СТАНИСЛАВ КУПРИЯНОВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

ЖЕРТВЫ МОДЫ

Нельзя сказать, что моду на социальные сети я обошел стороной. У меня есть аккаунты на «Одноклассниках», «Вконтакте» и «Моем круге», а собственный блог на LiveJournal.com появился еще в 2004 году. Также я когда-то регистрировался на MySpace, в деловой сети «Хабрахабр», на сайтах знакомств и еще десятке революционных, как тогда казалось, социально ориентированных сервисах — все и не припомнишь. При этом 95% моего окружения имеет анкеты как минимум на «Одноклассниках», так что в официальные данные об 11 млн зарегистрированных на этом портале пользователей поверить легко.

Важно другое. Аудитории социальных сетей часто пересекаются. Поэтому многие, заведя из исследовательского интереса пару страничек в самых модных из них, в конечном итоге выбирают одну любимую, а к остальным больше не возвращаются. Обнаружив на просторах глобальной сети бывших одноклассников, я лишний раз порадовался тому, что не имею к этим людям ни малейшего отношения, и больше на этом сайте не появлялся. Фразу MySpace.com я вбивал в адресную строку интернет-браузера ровно один раз — из чистого любопытства. Для чего предназначена сеть «Мой круг», я не понимаю: большинство пользователей заходит туда раз в год, чтобы поменять данные в графе «Место работы». Таких примеров можно привести сколько угодно. У любого интернет-пользователя найдется пара аккаунтов в нескольких «модных» социальных сетях.

Вот только огромная, казалось бы, цифра в десяток миллионов зарегистрированных пользователей годится на то, чтобы производить впечатление на потенциальных инвесторов. Значение имеет активная часть аудитории — те, кто по привычке заходит в любимую социальную сеть как минимум раз в неделю. Именно эти люди представляют реальный интерес для рекламодателей.

Один из комментаторов нашей заметки про бум интернет-проектов заявляет, что в том или ином виде социальные сети были всегда — как один из инструментов общения. И в этом он совершенно прав. «Вконтакте», FaceBook или даже LiveJournal не самоцель, а только лишь способ. Поэтому вопрос о том, кончится ли мода на «Одноклассников», имеет простой и ясный ответ. Это неизбежно! Как только возникнет еще один инструмент — более удобный и совершенный.

↑
КОЛОНКА РЕДАКТОРА

ВЕНДОРЫ ИДУТ

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВСТУПИЛ В ПЕРИОД ВЗРЫВНОГО РОСТА. ОБЪЕМЫ ПРОДАЖ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ РАЗРАБОТЧИКОВ ЕЖЕГОДНО УВЕЛИЧИВАЮТСЯ ПРИМЕРНО НА ЧЕТВЕРТЬ, А В НЕКОТОРЫХ СЕКТОРАХ И ВДВОЕ. ПРИ ЭТОМ ДОЛЯ РОССИЙСКИХ РАЗРАБОТЧИКОВ ПРОГРАММНОГО ПРОДУКТА СНИЖАЕТСЯ ПО ОТНОШЕНИЮ К ИНОСТРАННЫМ ВЕНДОРАМ, КОТОРЫЕ НЕ ТЕРЯЮТ ВРЕМЕНИ И УВЕРЕННО ЗАВОЕВЫВАЮТ САМЫЙ КРУПНЫЙ В ЕВРОПЕ РЫНОК. ДЕНИС ЗЕНКИН, АЛЕКСЕЙ ДОЛЯ

ПРИОРИТЕТЫ «Российский рынок стал для нас одним из приоритетных направлений. 11 лет назад, начиная распространение DeviceLock, мы не видели никакого платежеспособного спроса на наши продукты в России. Однако бурное развитие экономики страны привело к тому, что продажи на домашнем рынке удваиваются вот уже три года подряд. В 2007 году доля России и стран СНГ превысила 40% общего оборота и впервые превзошла объем продаж в США. Как российскую компанию нас это не может не радовать»,— рассказывает Ашот Оганесян, основатель и технический директор SmartLine Inc, разработчика популярного продукта DeviceLock.

Статистика это подтверждает: объем продаж одной из крупнейших отечественных софтверных компаний «1С» за 9 месяцев прошлого года увеличился на 90% (за весь 2006 год этот показатель составил 48%).

Показатели роста продаж «Лаборатории Касперского» за первое полугодие 2007 года еще более впечатляют: 130% по сравнению с аналогичным периодом 2006 года.

С этим мнением согласны и другие участники рынка. «Сегодня российский рынок ПО демонстрирует неслыханные темпы роста. Что особенно важно — основной вклад в эту тенденцию приносит средний и малый бизнес, а не корпоративный сегмент. Это лучшее доказательство санации рынка, перелома пиратской дикости прошлого и перспектив будущего»,— говорит Ольга Мананникова, директор по маркетингу российского представительства Adobe Systems Inc.

«Несмотря на наши более чем сильные позиции на российском рынке, мы продолжаем их укреплять, особенно в корпоративном сегменте. Во многом это происходит в государственном секторе, где западные вендоры не могут предоставить всех необходимых сертификатов, свидетельствующих о допустимости использования того или иного ПО в госструктурах Российской Федерации»,— комментирует Даниил Капцан, директор по маркетингу «Лаборатории Касперского».

ИТАР-ТАСС

Евгений Преображенский, генеральный директор компании Perimetrix, согласен с коллегой: «Иностранные рынки нам интересны, но скорее «постольку-поскольку». Причина остаточного принципа развития международных операций проста и понятна: российская экономика процветает, здесь нет культурного барьера, ниже конкуренция. Применительно к данной ситуации известная поговорка звучит как «хорошо там, где мы есть».

ЛЕГАЛИЗАЦИЯ Основные причины бурного роста российского рынка ПО — активная борьба с пиратством и благоприятная экономическая ситуация. Дело директора школы села Сепыч Пермского края Александра Поносова, обвиненного в нарушении авторских прав компании Microsoft, получило широкую огласку и стало своего рода катализатором процесса легализации программного обеспечения. Также вендоры единодушно хвалят благоприятную экономическую ситуацию, наполнившую карманы покупателей всех уровней.

«В условиях увеличения заработков и роста бизнеса пользователи могут позволить себе подобную роскошь, которая раньше считалась расточительством и глупостью,— считает Ольга Маркина.— Более того, цивилизованный подход к приобретению ПО входит в привычку». С этим согласны и в компании Adobe Systems Inc.: «Конечно, пиратская активность не снизилась — сегодня, как и прежде, не составляет никакого труда купить на диске или скачать нелицензионное программное обес- →

РАЗДЕЛЕНИЕ ТРУДА

Программное обеспечение по своему назначению подразделяется на системное, без которого пользоваться компьютером нельзя, и прикладное, без которого использовать компьютер незачем.

Системное ПО. К системному ПО относятся операционные системы, драйверы устройств, утилиты, управляющие работой отдельных компонентов компьютера и обеспечивающие работоспособность всего компьютера в целом как единичного вычислительного комплекса. Без них компьютер являет собой остроумное техническое сооружение, пригодное лишь для оформления интерьера. Наиболее распространенной в мире, в том числе и в России, является платформа Microsoft Windows с операционными системами Windows XP и Windows Vista — в январе 2008 года их доля на мировом рынке составляла 91,46%.

Прикладное ПО. Прикладное программное обеспечение предназначено для выполнения пользователем определенных задач. Оно подразделяется на: офисные приложения, сетевое ПО, корпоративные информационные системы, научное ПО, мультимедиа и программные средства защиты.

Состав устанавливаемого на рабочие компьютеры базового ПО регламентируется корпоративными стандартами. А прикладное ПО зависит от функциональных обязанностей соответствующего подразделения.

Офисные приложения. В первую очередь офисные приложения позволяют работать с текстовыми документами. Нередко возможностей простых текстовых редакторов становится недостаточно, и тогда устанавливаются текстовые процессоры, позволяющие форматировать документы, внедрять в них графику, формулы и таблицы. На российском рынке офисных приложений доминирует Microsoft Word. За ним следует OpenOffice.org Writer. Самым массовым табличным процессором является Microsoft Excel, а программами создания презентаций — Microsoft PowerPoint и OpenOffice.org Impress.

Программные средства защиты. Профессиональный системный администратор не оставит офисный ПК без программных средств защиты, таких, как антивирусные (McAfee VirusScan, Kaspersky Internet Security, Symantec Antivirus) и антиспамовые программы (Kaspersky AntiSpam), а в случае необходимости — и системы криптографической защиты и шифрования информации.

Сетевое ПО. В первую очередь в офисе может быть предоставлен доступ к сервису обмена электронной почтой — через почтовые программы или веб-браузер. Корпоративные стандарты не терпят паллиатива, поэтому чаще всего офисы работают с клиентом Microsoft Outlook. Практически весь корпоративный сектор интернет-браузеров отдан на откуп Internet Explorer и Firefox. По данным компании Net Applications, в декабре 2007 года рыночная доля Microsoft Internet Explorer составляла 76,04%, а FireFox — 16%. Также к сетевому ПО следует отнести системы мгновенного обмена сообщениями (ICQ, MSN Messenger), IP-телефонии, потокового мультимедийного вещания и файлообменные сети.

Корпоративные информационные системы. Глубина проникновения прикладного ПО в самое ядро бизнеса подтверждается огромным числом корпоративных информационных систем. КИС — это системы планирования производства и ресурсов предприятия, управления взаимодействием с клиентами, управления проектами, электронного документооборота, бухгалтерские системы и корпоративные порталы.

Научное ПО. Научное программное обеспечение содержит системы математического и статистического расчета и анализа, компьютерного моделирования, а также геоинформационные системы.

Мультимедийное ПО. Мультимедийное прикладное ПО представлено системами редактирования изображений, видеофайлов и музыки, проигрывателями, и компьютерными играми.

ГЕРМАН МИТРОФАНОВ

РИСУНОК НА ОБЛОЖКЕ: МАРИЯ ЗАМКИНА