СТАНИСЛАВ КУПРИЯНОВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

О ПРАВИЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ

В процессе подготовки этого номера я окончательно убедился, что главная проблема всей российской индустрии высоких технологий — это глобальная нехватка кадров. Квалифицированных специалистов не хватает буквально по всем направлениям: в самой IT-сфере, сельскохозяйственном секторе, консалтинговых компаниях, на рынке офшорингового аутсорсинга… Опытных консультантов по ERP днем с огнем не найдешь, жалуются CIO крупных компаний, из-за чего внедрение информационных систем приходится откладывать на месяцы, а рынок развивается гораздо медленнее, чем мог бы. Говорить о кризисе кадров в контексте российской гейм-индустрии и вовсе неловко. По данным исследования, проведенного рекламным агентством Grand Prix в рамках Конференции разработчиков игр в 2007 году, 35% работников игрового сектора имеют незаконченное высшее либо только среднее образование. А подавляющее большинство разработчиков (порядка 50%) принадлежат к возрастной группе от 15 до 25 лет. Откуда здесь браться квалифицированной рабочей силе? И государственными силами эту проблему не решить: вузы отнюдь не спешат обучать студентов профессии «гейм-дизайнер».

Между тем главная проблема большинства будущих специалистов — отсутствие правильной мотивации. Я хорошо понимаю, о чем говорю, потому что еще пару лет назад сам являлся студентом одного крупного московского технического университета. В группе из тридцати человек лишь десять точно понимали, для чего учатся и чем будут заниматься в дальнейшем. Мотивация остальных ограничивалась желанием видеть у себя дома на полке диплом.

А ведь не зря бизнес-гуру нашего времени, начиная с Роберта Киосаки и заканчивая тем же Сергеем Орловским, главным миллионером российской игровой индустрии, учат: занимайтесь лишь тем делом, которое способно приносить вам искреннее удовольствие. Поэтому я, как только понял, что никогда в жизни не смогу полюбить «проектирование и производство электронно-вычислительной аппаратуры» с приборостроением, просто ушел из вуза, чуть-чуть недоучившись до третьего курса. Другие мои сокурсники остались на месте. Не знаю, сколько из них теперь, получив диплом, работают по специальности, но не думаю, что этот процент очень велик.

УСЛУГИ.NET

АРЕНДА ПО ПРИОБРЕТАЕТ ВСЕ БОЛЬШУЮ ПОПУЛЯРНОСТЬ, ТАК КАК ПОМОГАЕТ ИЗРЯДНО СЭКОНОМИТЬ НА ПОКУПКЕ СОФТА. СОГЛАСНО ОТЧЕТУ GARTNER, РЫНОК ПРОДУКТОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПО МОДЕЛИ SOFTWARE AS A SERVICE (SAAS) — «СОФТ КАК УСЛУГА», К 2011 ГОДУ ДОСТИГНЕТ ПОЧТИ $20 МЛРД. НО У РОССИИ, ВОЗМОЖНО, И ЗДЕСЬ СВОЙ СОБСТВЕННЫЙ ПУТЬ, НА КОТОРОМ ДЛЯ МОДЕЛИ SAAS МЕСТА НЕ НАЙДЕТСЯ. НАТАЛЬЯ ЦАРЕВСКАЯ-ДЯКИНА

ПЛЮС НА МИНУС Идея Software as a Service вызывает неподдельный интерес и такой же искренний скепсис у всех игроков ИТ-рынка. Преимущества концепции заметны невооруженным глазом: нет необходимости устанавливать ПО на своей территории, а значит, нет вытекающих из этого затрат и проблем. За его инсталляцию, бесперебойную работу и безопасность отвечает компания-провайдер. Софт, проданный по модели SaaS, находится на удаленном сервере, а его пользователи становятся классическими арендаторами. Единственный инструмент, который будет необходим SaaS-пользователю,— интернет. Скорость внедрения, снижение расходов на инфраструктуру, концентрация внутренней ИТ-службы на стратегических целях, частое обновление версий, плата лишь за использованные ресурсы и снижение рисков неудачного внедрения — основные аргументы в пользу перехода на модель SaaS, согласно результатам опроса корпоративных заказчиков, проведенного компанией Cutter Consortium. Добавим к этому возможность обходиться без корпоративной ИТ-службы и свободу в смене как продукта, так и провайдера.

Особенно соблазнительной эта модель кажется для компаний SME-рынка, когда речь заходит о корпоративных системах, приобретение которых связано с серьезными финансовыми и временными затратами. А в результате, как свидетельствует исследование компании KPMG, более чем в 50% случаев проекты внедрения либо проваливаются, либо внедренные системы не оправдывают ожиданий заказчиков.

На фоне многочисленных преимуществ недостатки концепции SaaS для многих ее сторонников выглядят просто несущественными, но в процессе приобретения ПО о них забывать нельзя. Опыт ПО-арендаторов со стажем свидетельствует о том, что со временем расходы в сервисной модели оказываются выше, чем в традиционной. Сама система при этом никогда не станет собственностью заказчика, сколько ни плати. Также любое SaaS-решение — массовый продукт, на базе которого провайдер реализовывает ограниченный набор услуг и не способен предоставить заказчикам каких-то уникальных конкурентных преимуществ. Дмитрий Лощинин, генеральный директор компании «Люксофт», выделяет еще один минус — необходимость подстраивать свои бизнес-процессы под SaaS-приложение, тогда как бизнес требует действий с точностью до наоборот.

Впрочем, когда из всех возможных вариантов приобретения ПО у компании есть только два — SaaS или ничего, то перечисленные недостатки уже не кажутся серьезными. Тезис о том, что SaaS может быть востребована от безысходности, выдвинули аналитики Springboard Research. По их данным, треть компаний, выбравших модель SaaS, сделали это из-за простоты использования и управления системой, еще 20% — из-за отсутствия расходов на сопровождение, почти столько же — благодаря возможности отдать поставщику все вопросы, связанные с поддержкой и развитием. При этом аналитики отмечают, что большой интерес к этой модели со стороны компаний SME вызван отсутствием реальной альтернативы.

ИТАР-ТАСС

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ ТЕХНОЛОГИЙ МОДЕЛИ SAAS ДОСТИГНЕТ ЗРЕЛОСТИ В ТЕЧЕНИЕ ТРЕХ-ПЯТИ ЛЕТ

SAAS К НАМ ТОЛЬКО ЗАГЛЯНУЛА В России потребность в софте как услуге значительно меньше, чем у наших западных соседей. Сейчас причина этого кроется исключительно в состоянии рынка: крупные компании и средние верхнего сегмента могут позволить себе приобрести и установить любой «коробочный» софт, кастомизировать его и даже переписать под себя вплоть до неузнаваемости. Но малые компании довольствуются самописными разработками или в принципе не автоматизируют ничего, кроме бухгалтерии. Средние компании предпочитают недорогие решения российских вендоров или ориентированные на SME решения SAP и Microsoft. «Услуга SaaS традиционно предназначена для компаний среднего и мелкого бизнеса (SMB), и востребованность на такое ПО сильно зависит от того, насколько сформировался в стране сегмент SMB»,— комментирует Елена Семеновская, руководитель исследований IDC в области программного обеспечения.

Большинство российских компаний этого сегмента действительно потенциальные арендаторы софта. Титул одного из старейших потребителей технологии SaaS носит «Аэрофлот». «Наряду с крупнейшими мировыми авиакомпаниями советский „Аэрофлот“ еще в 1989 году перешел на модель SaaS при использовании системы бронирования и продажи билетов Gabriel компании SITA, которая впоследствии была заменена на систему Sabre, на аналогичных условиях предоставления сервисов. При этом серверы и „ядро“ системы располагаются в аутсорсинговом центре обработки данных, и авиакомпания получает на выходе сервис, за который платит исходя из количества трансакций, прошедших через SaaS-систему»,— рассказывает Сергей Кирюшин, директор ИТ-департамента «Аэрофлота».

Предшественниками появления SaaS в России стали компании, купившие софт для себя и сдающие его в аренду другим. Например, РЦ «Практик», занимающийся аутсорсингом бухгалтерских услуг, перевел весь процесс обслуживания своих клиентов на ИТ-основу, а именно на систему Microsoft Dynamics NAV. Некоторым клиентам, желающим держать руку на своем финансовом пульсе, компания решила предоставить онлайновый доступ к системе. Есть и такие клиенты, которые ведут бух- →

КАК СВИДЕТЕЛЬСТВУЕТ ИССЛЕДОВАНИЕ КОМПАНИИ KPMG, БОЛЕЕ ЧЕМ В 50% СЛУЧАЕВ ПРОЕКТЫ ВНЕДРЕНИЯ SAAS ЛИБО ПРОВАЛИВАЮТСЯ, ЛИБО НЕ ОПРАВДЫВАЮТ ОЖИДАНИЙ ЗАКАЗЧИКОВ

МОДЕЛЬ SAAS
Software as a service (программное обеспечение как услуга) — модель предоставления ПО потребителю, при которой поставщик разрабатывает веб-приложение, размещает его и управляет им самостоятельно либо через третьих лиц. Доступ к ПО осуществляется с помощью интернета под персональными данными. Заказчики платят не за владение программным обеспечением, а за его использование — напрямую через web-браузер. Модель SaaS — это схема аренды программного обеспечения, которая позволяет получать преимущества коммерческой лицензии ПО и ее эксплуатации без сложностей сопровождения/администрирования и по невысокой стоимости владения.
SaaS-приложения обычно лицензируются по количеству пользователей. Многие виды программного обеспечения хорошо подходят для SaaS (например, управление клиентскими отношениями (CRM), видеоконференции, управление персоналом (HR), управление проектами и электронная почта).
НАТАЛЬЯ ЦАРЕВСКАЯ-ДЯКИНА

РИСУНОК НА ОБЛОЖКЕ: МАРИЯ РУМЯНЦЕВА