Коммерсантъ
Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ»
Пятница 30 марта 2012 №56
kommersant.ru
4 601865 000257 12113

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Консьюмеризация ИТ-отрасли идет полным ходом **18** | Мобильность сотрудников как источник проблем для бизнеса **18** | Рост доли интернет-бизнеса в российском ВВП **19** | Зачем школам электронные дневники **20** |

Сеть на вырост

экономика

Аналитики прогнозируют рост онлайновой экономики в России до 2,3 трлн рублей и увеличение ее доли в ВВП страны с 1,9% в 2010 году до 2,8% — в 2016-м. Корреспондент «Информационных технологий» выяснил, как осуществляется этот прогноз и что может ему помешать.

Уже через четыре года 70% населения России будет иметь интернет-доступ ФОТО REUTERS

Жизнь в Матрице

В марте консалтинговая компания Boston Consulting Group (BCG) опубликовала доклад, в котором проанализирована роль интернет-экономики в странах «большой двадцатки». Главным параметром, определившим позицию каждой страны в итоговом рейтинге, стала доля интернет-экономики в ВВП. Аналитики BCG подсчитали, что в 2010 году эта цифра в России составляла 1,9%, или 835 млрд рублей в денежном выражении. А к 2016 году доля онлайнового бизнеса в ВВП страны должна вырасти до 2,8% и составить 2,3 трлн рублей. Это позволит России подняться в рейтинге всего на две строчки вверх — с 18-го на 16-е место, обогнав ЮАР, Турцию и Бразилию. При этом, по мнению авторов доклада, интернет-экономика в России растет быстрее, чем в других странах «большой двадцатки»: на 18,3% в год по сравнению со средними 17,8%. Кроме того, если в 2010 году на долю развитых стран приходилось 76% интернет-экономики «большой двадцатки», то к 2016 году за ними останется уже только 66%.

Прогноз для России получается довольно радужный. Есть ли для него основания? Одним из главных драйверов онлайнового сегмента экономики страны BCG считает рост аудитории рунета: по прогнозам компании, в 2016 году доступ к глобальной сети будут иметь 100 млн жителей России. Тогда как численность населения в этом году, согласно Росстату, составит в лучшем случае 144 млн человек. Таким образом, уровень проникновения интернета к этому времени составит около 70%.

Алексей Астафьев, руководитель отдела исследований Mail.ru Group, считает важнейшим фактором развития интернет-экономики именно увеличение аудитории. Кроме того, позитивный эффект дает улучшение качества интернет-каналов: их ширина дает возможность развиваться разнообразным мультимедийным сервисам и цифровой дистрибуции контента. По мнению экспертов, объемы онлайн-бизнеса будут увеличиваться даже при небольшом росте числа пользователей. «Прогнозы по росту аудитории намного скромнее, чем по росту доли интернет-бизнеса в экономике. Это вполне объяснимо, так как, во-первых, растет активность тех десятков миллионов людей в России, которые уже пользуются интернетом. Все чаще интернет используется не только для решения чисто информационных задач, но и для совершения покупок, осуществления платежей и т. д. Интернет перестает быть виртуальной средой, интегрируясь в повседневную жизнь, в том числе экономическую. А во-вторых, интернет все больше проникает на мобильные устройства, и это тоже способствует его использованию в оффлайновых сценариях поведения, в том числе связанных с экономическим поведением»,— комментирует Андрей Себрант, директор по маркетингу сервисов «Яндекса».

Марина Трещова, генеральный директор Fast Lane Ventures, не берется судить о состоятельности прогноза BCG: «1,9% от ВВП — это огромная цифра. Для такого объема в интернет-бизнес нужно на текущий момент включать всю инфраструктурную составляющую: от производства проводов до бизнеса хостинг-провайдеров. Не зная критериев подсчета, сложно оценить адекватность результатов». Но госпожа Трещова согласна с тем, что российский интернет-рынок действительно еще долго не исчерпает свой потенциал. И это несмотря на то, что абсолютные цифры по инвестициям в рунет пока не поражают воображение. «По нашим оценкам, общий объем инвестиций в российский интернет-рынок (без учета сделок Mail.ru и Yandex) составил в 2011 году около $700 млн,— рассказывает она.— Это в десять раз меньше, чем, например, в США ($6,9 млрд). Но у них и интернет-аудитория в четыре раза больше российской. ФОМ прогнозирует 80 млн пользователей в рунете в 2014 году, так что нам точно есть куда расти».

Шопинг с экрана

Один из главных факторов, разгоняющий скорость роста онлайн-рынка — это стремление оффлайнового ритейла в сеть. Электронная коммерция растет довольно быстро: по данным исследовательского агентства Data Insight, в 2011 году российский рынок онлайн-торговли вырос на 30% и составил порядка 320 млрд рублей. По прогнозам этой же компании, в текущем году количество интернет-покупателей увеличится еще на 25%, а оборот вырастет на 22%, до 380 млрд рублей.

«По итогам 2011 года рынок e-commerce в России оценивается в 320 млрд рублей, не включая сегмента купонов и b2b, а потенциал роста на следующий год — не менее 20%, по данным DATA Insight»,— рассуждает госпожа Трещова. По ее словам, в интернете наблюдается отчетливое превышение спроса над предложением в области качественных сервисов: «Речь идет о вполне традиционных для потребителя продуктах и услугах, которые во многих случаях удобнее получать онлайн, чем оффлайн, и которые напрямую влияют на качество нашей жизни, например заказ авиабилетов, бронирование гостиниц, подбор жилья, поиск информации, покупка товаров и услуг со скидками и так далее,— поясняет она.— Взять тот же туристический сегмент, у него огромный потенциал в онлайне: рынок самостоятельного туризма увеличивается в России в два раза ежегодно, а объем продаж туристических услуг через интернет вырос за прошлый год на 8%, в то время как традиционные способы реализации оффлайн-продажи увеличились только на 1%. При этом сегмент онлайн-путешествий в России — это всего лишь 10–20% от всей электронной торговли в целом, в той же Америке онлайн-путешествия занимают такую же долю рынка, как и электронная коммерция».

Ованес Погосян, совладелец сервиса покупки авиабилетов OneTwoTrip.com, добавляет, что рынок онлайн-бронирования и покупки авиабилетов в 2010 году вырос на 80%, за 2011 год — на 40% и к сегодняшнему моменту достиг объема $4,2 млрд. «Рост происходит за счет роста потребления, инвестиций в интернет, увеличения экспорта связанных с интернетом товаров и услуг, предложений и конкуренции, повышения качества и количества аудитории, а также за счет желания потребителей экономить время и деньги, а это становится доступно за счет интернет-сервисов,— добавляет господин Погосян.— Так, например, теперь вам не надо по старинке идти в кассу, стоять в очереди, сравнивать, спрашивая у кассира, покупать и выписывать билет на самолет, вы все можете делать через интернет, и это займет не более двух-трех минут».

При этом Сергей Белоусов, старший партнер венчурного фонда Runa Capital и основатель компании Parallels, считает прогноз BCG весьма консервативным: «Думаю, что посчитать размер российского интернет-бизнеса не так просто. Значительная часть технологического сектора ориентирована на экспорт, как в русскоговорящие страны, так и на глобальном уровне. Например, только B2B-сектор электронной торговли составляет 500 млрд рублей. Реальные цифры гораздо выше». Господин Белоусов уверен, что рост будет происходить не только из-за увеличения аудитории рунета, но также потому, что все чаще пользователи расплачиваются кредитными картами и привыкают совершать безналичные платежи разными способами.

(Окончание на стр. 20)

ЭВОЛЮЦИЯ НАШЕЙ ЖИЗНИ И ТЕХНОЛОГИЙ

ЗА ПОСЛЕДНИЕ 10 ЛЕТ МНОГОЕ ИЗМЕНИЛОСЬ КАК В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ ЛЮДЕЙ, ТАК И В МЕТОДАХ ВЕДЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО БИЗНЕСА. СЕГОДНЯ ЕСТЬ ТЫСЯЧИ СПОСОБОВ РАБОТАТЬ БЫСТРЕЕ И ЭФФЕКТИВНЕЕ БЛАГОДАРЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЮ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ОДНАКО НЕКОТОРЫЕ ЛЮДИ ПО-ПРЕЖНЕМУ ПРЕДПОЧИТАЮТ ИСПОЛЬЗОВАТЬ УСТАРЕВШИЕ И МЕНЕЕ ЭФФЕКТИВНЫЕ ВЕЩИ.

реклама

ЭВОЛЮЦИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ЗА ПОСЛЕДНИЕ ДЕСЯТИЛЕТИЯ

информационные технологии

Ночной кошмар айтишника

тренды

Согласно февральскому опросу компании Trend Micro, проведенному среди топ-менеджеров из США, Великобритании и Германии, сегодня 78% компаний разрешают сотрудникам использовать свои личные мобильные устройства в рабочих целях. Эта практика влечет за собой определенные риски, например угрозу корпоративной безопасности.

АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

Взгляд в будущее

Исследовательское агентство Forrester опросило более 3,3 тыс. представителей компаний, принимающих решения по поводу использования информационных технологий в их бизнесе. Результаты были оглашены в январе. Выяснилось, что 21% сотрудников ИТ-департаментов используют один или более продуктов Apple для работы. Некоторые приносят в офис личные устройства и конфигурируют их, для того чтобы можно было использовать их для работы, причем формально ИТ-департамент может не приветствовать такую практику. Кроме того, исследователи Forrester задали вопрос более чем 10 тыс. ИТ-специалистов в 17 странах о том, какие продукты они используют для выполнения работы в офисе или дома (в расчет брали только те ситуации, когда компьютер или «умное» устройство использовались более одного часа каждый день в рабочих целях). Оказалось, что устройства Apple используют 27% менеджеров и 41% директоров. Именно такие люди являются главными драйверами ИТ-консьюмеризации. Желания этих сотрудников имеют большой вес в глазах ИТ-департамента, объясняет Фрэнк Джиллет, аналитик Forrester Research: «Некто влиятельный айтишнику говорит: „Эй, я хочу получать почту на мой iPad“, и по каким-то причинам ИТ-специалисту сложно сказать ему нет».

По словам Чезаре Гарлати, ведущего эксперта направления консьюмеризации и мобильной безопасности в компании Trend Micro, процесс консьюмеризации в целом и в сфере корпоративной мобильности в частности часто меняет в организациях роль информационных технологий. ИТ-департамент в таком случае превращается из поставщика решений в брокера, то есть вынужден поддерживать все большее число сервисов, приложений и технологий, которые предоставляются третьей стороной часто практически бесконтрольно.

Необратимость

Так или иначе, сегодня явление BYOD (Bring Your Own Device) уже поставило массу новых задач перед ИТ-специалистами. В основном это касается, конечно, развитых стран Западной Европы и США. Но многие российские ИТ-работники уже начинают тестировать системы MDM (Mobile Device Management) и средства защиты от угроз, число которых растет с распространением практики использования личных устройств и сервисов, не предназначенных для корпоративных пользователей.

Рустэм Хайретдинов, заместитель генерального директора компании InfoWatch, рассказывает, что в целом ситуация с развитием корпоративной мобильности близка к неконтролируемой. «Еще пять лет назад мобильность основывалась на хорошо защищенных платформах Blackberry. Такой подход не нашел понимания в некоторых государствах, запретивших ее использование на своей территории. С появлением же многочисленных бытовых устройств (планшетов, смартфонов) компании поставили удобство их использования выше защищенности. В результате на хакерских конференциях стал популярным аттракцион „приходи со своим планшетом, подключись к нашему Wi-Fi и посмотри на свою корпоративную почту в нашей презентации“,— рассказывает он.— В России этот тренд отягчается своеобразной бизнес-модой, идущей сверху, буквально от президента. Год-два назад планшеты считались лучшим подарком топ-менеджеру, поэтому сейчас в стране десятки тысяч устройств подключены к корпоративным и государственным информационным системам, вопреки всем принципам безопасности. Часто эти устройства принадлежат не компании, а конкретному человеку, что затрудняет их администрирование. В результате такое понятие, как «периметр информационной системы», практически стало неопределяемым: доступ к информации любой степени конфиденциальности может осуществляться из любой точки мира с незащищенного устройства».

Однако бороться с прогрессом бессмысленно, поэтому начали появляться первые попытки систематизировать хаотическую мобилизацию. Большинство производителей корпоративных платформ по просьбам пользователей адаптируют интерфейсы к экранам мобильных устройств, дают возможность хоть какой-то аутентификации пользователя мобильного устройства. Производители средств информационной безопасности также не могут игнорировать эту тенденцию и выпускают мобильные версии таких систем.

«Этот рынок еще не оформился, продукты, присутствующие на нем, пока малофункциональны и негибки, поскольку такие функции противоречат идеям мобильности информации, заложенным пионерами персональной мобилизации,— добавляет господин Хайретдинов.— Поэтому вход на этот рынок как старым игрокам рынка информационной безопасности, так и совершенно новым компаниям не закрыт. Спрос на защищенные мобильные системы растет по мере того, как из-за мобильного доступа компании теряют данные». Представитель InfoWatch уверен, что в скором времени количество инцидентов, ставших следствием нарушения информационной безопасности при пользовании мобильными устройствами, достигнет такого уровня, что большинство производителей консьюмерских мобильных платформ сделают отдельную защищенную корпоративную платформу, обеспечивающую такие требования и дающую возможность установки средств защиты. «В этом направлении всегда двигалась RIM (Blackberry), такие решения есть и у Microsoft, в скором времени подтянутся и Apple, и Google. Все-таки корпоративные пользователи мобильных устройств — достаточная сила, чтобы диктовать свои требования рынку»,— добавляет он.

В наших широтах

По мнению Петра Лилеева, руководителя практики мобильных решений компании «Астерос Консалтинг», российские компании отстают от западных по уровню использования мобильных решений в бизнесе лет на пять. «То, что у нас считается передовыми технологиями, в развитых странах работает уже годами. Исключение — ритейл и складская логистика, где уже несколько лет активно применяются мобильные устройства. Однако российский бизнес быстро перенимает опыт и при этом имеет возможность учиться на чужих ошибках»,— говорит он.

Господин Лилеев уверен, что отечественный рынок корпоративной мобильности находится на подъеме. При этом, по его словам, почти каждый третий запрос на мобилизацию бизнеса звучит примерно так: «Мы купили 100 планшетов iPad, что нам с ними делать?» Четкое видение и системное понимание того, как и зачем встраивать мобильные решения в информационную среду компании, часто отсутствует. Поэтому сама идея мобильных решений порой вызывает скепсис — их называют игрушками, не имеющими отношения к бизнесу.

Осенью прошлого года Центр корпоративной мобильности «АйТи» опубликовал результаты исследования российского рынка корпоративной мобильности. Результаты опроса более 150 ИТ- и бизнес-руководителей продемонстрировали, что качественное повышение удобства использования мобильных устройств, изменение типичных форм-факторов, а также существенно расширенное пользовательское пространство для работы с информацией на планшетах трансформировали естественную потребность в реализации мобильного доступа к деловой информации и корпоративным системам в реальные запросы бизнес-пользователей.

Сергей Орлик, директор Центра корпоративной мобильности компании «АйТи», считает, что российский рынок корпоративной мобильности серьезно отстает от рынков развитых стран. «Запаздывание проявляется в недооценке масштабов консьюмеризации — степени и скорости распространения мобильных устройств и связанных с ними ожиданий сотрудников компаний и организаций, остающихся обычными потребителями даже тогда, когда они выполняют свою работу,— говорит господин Орлик.— Следствие такой недооценки — запаздывание в технологическом развитии всех уровней ИТ-ландшафта, в массе своей неготового сегодня к поддержке мобильного доступа к деловой информации и прикладным системам. Такое запаздывание увеличивает риски, связанные с лояльностью сотрудников, обеспечением информационной безопасности, получением конкурентных преимуществ и многими другими аспектами деятельности организаций».

Игорь Никулин, директор департамента информационных технологий компании КРОК, уверен, что мобильный доступ к корпоративным системам предприятия для многих сотрудников является сегодня реальной бизнес-потребностью. Она может быть обусловлена как характером выполняемых сотрудниками задач, так и спецификой деятельности компании, в которой они работают. Причем ноутбуки, смартфоны и планшеты в деловых целях используют уже не только владельцы бизнеса и топ-менеджеры. В категорию так называемых мобильных профессионалов входят специалисты, которые большую часть времени работают вне офиса и при этом нуждаются в удаленном полнофункциональном и безопасном доступе к корпоративным ресурсам. Прежде всего это руководители подразделений, специалисты маркетинга, отделов продаж и ИТ-департаментов. Благодаря специализированному программному обеспечению, которое устанавливается на мобильные устройства, можно удаленно работать с почтой, календарем, корпоративным порталом, документами и даже бизнес-процессами в системе Business Performance Management. Все это позволяет решать рабочие вопросы в любое время, находясь в любом месте, где есть мобильная связь.

По мнению господина Никулина, дополнительным стимулом к использованию в работе гаджетов является для сотрудников их активность в социальных сетях (Facebook, LinkedIn, Twitter), обусловленная профессиональными интересами. Социальные сети в работе используют в основном сотрудники маркетинговых и HR-отделов.

Стратегическая мобилизация

Заинтересованность в корпоративных клиентах появилась и у Apple. В январе нынешнего года в магазине приложений вендора появился B2B-раздел. Уже сегодня в нем собрано большое количество полезных приложений для бизнеса как собственной разработки Apple, так и других компаний. Вслед за «Астеросом» и КРОК получила статус авторизованного реселлера Apple. Есть надежда, что ассортимент решений, адаптированных к российской действительности, увеличится. «С помощью мобильных решений можно выполнять разные задачи — от уровня их сложности во многом зависит спрос на такое ПО. Например, мобильный доступ к корпоративной почте есть во многих организациях различных отраслей. А вот решения, позволяющие мобильно работать со специализированными корпоративными системами, менее распространены, хотя интерес к ним высок. Сейчас заказчики пробуют разные решения, выбирают наиболее подходящие исходя из задач, которые перед ними стоят. Например, для крупной государственной структуры мы настроили интеграцию iPad с системой электронного документооборота. Но для того чтобы подобные внедрения стали массовыми, требуется определенная зрелость рынка, для этого нужно время»,— поясняет господин Никулин.

Создала для направления корпоративной мобильности отдельное подразделение и группа компаний «АйТи». «Центр корпоративной мобильности „АйТи“ является первым в России выделенным центром экспертизы в данной области, подходящим к решению соответствующих задач системно, на всех уровнях деятельности ИТ- и бизнес-пользователей, а не на уровне одного или двух узких решений или конкретных продуктов,— рассказывает его руководитель господин Орлик.— Поэтому когда речь идет о долгосрочных многоплановых программах „мобилизации бизнеса“, мы пока не чувствуем конкуренции. В то же время многие организации начинают разрабатывать тему мобильности поспешно, иногда руководствуясь сиюминутной потребностью оснащения планшета руководителя системой документооборота, бизнес-аналитикой и т. п. Здесь мы, конечно, конкурируем с другими системными интеграторами, в первую очередь с тем или иным заказчиком, предлагая выбор практически по всему спектру мобильных решений: от инфраструктуры до стратегического планирования мобилизации бизнеса, не столкнуться с конкуренцией было бы сложно». Господин Орлик считает, что новые игроки могут прийти на рынок, скорее всего, со стороны крупных системных интеграторов, которые хорошо понимают структуру и законы развития корпоративных ИТ.

Светлана Рагимова

НАДЕЖНОСТЬ

Надежность – это спокойствие и уверенность, гарантия качества при любых условиях

Информационная система – это ключевой элемент для управления предприятием. Компания АйТи – это надежный, стабильный партнер, стремящийся реализовывать ИТ-решения, обеспечивающие безотказную поддержку бизнеса.

АйТи

Москва, ул. Ленинская Слобода, д. 19, стр. 6
+7 (495) 974-7979 | 974-7980 | e-mail: info@it.ru | www.it.ru
20 региональных офисов в России

КОНСАЛТИНГ | БИЗНЕС-ПРИЛОЖЕНИЯ | ИТ-СЕРВИСЫ | ИНФРАСТРУКТУРА ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Реклама

«В России BYOD гораздо активнее практикуется среди мобильных устройств, чем ноутбуков»

практика

«Лаборатория Касперского» — одна из немногих российских компаний, предлагающая решения в области корпоративной мобильности, а в ближайшем времени планирующая еще и выпуск собственной системы для управления корпоративными мобильными устройствами (Mobile Device Management). Корреспондент «Информационных технологий» СВЕТЛАНА РАГИМОВА встретилась с руководителем отдела маркетинговых исследований АЛЕКСАНДРОМ ЕРОФЕЕВЫМ и узнала, насколько активно российские компании практикуют использование личных устройств сотрудниками в рабочих целях.

— Насколько, по-вашему, силен тренд BYOD в российских компаниях? Какие отличия в этом плане между западными и российскими корпоративными клиентами?

— В связи с рядом причин в России давно сформировались многолетние традиции использования личных устройств в работе. Во-первых, до недавнего времени российские операторы мобильной связи не продавали тарифные планы вместе с устройствами. Вследствие этого многие компании не предоставляли сотрудникам корпоративные телефоны либо вводили строгую политику и ограничения, например предоставляя возможность выбрать любое устройство, но только в заданной ценовой категории. Во-вторых, очень долго на российском рынке не было Blackberry, который, по сути, и сформировал политику единого мобильного устройства для многих компаний в Западной Европе и США. Поэтому до сих пор без острой необходимости компании предпочитают не закупать мобильные устройства, ведь это делают сами сотрудники.

Однако в последнее время ситуация меняется. Отчасти это связано с началом продаж операторами устройств вместе с тарифными планами. Но главное, компании начинают понимать, что иметь целый зоопарк мобильных устройств, особенно смартфонов, на которых установлена корпоративная почта и хранятся важные данные, небезопасно. Поэтому количество организаций, систематизирующих и унифицирующих свои мобильные устройства, растет.

Если же говорить о компьютерах, то здесь ситуация обратная. Их-то компании как раз традиционно выдавали сотрудникам и очень долго пресекали попытки использовать в работе собственное устройство. На Западе до определенного времени складывалась та же ситуация, но там раньше произошла индивидуализация работы сотрудников. Например, работники многих компаний могут работать вне офиса, там по-другому устроен рабочий день. В результате люди обладают более высокой мобильностью, это подталкивает их к покупке собственных устройств. В России мы видим некоторый перекос: гораздо больше BYOD практикуется среди мобильных устройств, чем в сегменте ноутбуков и тем более настольных ПК.

— Можно ли назвать увеличение уровня мобильности проблемой для бизнеса? Как этот тренд влияет на работу ИТ-подразделений?

— При правильной организации рост мобильности может стать серьезным фактором повышения эффективности бизнеса. В таких случаях резко меняется уровень взаимодействия сотрудников, появляется возможность управлять командой, не находясь в одном помещении. Еще один плюс — качественно другой уровень доступности сотрудников, что особенно важно для сервисных и торговых подразделений, где человек должен быть доступен, как правило, в режиме 24x7. Сотрудники получают возможность работы за пределами офиса и могут выполнять свои служебные обязанности, не будучи привязанными к конкретному рабочему месту. Таким образом, людям гораздо легче управлять своим временем и выстраивать рабочий график. При хорошей организации работы это может стать стимулирующим фактором для людей и быть более эффективно, чем стандартный режим с 9:00 до 18:00. Конечно, для ИТ-подразделения все это создает дополнительные трудности. Во-первых, увеличивается количество устройств и технологий, которые необходимо поддерживать. Во-вторых, сотрудники находятся не в одном помещении и любая техническая поддержка усложняется. В этой ситуации для ИТ-подразделений очень важно своевременное внедрение системы Mobile Device Management (MDM).

— И какие решения в этой области предлагаете вы?

— Ситуация складывается так, что программы для защиты востребованы в основном как дополнение к системам MDM. Здесь можно идти двумя путями: пытаться продавать свои решения поставщикам пакетов MDM или через них либо самому стать производителем таких систем. В «Лаборатории Касперского» есть определенные планы по выпуску собственной MDM-системы, разработка которой уже активно ведется. Так что мы решили выбрать второй путь. В новую систему будет интегрирован уже существующий корпоративный продукт Kaspersky End Point Security for Smartphones для защиты конечных устройств.

— А насколько вообще большой рынок таких систем?

— Пока этот рынок невелик, но он растет. Сегодня интерес к ним проявляют, как правило, два типа компаний — либо очень продвинутые, либо те, у кого очень высокие требования к безопасности. И, конечно, компании, которые понимают позитивную роль мобильности с точки зрения эффективности бизнеса.

информационные технологии

Год возврата

прогнозы

В прошлом году оборот российского ИТ-рынка вернулся на докризисный уровень, показав рост около 20% по сравнению с 2010 годом. Прогнозы на этот год — умеренно оптимистичные. Эксперты говорят о новых трендах, вовремя заметив которые можно не просто остаться на коне, но и поймать удачу за хвост.

Назад в будущее

Экономические трудности стран Европы и проблемы финансовой системы США в начале 2011 года заставили российский ИТ-рынок ожидать ухудшения ситуации и готовиться к свертыванию ИТ-бюджетов. «Такой настрой был закономерен: из опыта 2008 года мы вынесли, что кризис на глобальных финансовых рынках быстро сказывается на российской экономике и первое, что сокращают российские компании,— это расходы на сервисные подразделения, к которым относится ИТ-поддержка бизнеса»,— говорит Сергей Корнеев, управляющий директор системного интегратора «Техносерв». Однако экономическая ситуация в стране сохранила стабильность. А прошлый кризис показал клиентам, что успешнее всего его преодолели предприятия, не урезавшие ИТ-бюджеты, а, наоборот, сделавшие ИТ драйвером своего развития.

Индустрия информационных технологий восстанавливается по всему миру. Исследование IDC показывает, что наибольший рост по-прежнему демонстрируют страны БРИК (Бразилия, Россия, Индия, Китай). Комментирует старший аналитик IDC Исмаил Белов: «Российский ИТ-рынок достиг своего рекордного значения и преодолел последствия мирового финансового кризиса. Объем рынка превысил $30 млрд. Для сравнения: в 2008 году, когда рынок достиг своего предкризисного максимума, его размер составлял около $25 млрд».

«Я вижу несколько драйверов такого роста,— объясняет Тагир Яппаров, генеральный директор компании „АйТи“.— Во-первых, за три кризисных года сложился значительный отложенный спрос на обновление существующих корпоративных ИТ. В 2011 году наконец-то стартовали отложенные ранее проекты, заказчики приступили к модернизации отслужившего свой срок оборудования, начали или возобновили внедрение новых информационных систем. Во-вторых, корпоративный сегмент ИТ-рынка начал активно присматриваться к таким новым решениям и технологиям, как „облачные“ системы, корпоративная мобильность и проч., а где-то продуктивно их использовать. Все это привело к взрывному росту в целом ряде сегментов рынка. В-третьих, развитие ИТ как в корпоративном, так и в потребительском сегментах активно подстегивает мобильная революция — появление планшетов и смартфонов нового поколения, которые становятся альтернативным традиционным компьютерам средством доступа к информационным системам». Это приводит, например, к активному росту сегмента решений для обслуживания мобильных клиентов, таких как мобильный банкинг, публичные «облачные» сервисы, электронные госуслуги и др.

По мнению Андрея Черемных, президента группы «Астерос», особенно успешным прошлый год был для сегмента ИТ-услуг: «По нашим оценкам, его рост по сравнению с 2010 годом составил порядка 20% и его объем превысил $5 млрд. Итог: в денежном эквиваленте ИТ-услуги восстановились до докризисного уровня. Значительную часть потребления в этом сегменте образуют государственные заказчики».

Директор по развитию бизнеса компании ФОРС Николай Зезюлинский отмечает, что в предыдущие два-три года бюджеты на автоматизацию у большинства заказчиков стремительно сокращались и проекты сворачивались, зато сейчас наблюдается существенное оживление рынка ИТ-услуг и рост спроса на новые сервисы — «облачные» технологии или SaaS-решения. «На наш взгляд, можно говорить о росте рынка на уровне 20–25%, что объясняется улучшением экономической ситуации, возобновлением ряда ранее замороженных проектов и общей политикой государства, направленной на поддержку проектов по информатизации»,— добавляет он.

Также эксперты отмечают повышение интереса к комплексным инфраструктурным проектам, нацеленным на создание комфортных условий для жизни в городах. Сюда можно отнести проекты создания интеллектуальных транспортных систем, комплексных систем обеспечения безопасности и быстрого реагирования на чрезвычайные ситуации, автоматизации ЖКХ и пр. Георгий Генс, президент группы компаний ЛАНИТ, добавляет: «Наконец-то информационные технологии стали достаточно активно проникать в государственное управление. В уходящем году было много сделано для реализации программы „Информационное общество“. Электронное правительство заработало на федеральном уровне. Продолжил работу портал государственных услуг. Был запущен портал государственных и муниципальных закупок, и мы очень гордимся тем, что именно специалисты ЛАНИТ разработали программное обеспечение для этого сложнейшего крупномасштабного проекта».

Ни для кого не секрет, что, как и в прошлые годы, госсектор остается для ИТ-компаний главным заказчиком и локомотивом развития отрасли в целом. «Представляется, что эта тенденция будет только усиливаться вместе с усилением роли государства»,— говорит господин Зезюлинский. С ним соглашается Андрей Черемных: «Если говорить о рынке клиентов, то государство сохранит свою заметную роль в качестве заказчика. Связано это и с новым витком интереса к информатизации государственных услуг. Кроме того, именно госсектор инициирует масштабные проекты развития инфраструктуры в нашей стране, такие как олимпийский Сочи. Подобные проекты влекут за собой развитие рынка ИТ в целом, так как они состоят из целого комплекса задач и по части построения инженерных систем, интеграции, безопасности и других проектов».

По словам Тагира Яппарова, в 2011 году наконец стартовали проекты, отложенные из-за кризиса ФОТО СВЕТЛАНЫ ПРИВАЛОВОЙ

Железная экономика

Помимо зависимости от государственных заказчиков у российского ИТ-рынка есть и другие уязвимые места. Господин Белов напоминает: «Российский рынок ИТ менее развит, чем европейский и американский, поэтому и модель его развития отличается от западной. В структуре российского рынка ИТ безоговорочно доминирует оборудование, его доля в общем объеме российского рынка составила 70% (ПО — 11%, ИТ-услуги — 18%), тогда как для более развитых рынков характерна обратная пропорция».

Прошлый год навсегда войдет в историю как год начала практического применения «облаков» в России. Николай Прянишников, глава российского офиса Microsoft, рассказывает: «Эта тема давно обсуждается, но, на мой взгляд, 2011 год можно назвать годом „облака“ в нашей стране. Я бы сказал, что фаза дискуссий прошла и началась фаза бизнеса». «Ростелеком» создает национальную «облачную» платформу. На рынке появляется все больше «облачных» сервисов, все больше заказчиков начинают пробовать технологию для своих бизнес-задач. Серьезный рост показали проекты по построению частных «облаков». Александр Микоян, генеральный директор HP в России, добавляет: «Согласно аналитическим исследованиям, руководители как коммерческих организаций, так и госучреждений признали основной моделью работы предприятия гибридную модель доставки услуг. Они считают, что к 2015 году 18% ИТ-услуг будут доставляться через общее „облако“ и 28% — через частное. Все остальные услуги будут предоставляться традиционными способами — силами самого предприятия, посредствам аутсорсинга либо при помощи комбинации этих моделей. HP была первой компанией, предложившей гибридную модель предоставления услуг на рынке».

ТЕНДЕНЦИЯ

Если рассматривать рынок оборудования, то стоит отметить тенденцию к снижению интереса к серверам отличной от x86-платформы: согласно нашим прогнозам, в 2012 году спрос на такие сервера снизится на 15%. Серверы на x86-платформе имеют тенденцию к росту: по результатам 2011 года этот рынок составил примерно $850 млн, и в 2012 году ожидается рост в размере 16%. Происходит «миграция» в сторону серверов x86, спрос будет увеличиваться как на сложные, так и на бюджетные системы. Рынок систем хранения данных уверенно растет: в 2011 году он составил $470 млн, а расходы потребителей увеличились на 50%. В 2012 году мы ожидаем более умеренное развитие: рынок систем хранения данных увеличится примерно на 20%. Стоит также отметить, что происходит стирание грани между серверами и системами хранения данных. Продажи RISC-оборудования продемонстрировали хорошие темпы роста при общем относительно небольшом количестве.

На рынке ИТ-услуг существует тенденция повышения интереса к виртуализации и «облачным» вычислениям — размеры рынка вычислений пока незначительны, но темпы роста в пять раз превышают рост рынка ИТ-услуг.

В сегменте домашних пользователей происходит переориентация рынка на ультрапортативные ноутбуки, планшеты и электронные книги. Самую весомую часть рынка ПК по-прежнему составляют ноутбуки, и в 2012 году эта тенденция не изменится. Казалось бы, с ростом числа планшетников и других ультрамобильных устройств с относительно большим экраном места для электронных книг не должно оставаться. Однако рынок eBooks также растет — по всей видимости, существует рыночный заказ на узкоспециализированные портативные устройства. **Исмаил Белов,** старший аналитик IDC

Из глобальных тенденций вендоры отмечают рост потоков и объемов неструктурированной информации, которой нужно управлять и эффективно обрабатывать. Господин Микоян ссылается на аналитические исследования, которые говорят, что в ближайшее десятилетие будет создано около 50 трлн ГБ информации: 25 млн приложений, 31 млрд мобильных устройств. «Это направление, которое сегодня принято называть Big Data, имеет большой потенциал развития, так как меняется подход к работе с информацией»,— отмечает глава российского офиса HP. Кирилл Корнильев, генеральный директор IBM в России и СНГ добавляет, что этот тренд появился сравнительно недавно, но уже влияет на развитие всего спектра ИТ-решений. «Как бизнес-компании, так и госсектор столкнулись с задачами, связанными с хранением и обработкой больших объемов разнородных данных и аналитикой в режиме реального времени. Поскольку спрос на решение подобных задач назрел, в ближайшее время можно ожидать высокого роста этого сегмента»,— говорит господин Корнильев.

Улыбаемся и машем

Прогнозы аналитики и участники рынка дают хотя и с осторожностью, но вполне оптимистичные. «Если в 2012 году не произойдет никаких глобальных потрясений, то мы прогнозируем умеренный рост, не выходящий за рамки успешного 2011-го,— рассказывает господин Белов.— На фоне поствыборных усилий правительства по стабилизации обстановки в стране возрастет уверенность потребителей, это положительно повлияет как на экономическую ситуацию в целом, так и на покупательскую способность населения. Свободные средства будут активно инвестироваться, что поспособствует выходу на рынок ожидаемых новинок в массовом и корпоративном сегментах. Также возможно появление на рынке новых игроков».

В рамках корпоративного рынка IDC видит повышение доверия к аутсорсингу со стороны российских заказчиков. На потребительском рынке, по мнению аналитиков, будет продолжаться рост популярности ультрапортативных ноутбуков и планшетов, увеличится доля смартфонов по сравнению с обычными телефонами. «Массового внедрения планшетов в бизнес-среду пока не ожидается, но возможны единичные примеры внедрения, в том числе с использованием собственного оборудования сотрудников»,— добавляет господин Белов.

Андрей Черемных говорит, что в случае позитивного сценария по итогам 2012 года рынок ИТ-услуг выйдет на уровень $6,1 млрд, увеличившись на 25%. «По нашим ожиданиям, сегмент системной интеграции и ИТ-консалтинга покажет уверенный рост около 23%,— рассказывает он.— Сектор внедрения бизнес-приложений прибавит почти на 17%. Рост будет происходить в основном за счет внедрения корпоративного ПО, направленного на поддержку отдельных блоков — бизнес-аналитика, логистика и пр.— или сугубо отраслевых бизнес-процессов, как, скажем, биллинг в энергетике. При этом на пике роста останется безопасность, направление мобильности в разных видах». Глава «Астероса» считает, что ИТ-аутсорсинг покажет наиболее скромный рост. «Все дело в том, что аналитики и эксперты пророчат ИТ-аутсорсингу радужные перспективы из-за развития „облаков“. Однако в нашей стране в основном развиваются частные „облака“, которые не относятся к аутсорсингу. Это, во-первых. А во-вторых, во всем мире потребителем ИТ-аутсорсинга, и в частности „облаков“, в большей массе являются предприятия SMB. В России же вклад малого и среднего предпринимательства в ВВП около 20%. Поэтому маловероятно, что интерес малого и среднего бизнеса взорвет российский ИТ-аутсорсинг»,— комментирует Андрей Черемных.

По словам Сергея Корнеева, главными заказчиками по отраслям будут оставаться телекомы, ТЭК, банки, ритейл: «В телекомах ИТ-проекты будут направлены на повышение EBITDA, внедрение систем, позволяющих контролировать неудержимый рост трафика в сетях — первый этап как раз такого проекта по трафик-менеджменту мы завершили в МТС. Также акцент будет сделан на внедрение систем с дополнительными уникальными сервисами для абонентов, что позволяет решить ключевую задачу операторов — оставить доходы абонентов у себя, не отдавая их контент-компаниям, таким как, например, „Яндекс“». Также он предполагает, что интересным трендом 2012 года станут проекты в промышленности и энергетике, основанные на автоматизации ключевых технологических процессов, а также по созданию новых и реконструкции существующих мощностей. «Кроме того, значительное количество российских заказчиков „Техносерва“ (как госведомства, так и коммерческие структуры) ставят перед нами задачу контроля работы инфраструктуры в разрезе качества оказываемых услуг (SQM — Service Quality Management). Как правило, речь идет о качестве ИТ-услуг»,— добавляет господин Корнеев.

Светлана Рагимова

Microsoft

РАССЧИТАНО НА БУДУЩЕЕ,
РАБОТАЕТ СЕЙЧАС

Частное облако от Microsoft

Узнайте подробнее на **Microsoft.ru/readynow.**

Windows Server | Microsoft System Center

2012 MICROSOFT CORPORATION. ВСЕ ПРАВА ЗАЩИЩЕНЫ. ВЛАДЕЛЬЦЕМ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ MICROSOFT, PRIVATE CLOUD, WINDOWS SERVER, SYSTEM CENTER, 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.

информационные технологии

Учебная тревога

будущее

С 1 сентября в рамках реализации нового образовательного стандарта в московских школах начнется использование электронных дневников. Однако готовы ли к образовательным ИТ-инновациям родители и сами преподаватели?

Московские школьники предпочитают электронные учебники бумажным ФОТО ИТАР-ТАСС

Под колпаком

Впервые речь о введении электронных дневников зашла в 2008 году — с такой инициативой выступил Дмитрий Медведев. Президент РФ отметил, что данная мера будет способствовать повышению электронной грамотности у тех педагогов, которые до сих пор «боятся компьютеров». Действительно, главные опасения в связи с этой инициативой у экспертов вызывает именно грамотность преподавателей. «На рынке представлено довольно много различных решений для ведения электронных дневников успеваемости. Но главный вопрос состоит в том, кто будет заниматься обучением педагогов, для того чтобы они могли в полной мере использовать такие решения»,— говорит генеральный директор «Пингвин Софтвер» Дмитрий Комиссаров. В данном случае инструктажем не обойтись, нужно действительно обучать педагогов.

Екатерина Панкратова, коммерческий директор компании COMDI, комментирует: «Такой переход действительно нужен. Сегодня в школах учатся дети, которые родились и сформировались как личности в мире, где их со всех сторон окружают гаджеты и цифровые технологии. Другого мира они и не видели, для них компьютеры, коммуникации и интернет — это первичная реальность, то есть норма и естественная среда обитания. Им не понятно как раз то, почему обычные дневники и журналы выбиваются из общего ряда при всех их очевидных недостатках».

Госпожа Панкратова считает, что с обучением преподавателей особых проблем нет: «Если школам предлагают действительно удобный и полезный инструмент, учителя его активно изучают и начинают использовать, даже если он для них совсем непривычен. Они охотно становятся учениками, старательно и быстро учатся. Я это точно знаю, так как мы постоянно общаемся и работаем с множеством школ в Москве и в регионах России — и напрямую, и через партнеров». В частности, главный на сегодня сервис ведения электронных дневников Dnevnik.ru проводит вебинары на платформе COMDI и обучает преподавателей заполнению дневников. К слову, сам «Дневник.ру» — частная компания, основанная в 2007 году предпринимателем Гавриилом Леви. В прошлом году в проект вложился фонд Prostor Capital, одним из соинвесторов которого является Леонид Рейман, бывший министр связи РФ. К порталу уже подключено, судя по данным, указанным на сайте, более 17 тыс. школ, более 2 млн учеников, около 1 млн родителей и 300 тыс. учителей.

Существует ряд альтернативных школьных порталов, работающих с учителями. Правда, качество исполнения таких сервисов оставляет желать лучшего. «В школе нашего сына вводят электронный дневник,— делится впечатлениями блогер Maxmyd.— Скорее всего, это домашняя разработка Московского центра качества образования. За сам факт реализации потребности им честь и хвала, но я воздержусь от качественной оценки результата. Ему вторит другой пользователь: «Во-первых, это все очень трудоемко (заполнить оценки пары сотен учеников, заполнить планы на следующий день и т. п.) плюс еще и обычный бумажный журнал нужно заполнять. Во-вторых, в плане юзабилити это ужас. Даже я, привыкший к разного рода интерфейсам, периодически зависал, чтобы обнаружить какую-нибудь необходимую функцию».

Электронная неопределенность

Впервые о планах внедрения в школах электронного учебника Plastic Logic было объявлено в конце лета 2011 года. Тогда же глава корпорации «Роснано» Анатолий Чубайс продемонстрировал устройство Владимиру Путину — и был осмеян интернет-пользователями за то, что отрекомендовал ридер для чтения электронных книг как полноценный планшетный компьютер. Тем не менее уже в сентябре текущего года компания должна завершить апробацию устройства в реальных школах. Борис Галкин, PR-менеджер компании Plastic Logic, рассказывает, что в рамках проходящего в ряде российских регионов тестирования компания предоставила школам около 1 тыс. этих устройств. С этими школами сейчас ведется активная работа. Учителей обучают работе с электронными учебниками, методисты посещают открытые уроки, анализируют, как проходит учебный процесс, какие функции и для каких целей используются сейчас и какие дополнительные функции учителя и школьники хотели бы видеть в следующей версии устройства. В регионах—участниках апробации налажена работа по гарантийному обслуживанию ридеров. «Мы видим позитивную реакцию всех участников проекта на переход с бумажных на электронные учебники. Во-первых, портфель школьников стал существенно легче: Plastic Logic 100 содержит весь комплект школьных учебников. Во-вторых, благодаря большому дисплею (10,7 дюйма) нет необходимости перестраиваться под другой формат: дисплей позволяет отображать полный размер привычных бумажных книг. В-третьих, технология электронных чернил комфортна для зрения и не дает дополнительной нагрузки на глаза, в отличие от постоянной подсветки ЖК-дисплеев. Ну и наконец, за счет пластикового дисплея учебник является ударостойким, что особенно важно при интенсивном использовании учащимися»,— заключает господин Галкин.

Так, например, гимназия №248 Кировского района Санкт-Петербурга получила для апробации устройства Plastic Logic 100. Работа с ридерами началась в ноябре 2011 года. Инна Александрова, заместитель директора гимназии, рассказывает, что на первом этапе была проведена работа, связанная с изучением технических особенностей и дидактического потенциала электронных учебников, возможностей применения на разных этапах урока и во внеурочной деятельности. «Нам предложили участие в этом проекте, и мы согласились. В конце октября прошлого года в гимназию поступило 83 электронных учебника. Детей у нас учится меньше — 47 человек в шестых классах, поэтому хватило всем, в том числе учителям, работающим в этих классах. С родителями каждого ученика мы заключили договор о безвозмездном использовании устройств, никто из них не отказался от участия в эксперименте. В целом отзывы учеников и учителей положительные. Только три школьника из числа опрошенных сказали, что им больше нравятся бумажные учебники»,— рассказывает госпожа Александрова.

Как будет развиваться проект по переходу школьного образования на электронные учебники, во многом зависит от позиции властей федерального и регионального уровней. «Со своей стороны мы готовы к продолжению внедрения электронных учебников в систему школьного образования и активно работаем над тем, чтобы новое поколение устройств Plastic Logic еще лучше отвечало потребностям школьников и учителей»,— говорит Борис Галкин.

Напомним, что глава «Роснано» назвал и стоимость устройства — 12 тыс. рублей, но обещал, что она снизится после запуска производства ридеров: завод строится в Зеленограде, строительство должно завершиться в 2013–2014 годах. «Роснано» уже инвестировало в компанию Plastic Logic $700 млн, однако еще неизвестно, одобрит ли Минобразования идею оснащения школ этими устройствами.

Евгения Гусева

Сеть на вырост

экономика

(Окончание. Начало на стр. 17)

«Другой источник роста — бурное развитие технологической экосистемы: новые инвесторы, приход в интернет государственных учреждений, появление новых стартапов, развитие образования и науки»,— добавляет Сергей Белоусов. Он перечисляет множество различных векторов роста: B2C- и B2B-сегменты электронной коммерции, интернет-реклама, мобильные приложения и онлайн-игры, социальные медиа и связанные с ним бизнесы, а также развитие «облачных» вычислений и «облачных» приложений для малого бизнеса.

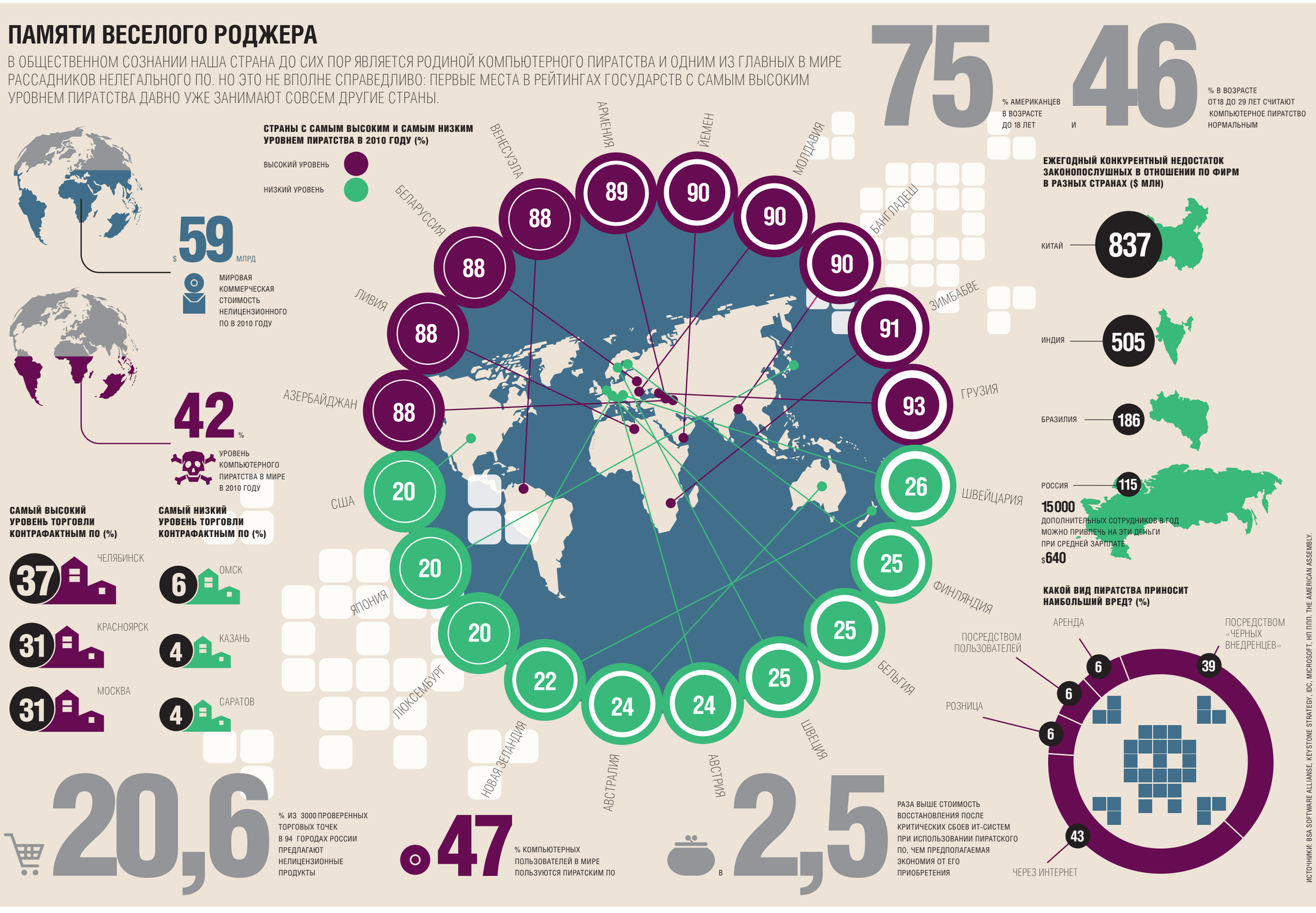
Реклама без паузы

В начале года комиссия экспертов Ассоциации коммуникационных агентств России подвела итоги развития рекламного рынка России за 2011 год. Оказалось, что впервые оборот интернет-рекламы превысил показатели рынка наружной рекламы и печатных СМИ. В сумме объемы онлайновой рекламы достигли 41,8 млрд рублей, тогда как годом ранее составляли 26,8 млрд рублей. И это притом, что при подсчете не учитывалась политическая реклама, объем которой в рунете достиг 1 млрд рублей в ноябре—декабре прошлого года. Так, реклама кандидата в президенты Владимира Путина была размещена на крупнейших интернет-площадках — «Яндексе», Mail.ru и «Одноклассниках». К примеру, штаб господина Путина приобрел «политический пакет» на «Яндексе» за 15 млн рублей на 318 млн показов баннеров. Эксперты подсчитали, что бюджет на продвижение в интернете только этого кандидата составил $1,5–2 млн. Его примеру последовал и штаб другого кандидата — Михаила Прохорова.

Господин Себрант объясняет увеличение показателей онлайнового рынка рекламы тем, что интернет начинает играть все большую роль в решении прикладных задач бизнеса. Двумя другими драйверами рынка выступают онлайновая торговля (захватывающая все больше товарных категорий, например одежду) и интернет-платежи. «Одна из тенденций последнего года: из электронного кошелька стало возможно заплатить не только в интернет-магазине, но и по любой квитанции любой компании в России, будь то домофон, счет за музыкальную школу или квитанция за коммунальные платежи»,— рассуждает господин Себрант. Так, только с января 2011 года оборот платежей за госуслуги (налоги, штрафы, коммунальные счета) вырос в «Яндекс.Деньгах» в семь раз. «Можно ожидать, что рост проникновения мобильного интернета также скажется на его использовании в повседневном экономическом поведении миллионов людей»,— уверен директор по маркетингу сервисов «Яндекса».

Сергей Рыжиков, генеральный директор «1С-Битрикс», первое место в списке факторов роста интернет-бизнеса отдает рекламе: «Все, кто смог собрать вокруг своих ресурсов хорошую по численности аудиторию, успешно монетизируют свои бизнесы — это различные поисковые и почтовые системы, социальные сети. Бизнес всегда тянется за аудиторией». На втором месте, по его мнению, интернет-магазины разных типов: их оборот сравним с крупнейшими оффлайновыми магазинами, многие из которых также перенесли часть своего бизнеса в интернет, запустив свои онлайн-магазины и увеличив тем самым объемы продаж.

«В период кризиса, когда классические бизнесы теряли свои доли рынка или вообще исчезали с экономической карты России, доля интернет-бизнеса только увеличилась,— поясняет он.— В случае очередного витка кризиса, который прогнозируют многие эксперты рынка, можно предвидеть, что доля интернет-бизнеса может даже превысить прогнозируемые DCG 2,8%». По его мнению, такое развитие событий обусловлено двумя факторами. Во-первых, активно развиваются новые сегменты и бизнес-отношения, такие как интернет-торговля и интернет-реклама. Во-вторых, уменьшается доля присутствия на российском рынке классических бизнесов: печатные СМИ, продажа музыки и фильмов как бизнесы перемещаются в сеть. Что, в свою очередь, рождает потребность в новых профессиях и навыках, которые также приобретаются часто в интернете.

Но есть и сдерживающие факторы, способные снизить показатели роста доли интернет-рынка в ВВП. Одним из них госпожа Трещова называет дефицит кадров. «Количество вузов и учебных центров, где учат специфике интернет-предпринимательства, стремится к нулю, при этом спрос на профессионалов в этой области и его превалирование над предложением будет расти»,— уверена она. Кроме того, имеет место «старение» аудитории. «Число пользователей интернета будет расти исключительно за счет людей старшего поколения, так как аудитория тех, кто родился в 80-е и 90-е, уже почти на 100% живет в онлайне. Ответ же на вопрос, насколько поколение 70-х и старше будет столь же активными пользователями онлайн-сервисов, пока остается открытым»,— поясняет она. Остается надеяться, что на ближайшие пять лет имеющегося ресурса хватит.

Светлана Рагимова