с очередным платным лицензированием и глюками новоиспеченной платежной системы,— говорят эксперты Инбанка.— На социальные карты не удастся толком прикрутить свои сервисы».

Остается вопрос, как проект универсальной электронной карты связан с документом, присвоившим первоначальное имя этого проекта,— законом о национальной платежной системе. Пока ясно одно: закон о НПС будет портить жизнь уже действующим в России международным карточным системам. В нем действительно содержится запрет на передачу персональных данных российских граждан за рубеж. Чтобы обойти его, системы должны будут создать в России локальные процессинговые центры, а это потребует инвестиций в несколько десятков миллионов долларов. Но связаны ли как-то еще проекты УЭК и НПС? Александр Бородкин считает, что «это два разных законопроекта, регулирующих разные направления деятельности страны». А Юлия Романенкова говорит: «Очень надеюсь, что никак. Хорошо, если НПС ограничится тем, что на территории РФ появится дата-центр одной из существующих платежных систем. Для чиновников же действительно можно сделать обязательным условием получение заработной платы на социальные карты и обязать рассчитываться только по ним — тогда государственная тайна будет соблюдена».

Главное преимущество, предоставляемое картами международных систем,— возможность использования их за рубежом. Сможет ли УЭК предложить что-либо в этом плане, пока не понятно. «С точки зрения платежного средства это возможно, а вот в рамках единого документа — не думаю,— полагает Станислав Хализов.— К сожалению, аналогичные попытки внедрения универсальных карт провалились во многих странах». Зарубежный опыт говорит, что проекты подобных карт натыкаются на непреодолимые правовые, юридические и технические трудности. В Германии, например, единая карта была в итоге запрещена в связи с необходимостью обеспечить информационную безопасность граждан. В Англии в прошлом году законодательно упразднили регистр идентификации и уничтожили базы данных. А в Южной Корее аналогичный проект сорвался из-за высокого уровня электронного мошенничества. ■

ДЕЗИНФЕКЦИЯ

ПРОШЛИ ТЕ ВРЕМЕНА, КОГДА ПОД СЛОВОМ «ХАКЕР» ПОДРАЗУМЕВАЛСЯ ОКУТАННЫЙ РОМАНТИЧЕСКИМ ФЛЕРОМ БОРЕЦ С СИСТЕМОЙ. СЕГОДНЯ ВИРУСОПИСАТЕЛЬСТВО, СПАМ И DDOS-АТАКИ — ЧАСТЬ НЕЛЕГАЛЬНОГО РЫНКА КОМПЬЮТЕРНЫХ УСЛУГ, ОБ ИСТИННОМ РАЗМЕРЕ КОТОРОГО МЫ МОЖЕМ ЛИШЬ ДОГАДЫВАТЬСЯ. ВОТ САМЫЕ ПРИМЕРНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ.



В 2,6 раза увеличилось количество вредоносных вложений в почте за год

КОЛИЧЕСТВО СПАМА В ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ ПОЧТОВОГО ТРАФИКА В 2010 ГОДУ

СРЕДНЕЕ **82,2%** За год

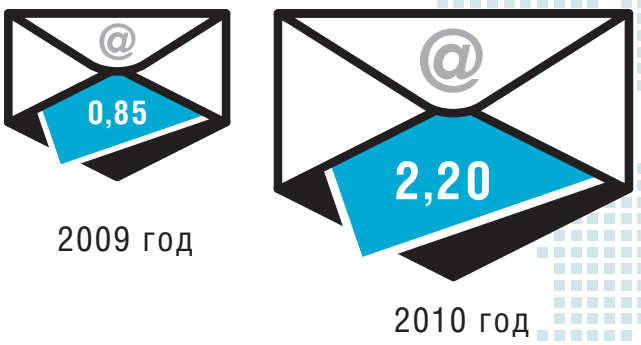
МИНИМАЛЬНОЕ **70,1%** 28.10.2010

МАКСИМАЛЬНОЕ **90,8%** 21.02.2010

15,1 Россия

13,0 Китай

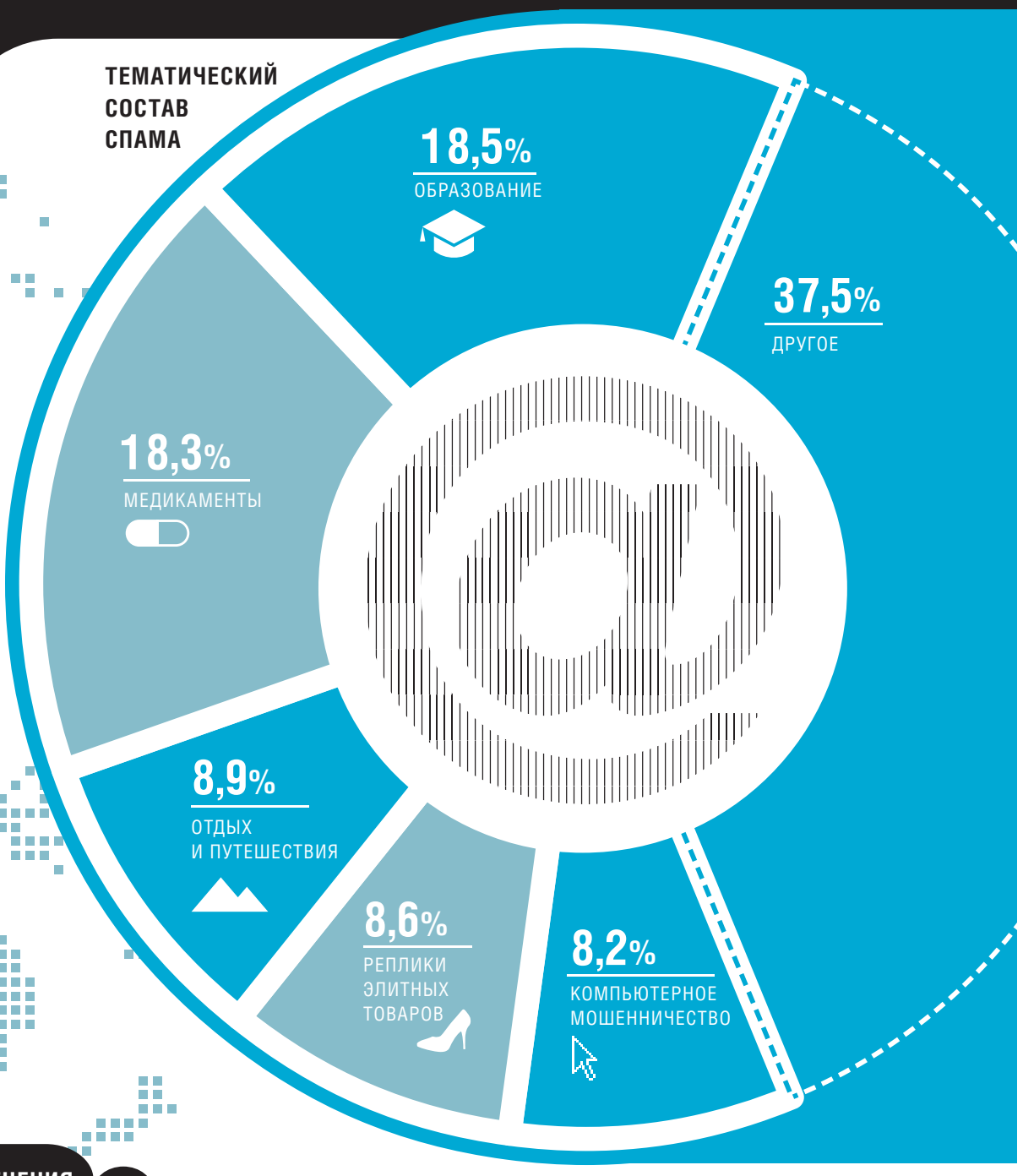
ДОЛЯ ВРЕДОНОСНЫХ ПИСЕМ В ПОЧТЕ %



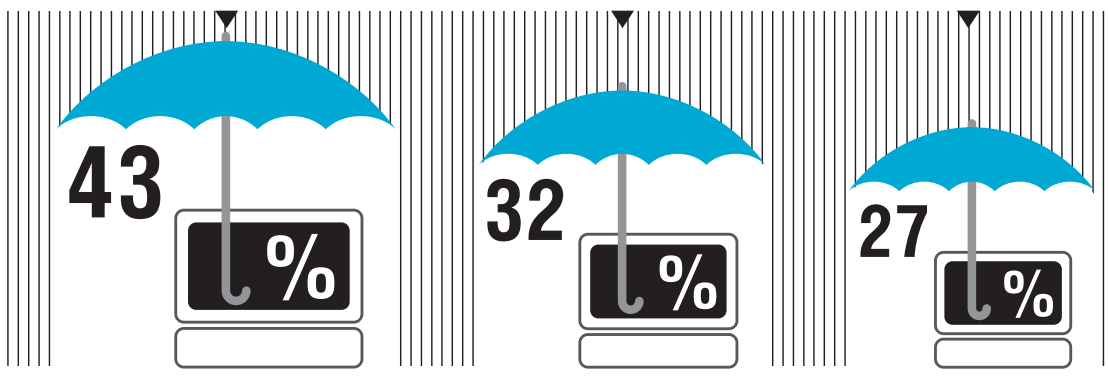
2009 год

2010 год

ТЕМАТИЧЕСКИЙ СОСТАВ СПАМА



РОССИЙСКИЙ РЫНОК АНТИВИРУСНОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ



$250 МЛН Объем российского рынка антивирусного ПО в 2010 году

ИСТОЧНИКИ: J'SON PARTNERS, GFK РУСЬ, «ЛАБОРАТОРИЯ КАСПЕРСКОГО».

СТО РАЗ УВИДЕТЬ

ЗА ПОСЛЕДНИЕ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ В РУНЕТЕ ПОЯВИЛОСЬ ОГРОМНОЕ ЧИСЛО СЕРВИСОВ С ЛИЦЕНЗИОННЫМ ВИДЕОКОНТЕНТОМ. ПОСЛЕДНИЙ ИЗ НИХ — ПЛАТНЫЙ ОНЛАЙН-КИНОТЕАТР NOW.RU ОТ «ГАЗПРОМ-МЕДИА», ОБОШЕДШИЙСЯ СВОИМ СОЗДАТЕЛЯМ В НЕСКОЛЬКО МИЛЛИОНОВ ДОЛЛАРОВ. НО НАСКОЛЬКО ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ВЕЛИКА ПОТРЕБНОСТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОНЛАЙНОВОМ ВИДЕО? СВЕТЛАНА РАГИМОВА

ТВ ПОД УГРОЗОЙ Еще недавно зрителям выбирать не приходилось — смотрели то, что им навязывало телевидение. Но сегодня модель потребления видеоконтента изменилась. Теперь зрители хотят смотреть то, что нравится, где угодно и в любое время. Традиционное эфирное телевидение по своим возможностям значительно уступает интернету. На конференции Internet TV & Video, впервые прошедшей в марте, эксперты отмечали, что потребление контента становится все более персонализированным. По словам Татьяны Толмачевой, директора по развитию бизнеса Cisco Systems, из продукта видео превращается в услугу. Теперь это не просто развлечение, а средство коммуникации. Наиболее серьезную угрозу для традиционных сетевых операторов несут так называемые сервисы Over The Top TV, когда пользователь получает сигнал на свой телевизор, экран или игровую приставку прямо из интернета. Директор по развитию компании «Коминфо Консалтинг» Евгений Соломатин рассказал, что к 2014 году появится 360 млн устройств для потенциального просмотра OTT помимо персональных компьютеров. Такая модель доставки контента отличается от IPTV, когда внутри сети провайдера или оператора связи есть собственный сервис поставки медиаконтента, за который берутся дополнительные деньги.

На Западе в последние годы появилось огромное количество таких сервисов. Дмитрий Ильин, руководитель направления ТВ и медиа компании Ericsson, приводит в пример сервис Streamzilla.eu. Он базируется на технологиях на VDO-X и Ericsson MDN и получает $2 млн выручки в год, транслируя за год 4 млрд видеопотоков. Притом что в проекте задействовано всего два сотрудника.

Между тем, отмечает Евгений Соломатин, за последние два года в Европе закрылось более 30 проектов формата интернет-ТВ. Заработать на видеоконтенте пытались многие, но получилось это у единиц, например у сервиса NetFlix, который зарабатывает сотни миллионов долларов. На Западе появилось не меньше трех десятков новых проектов в этой области, инициированных крупными брендами. Идеальная бизнес-модель в этой сфере еще не найдена. Тот, кто ее обнаружит, получит огромный доход.

СЕЙЧАС ИЛИ НИКОГДА В России такие сервисы пока только открываются. Компания «Газпром-Медиа» с большой помпой в феврале презентовала провайдера видеоконтента Now.ru. Представители компании говорят, что с помощью рекламы им удалось добиться хорошей узнаваемости бренда всего за полтора месяца, причем по всей России. Заместитель генерального директора Now.ru Катерина Миронова рассказывает, что сегодня у Now.ru посещаемость выше, чем у остальных легальных видеосервисов, и хорошая конверсия. В отличие от аналогов, этот сайт не демонстрирует рекламу, а предлагает платный контент. Катерина Миронова объясняет: «Одна из причин, почему мы в последний момент решили быть платными: стало понятно, что приобрести лицензии на большое количество хороших и свежих фильмов на „рекламную модель“ невозможно. Крупные голливудские студии категорически не продают свои большие хиты и новинки на „бесплатную модель“. Поэтому мы решили перейти на платную основу, но взамен предложить гораздо больший объем и качество фильмов, сериалов и мультфильмов по сравнению с любыми другими легальными видеосервисами».

ЗА ПОСЛЕДНИЕ ДВА ГОДА В ЕВРОПЕ ЗАКРЫЛОСЬ БОЛЕЕ 30 ПРОЕКТОВ ФОРМАТА ИНТЕРНЕТ-ТВ. ЗАРАБОТАТЬ НА ВИДЕОКОНТЕНТЕ ПЫТАЛИСЬ МНОГИЕ, НО ПОЛУЧИЛОСЬ ЭТО У ЕДИНИЦ

Компания заключила договоры с крупнейшими киностудиями мира: Sony Pictures, Walt Disney, Warner Bros. International Branded Services, Lions Gate, а также каналом Nickelodeon, компанией MTV Networks BV, корпорацией BBC, компанией Playboy Enterprises. Партнерами являются также и ведущие российские кинокомпании: «Арт Пикчерс», «Леополис», «Люксор», New Century Distribution, «Парадиз», телевизионное агентство «Русский репортаж», Gala Media & Film International и другие. По словам Екатерины Мироновой, большинство соглашений на трансляции заключено на эксклюзивной основе. Например, ТНТ выкладывает свои флагманские проекты, такие как «Интерны», Наша Russia» и «Реальные пацаны», Comedy Club, «Зайцев + 1», за несколько дней до телевизионного эфира. По словам госпожи Мироновой, отказ от рекламной модели и ставка на уникальный контент уже оправдала себя, поскольку «миллионы людей смотрели Now.ru с первого же дня работы». Инвестиции в проект составили порядка $10 млн, причем большая часть этих денег ушла на контент и технологию.

Евгений Соломатин не уверен в том, что модель с постоянной абонентской платой будет работать в России. Но и к рекламной модели он также относится скептически. Ведь не понятно, насколько эффективно показывать рекламу аудитории, которая хочет потреблять видео бесплатно. Что это за люди? Будут ли они вообще смотреть ролики рекламодателя или просто выключат звук на это время? Западный сервис hulu.com, предлагавший ранее видеоконтент исключительно по рекламной модели, оказался недостаточно эффективным бизнесом. При росте количества просмотров аудитория в какой-то момент перестала расти. Это не понравилось рекламодателям, которые не хотели гонять одни и те же ролики перед теми же самыми людьми. Поэтому компания начала предоставлять платные пакеты для тех, кто хочет смотреть более качественное видео на своих устройствах Apple TV, телевизорах с выходом в интернет, консолях PlayStation 3 и Xbox 360 и других. Стоимость подписки начинается от $9,99. Пока неизвестно, будет ли также менять модель российская «калька» hulu.com сервис ivi.ru, появившийся год назад.

ВЧЕРАШНИЙ СУП ИЛИ ЖИВОЙ ФУТБОЛ По новой для России модели «вслед за эфиром» недавно открылся сервис Zoomby.ru. В проект было вложено около $10 млн, ожидаемый срок окупаемости — три-четыре года. Сегодня на сайт приходит 217 тыс. посетителей в сутки, а количество просмотров на портале составляет 250 тыс. в сутки. На Zoomby.ru зарегистрировано 185 тыс. человек. Юлия Митрович, генеральный директор компании «ВебТВ», владеющей сервисом, считает, что в сети чаще всего смотрят именно ТВ-контент. Это подтверждает статистика запросов в поисковых системах. Основной всплеск просмотров ТВ-контента в сети приходится на первые два-три дня с момента телеэфира. Госпожа Митрович уверена, что именно эта модель будет пользоваться максимальным спросом у пользователей. «Сегодня мы являемся единственным официальным порталом в рунете, размещающим контент в режиме catch up, и считаем, что выбрали правильную стратегию,— рассказывает она.— Анализ топ-20 наименований контента на Zoomby.ru показывает, что наибольшей популярностью пользуется именно контент „вслед за эфиром“». При этом представитель «ВебТВ» говорит, что верит в платное ТВ в интернете, но российский рынок к этому еще не готов. Zoomby.ru зарабатывает деньги на рекламе и пока не планирует предлагать опцию платного просмотра контента без рекламы. Как и другие приверженцы этой бизнес-модели, представители «ВебТВ» считают, что их видеоролики достаточно короткие и ненавязчивые и их не настолько много, чтобы вызывать раздражение. «Думаю, российской аудитории проще посмотреть 30 секунд рекламы, чем заплатить за ее отсутствие,— говорит Юлия Митрович.— К сожалению, рынок еще пока недостаточно развит в этом направлении. Рынок видеорекламы в интернете — $15 млн, что очень мало по сравнению с рынком телевизионной рекламы ($5 млрд)». В США ситуация схожая: рынок видеорекламы в интернете составляет $3 млрд, а рынок рекламы на кабельном ТВ — более $30 млрд.

Вместе с тем эксперты считают, что продавать премиум-контент в России все же можно. Хорошим примером этому является опыт телекомпании «НТВ плюс», которая производит порядка 11 каналов спортивной тематики. Компания начала продавать подписку на просмотр прямых спортивных трансляций в интернете в середине февраля прошлого года. Алексей Журавлев, директор по маркетингу «НТВ плюс», рассказывает, что к стоимости подписки в 75 руб. они пришли эмпирическим путем. Сначала стоимость хотели установить в 30 руб., но подсчеты показали, что в этом случае компания не заработает. По запросу абонента предоставляется право просмотра определенного события на сайте. Среди них: матчи Лиги чемпионов УЕФА, Лиги Европы УЕФА, «Согаз»-чемпионата России по футболу, чемпионатов по футболу Испании, Германии, Италии, Франции, Кубка Англии по футболу, NHL, баскетбольной Лиги чемпионов, различные теннисные турниры и т. д. Лучше всего продается футбол. В итоге средства, собранные от заказов спортивных трансляций на сайте телекомпании в 2010 году, составили около 12 млн руб. За первые два месяца 2011 года было собрано около 3 млн руб., что в четыре раза больше, чем в этот же период прошлого года. Оплату сайт принимает с помощью SMS или же списывает со счета зарегистрированного пользователя внутри системы. Второй способ оплаты составляет примерно 30%, и компания старается увеличить его долю с помощью более выгодных предложений. Вместо 75 руб., как при оплате посредством SMS, со счета пользователя списывается всего 55 руб. А если он является пользователем «НТВ плюс» — 45 руб. Господин Журавлев сообщил, что планирует развивать партнерские отношения и с другими сайтами. Например, недавно было заключено соглашение с компанией СУП.

ВЗГЛЯД ЧЕРЕЗ ТРУБУ На Западе объемы просмотра видео с OTT-сервисов, например UStream, Justin.tv и Livestream, растут на 600% в год. В июле 2010 пользователи потратили 1,5 млрд минут, просматривая видео с указанных сайтов. Это меньше, чем ушло на просмотр YouTube (40 млрд минут), но просмотр последнего вырос лишь на 68% за год. В России видеохостинги по-прежнему находятся в числе лидеров в борьбе за внимание аудитории.

Виктория Вирта, заместитель генерального директора и главный редактор портала RuTube, приводит следующую статистику: в рунете за месяц более 20,7 млн уникальных пользователей хотя бы однажды посмотрели видео. Из них на RuTube приходится 10,7 млн уникальных пользователей в месяц. Госпожа Вирта отмечает, что примерно половина приходится на профессиональный контент, популярность которого растет, тогда как еще недавно зрители смотрели в основном пользовательский контент.

Виктория Вирта уверена, что в новых реалиях брендам необходимо использовать разные каналы распространения своего видеоконтента, а также адаптировать его под каждый канал. Только в этом случае возможен наиболее полный охват аудитории. По ее словам, те компании, которые игнорируют эти рекомендации, будут постепенно терять влияние на потребителей и могут совсем уйти с рынка. Одним из трендов она называет желание пользователей смотреть видео, не уходя с любимой площадки. Особенно это характерно для социальных сетей. Так, при аудитории соцсетей в России в 36,3 млн уникальных пользователей в месяц более 1 млн смотрит там контент RuTube. ■

AFP/IMAGE SOURCE

ПОТРЕБЛЕНИЕ ВИДЕОКОНТЕНТА СТАНОВИТСЯ БОЛЕЕ ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫМ. ЗРИТЕЛИ ХОТЯТ СМОТРЕТЬ ЧТО УГОДНО, ГДЕ УГОДНО И С КЕМ УГОДНО

BUSINESS GUIDE

Тематические приложения к газете
Коммерсантъ

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА
ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА
СМЕЖНИКИ
ИНВЕСТОРЫ
КОНКУРЕНТЫ
АДМИНИСТРАТИВНЫЙ РЕСУРС

Как сократить расходы на связь с партнерами?

Реклама.

Подключите тарифную опцию «Партнеры на связи» и общайтесь безлимитно

www.megafon.ru

0555

МегаФон

Будущее зависит от тебя