ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ С МОБИЛЬНОГО /3
ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ЛИ СВОБОДНЫЙ СОФТ ОБХОДИТСЯ ДЕШЕВЛЕ? /6
СТАРТАПЫ ДЛЯ ВСЕХ И КАЖДОГО /8
ЧТО БУДЕТ С ANDROID OS В БЛИЖАЙШЕМ БУДУЩЕМ /10
ПОЧЕМУ В РОССИИ НОРМАЛЬНАЯ СВЯЗЬ 4G ПОЯВИТСЯ НЕСКОРО /16
КАК ЗАЩИТИТЬСЯ ОТ DDOS-АТАК /20

Четверг, 13 октября 2011
Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» **№53**

Коммерсантъ

BUSINESS GUIDE

4 601865 000295 10053

Поставщик статистики для спортивных трансляций превосходит ожидания болельщиков

На разумной планете мы наблюдаем информационный взрыв: к концу 2011 года объем цифровых данных увеличится в 10 раз по сравнению с 2006 годом*. Людям же необходимо мгновенно получать доступ к важной для них информации. Это относится и к миру спорта, ведь заядлые болельщики хотят быть частью игры.

В компании Impire AG, занимающейся обработкой статистики для прямых трансляций спортивных мероприятий, решили, что телевизионные трансляции можно было бы сделать более зрелищными и информативными, отображая на экране статистику футбольных матчей в трехмерном виде в реальном времени. Для решения этой задачи требовалась простая, гибкая и более мощная инфраструктура. В сотрудничестве с компанией IBM и ее бизнес-партнерами была создана новая платформа, которая обеспечивает сбор данных из сотен источников. Полученные данные тут же визуализируются в динамичном графическом виде. Благодаря новой платформе компания ежегодно увеличивает свой доход за счет освоения новых рынков и видов спорта, а это дает огромное преимущество перед конкурентами. Подробнее о том, как растущие компании организуют свою работу разумнее, – на ibm.com/engines/ru/sports. Сделаем планету разумнее.

Растущий бизнес — двигатель разумных перемен.

Реклама

* Согласно данным, опубликованным на сайте IBM.

IBM, логотип IBM, ibm.com и изобразительное обозначение являются товарными знаками International Business Machines Corporation, зарегистрированными во многих странах мира. Список товарных знаков, зарегистрированных IBM на настоящий момент, представлен по адресу www.ibm.com/legal/copytrade.shtml. Наименования других компаний, продуктов и услуг могут быть товарными знаками или знаками обслуживания третьих лиц. © 2011 IBM Corporation. Все права защищены.

СТАНИСЛАВ КУПРИЯНОВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

ПРАВИЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ КАК ДВИГАТЕЛЬ ЭКОНОМИКИ

В замечательной книге «Бог без машины» журналиста Николая Кононова рассказывается об историях успеха предпринимателей самых разных сфер — от аграрной промышленности до IT-индустрии. Но внимательный читатель увидит в этих историях нечто объединяющее: на пути героев к успеху мало у кого главным движущим фактором было собственно стремление к богатству и славе. Каждый мечтал если не изменить мир к лучшему, то как минимум помочь людям и другим предпринимателям. И это важно: не стоит преуменьшать значение правильной мотивации для любого рода деятельности.

Об этом лишний раз вспоминаешь, слушая выступление очередного соискателя финансирования на каком-нибудь Startup Weekend. Да, до России наконец-то добралась стартап-лихорадка. Начав с айтишников, гиков и прочих early adopters, в этом году она поразила домохозяек и скучающих жен олигархов. Но по какой-то причине очень малое количество проектов нацелено на то, чтобы как-то изменить жизнь другим людям. Впрочем, и инвесторы, нацеленные не просто на получение прибыли, а что-то большее (хотя бы поддержку малого предпринимательства) тоже стали появляться у нас совсем недавно. Ничего. Главное, что процесс пошел.

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

Демьян Кудрявцев — генеральный директор
Азер Мурсалиев — шеф-редактор
Анатолий Гусев — арт-директор
Эдвард 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
Ольга Боровягина — 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: Мария Румянцева

МОБИЛЬНЫЕ БИЗНЕСМЕНЫ

ОПРОС IT-СПЕЦИАЛИСТОВ И АДМИНИСТРАТОРОВ, ПРОВЕДЕННЫЙ КОМПАНИЕЙ IDC В ДЕВЯТИ СТРАНАХ, ПОКАЗЫВАЕТ, ЧТО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОТРУДНИКАМИ ЛИЧНЫХ МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ В СЛУЖЕБНЫХ ЦЕЛЯХ ВЫРОСЛО ДО 40,7% ПРОТИВ 30,7% В 2010 ГОДУ. ОДНАКО В РОССИИ ПРЕВРАЩЕНИЮ ГАДЖЕТОВ В РАСПРОСТРАНЕННЫЙ БИЗНЕС-ИНСТРУМЕНТ ПОКА МЕШАЕТ ЦЕЛЫЙ РЯД ПРОБЛЕМ. СВЕТЛАНА РАГИМОВА

ТЕХНОКОНСЕРВАТОРЫ Согласно данным опроса топ-менеджеров российских компаний, проведенного компанией «Астерос», 58% руководителей компаний считают, что работа мобильных устройств не поддерживается IT-департаментами их организаций. По мнению 37,5% опрошенных CIO, массовое использование в компании смартфонов и планшетов усложняет работу IT-отдела, поскольку требует пересмотра действующих в компаниях IT-процессов. Основным же препятствием для внедрения мобильных устройств в бизнес-среду CIO считают незаинтересованность в этом самого бизнеса. Кроме того, почти треть IT-директоров назвали проблемой отсутствие в их компаниях политики безопасности.

В сложившейся ситуации можно увидеть классическое противоречие между стремлением к повышению эффективности и необходимостью приложить усилия и потратить ресурсы на ее достижение. И это неудивительно, ведь генеральный и IT-директора смотрят на технологии каждый со своей колокольни. Сергей Орлик, директор центра корпоративной мобильности компании «АйТи», подтверждает это наблюдение: «Последний год мы особенно много слышим о процессах так называемой консьюмеризации IT. Корпоративные отделы IT, несмотря на кажущуюся роль гнезда инноваций, на самом деле достаточно консервативны и редко стремятся брать на вооружение новые технологии. Такое поведение зачастую обоснованно: информационные технологии сегодня настолько значимы для бизнеса, для самой жизнедеятельности организаций, что без них — в большинстве случаев при нарушении их работы — встает сам бизнес. Однако массовый рынок столь динамичен, что проникновение потребительских устройств в корпоративную среду было слишком стремительным. IT-специалисты оказались к этому откровенно не готовы».

Хоть и с опозданием, но CIO все же занялись этим вопросом. Проблема в том, что активность IT-департаментов по поддержке мобильных устройств зачастую недостаточно системна и, что самое главное, основана не на понимании того, что необходимо бизнесу сегодня и что может понадобиться завтра, а связана с отдельными проектами и ограничивается, например, открытием для сотрудников доступа к корпоративной почте. Господин Орлик резюмирует: «Причины недостаточно быстрой реакции, неготовности корпоративных IT-департаментов к массовому использованию мобильных устройств — привычные представления о том, что технологии делятся на корпоративные и потребительские. А между тем граница между ними сегодня исчезла».

Михаил Эренбург, президент группы «Астерос», считает, что IT-департаменты вынуждены управлять активом, который им не принадлежит (то есть личными мобильными устройствами сотрудников), что довольно сложно. Согласно исследованию компании IDC, IT-структуры не просто не готовы взять на себя поддержку личных смартфонов и планшетов сотрудников. Они даже не в курсе того, что личные мобильные устройства в служебных целях используются все чаще: в нынешнем году их использование выросло до 41% против 31% в прошлом году. Господин Эренбург объясняет, что IT-департаменты традиционно ориентированы на поддержку PC, а организация технической поддержки мобильных устройств требует отдельной проработки: необходимо отслеживать их использование, продумать политику безопасности и многое другое. Поэтому IT-службы обычно предоставляют базовые сервисы, например интеграцию корпоративной почты для работы на iPad и смартфонах. Но редко кто идет дальше, внедряя бизнес-приложения. Михаил Эренбург уверен, что КПД от использования мобильного устройства в бизнесе будет выше, если оно интегрировано в корпоративную среду, а его владелец имеет доступ к максимальному числу корпоративных приложений — электронному документообороту, отдельному функционалу ERP, системам CRM, BI, специфическим решениям, разработанным под потребности именно этой компании. Это также подразумевает незаметную для пользователей работу, связанную с технической поддержкой, обеспечением безопасного доступа к системам и данным.

В ПОИСКАХ СМЫСЛА По мнению аналитиков, уже к 2013 году более 35% работающих в мире будут использовать для своей профессиональной деятельности мобильные устройства. Это идет бизнесу только на пользу. По данным глобального исследования Cisco, половина сотрудников, имеющих доступ к корпоративным сетям и приложениям за пределами офиса, работают два-три часа в день сверхурочно. А еще четверть таких сотрудников посвящают бизнесу более четырех часов своего личного времени.

Кроме того, существует огромное количество специалистов, работа которых серьезно усложнилась бы без мобильных устройств. Например, это сотрудники, работающие с клиентами на их территории. Перевод «полевых менеджеров» на мобильные устройства позволяет отказаться от бумажного документооборота, при котором стои- →

ВАСИЛИЙ ШАПОШНИКОВ

НЕ ВСЕ КОРПОРАТИВНЫЕ IT-ДЕПАРТАМЕНТЫ ГОТОВЫ ПРИНЯТЬ, ЧТО ГРАНИЦА МЕЖДУ КОРПОРАТИВНЫМИ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ УЖЕ ИСЧЕЗЛА

мость обработки одного бумажного документа может доходить до $5. «Мобилизация» ускоряет и удешевляет процесс обработки данных, что полностью оправдывает затраты на интеграцию гаджетов в IT-среду компании.

«Бизнес на мобильных устройствах — это бизнес будущего,— рассуждает Михаил Эренбург.— Главным козырем планшетов и смартфонов остается возможность быстрого доступа к нужной информации. Это преимущество высоко оценили в первую очередь руководители высшего и среднего звена, чиновники. Топ-менеджеры мало времени проводят за своим рабочим столом и принимают решения на основе бумажных документов. Мобильным руководителям нужна «мобильная» картина бизнеса — вся необходимая информация в нужном виде, в нужное время, в нужном месте».

Опрос, проведенный «Астеросом», показывает, что сегодня мобильные устройства используют в основном для работы с электронной почтой, доступа к корпоративным ресурсам, проведения презентаций и в редких случаях для доступа к функционалу ERP-систем. Сергей Орлик на основании общения с корпоративными пользователями говорит, что они стремятся к тому уровню прикладного функционала, который используют, работая на обычном компьютере.

По прогнозам Gartner, годовой доход от продажи мобильных приложений в нынешнем году превысит $15 млрд. Пользователям доступно огромное количество решений для корпоративных смартфонов и планшетов, от простейших до «тяжелых», интегрированных с системами ERP, CRM и пр. Это мобильные приложения как от вендоров, так и от сторонних разработчиков.

Михаэль Кухарски, региональный директор по продажам в странах СНГ, как представитель вендора — компании OpenText, считает это направление одним из самых перспективных: «Мы ожидаем, что в будущем все бизнес-приложения, которые сейчас разрабатываются для предприятий, перенесутся на мобильные устройства». В марте OpenText приобрела компанию weComm, которая добавила в арсенал этого разработчика возможность создания приложений для мобильных устройств. Господин Кухарски рассказывает, что с этого времени его компания вплотную приступила к работе по созданию мобильного решения, совместимого со всеми платформами мобильных устройств — OpenText Everywhere. Господин Кухарски считает, что в большинстве случаев бизнес-пользователям достаточно готовых решений для смартфонов и планшетов. Но он не отрицает того, что могут возникнуть отдельные задачи, требующие создания ПО под определенного заказчика. На этот случай OpenText разрабатывает отдельные платформы для мобильных приложений, на основе которых заказчик может самостоятельно создавать приложения, добавлять или расширять их функции в соответствии с нуждами своей компании.

Екатерина Солнцева, вице-президент и директор департамента продуктов для мобильных платформ компании ABBYY, предлагает организациям программное решение, с помощью которого можно создавать приложения, позволяющие пользователям мобильных устройств быстро извлекать информацию практически из любого источника. Это могут быть приложения для проведения денежных трансакций, подсчета цен на товары и услуги, ввода данных в системы управления, считывания показаний электросчетчиков и т. д. Так, например, совместно с компанией Intuit (разработчик и поставщик программного обеспечения для финансового сектора в США) ABBYY разработала SnapTax — мобильное приложение, которое использует технологии оптического распознавания символов и позволяет налогоплательщику всего за пару минут подать налоговую декларацию при помощи мобильного телефона.

Компания AT Consulting предлагает специализированные решения для планшетов, позволяющие отслеживать географическое положение их обладателей. «Если работа передвижной бригады связана с обслуживанием технических устройств, таких как сети, банкоматы, скорость реакции на вызов очень важна. Наши решения помогают понять, какая бригада уже находится в пути и выбрать людей с подходящей квалификацией,— рассказывает Андрей Нугманов, руководитель практики Business Intelligence в AT Consulting.— Им на мобильное устройство приходит заявка, они видят, что нужно сделать и куда приехать, и система сама прокладывает путь».

ПО МНЕНИЮ 37,5% ОПРОШЕННЫХ CIO, МАССОВОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СМАРТФОНОВ И ПЛАНШЕТОВ В КОМПАНИИ УСЛОЖНЯЕТ РАБОТУ IT-ОТДЕЛА, ПОСКОЛЬКУ ТРЕБУЕТ ПЕРЕСМОТРА ДЕЙСТВУЮЩИХ IT-ПРОЦЕССОВ

А компания «Астерос» первая и пока единственная в России получила статус авторизованного Apple системного интегратора в России. Это дает компании возможность оказывать весь набор услуг «вокруг» Apple: от интеграции устройств компании в корпоративную IT-среду и обеспечения их безопасной работы до разработки и внедрения корпоративных iPad-решений. В числе ее продуктов — мобильное BI-решение myDashboard. Приложение опирается на ключевые показатели эффективности и предоставляет до 80% информации, необходимой менеджерам для принятия управленческих решений.

СВОЕ ИЛИ ЧУЖОЕ На вопрос о том, стоит ли выбирать готовые решения или создавать уникальные, каждая компания должна отвечать исходя из своей специфики. «Всегда необходимо идти от конкретных потребностей бизнес-пользователей,— рассуждает господин Орлик.— В одном случае они хорошо удовлетворяются стандартными средствами, предлагаемыми вендорами бизнес-приложений, в другом — требуют сторонних решений, иногда более унифицированных, в том числе от других вендоров, фокусирующихся на том или ином типе задач или оптимизированных для использования на мобильных устройствах». При этом выбор приложений определяется после формирования концепции корпоративной мобильности, когда бизнес-приоритеты ясны, категории пользователей и их потребности выявлены, проанализирован существующий IT-ландшафт. «Единого снадобья нет — как известно, все несчастные несчастны по-своему,— говорит господин Орлик,— иначе не было бы понятия внедрения бизнес-приложений, заточенных под определенные потребности, пусть и на основе тех или иных вроде бы типовых решений».

По мнению Алексея Павленко, IT-директора компании КРОК, главное, что требуется от мобильных решений,— сделать так, чтобы сотрудник постоянно оставался частью бизнес-процесса, и при этом должна обеспечиваться информационная безопасность корпоративных систем. «На рынке предлагается масса устройств для организации мобильной работы. Однако построение соответствующей инфраструктуры — это еще не мобильный офис,— заключает он.— Организация мобильной работы требует от компании определенной степени зрелости в реализации новой стратегии деятельности предприятия. Это и обучение сотрудников, и учет множества факторов. Тем не менее практика показывает, что мобильный офис — эффективная модель, и затраты на ее организацию оправдывают себя». В КРОК для сотрудников, которые вынуждены работать вне офиса, организован доступ через мобильные устройства к корпоративному порталу, в котором консолидирована вся необходимая информация. Естественно, все они поддерживают политику безопасности: без определенной информации, ПИН-кодов или паролей информацию не получить. Существует поддержка автоматизированных бизнес-процессов на этих устройствах, то есть сотрудник может подтверждать либо отклонять бизнес-процессы и, находясь вне офиса, оперативно реагировать на все запросы. Причем для выполнения этих действий совершенно не обязательно устанавливать на гаджет дополнительное ПО. Кроме того, в КРОК организована возможность работать на iPad через Citrix-терминалы. Достаточно иметь выход в интернет и через эти терминалы получать доступ ко всем корпоративным сервисам.

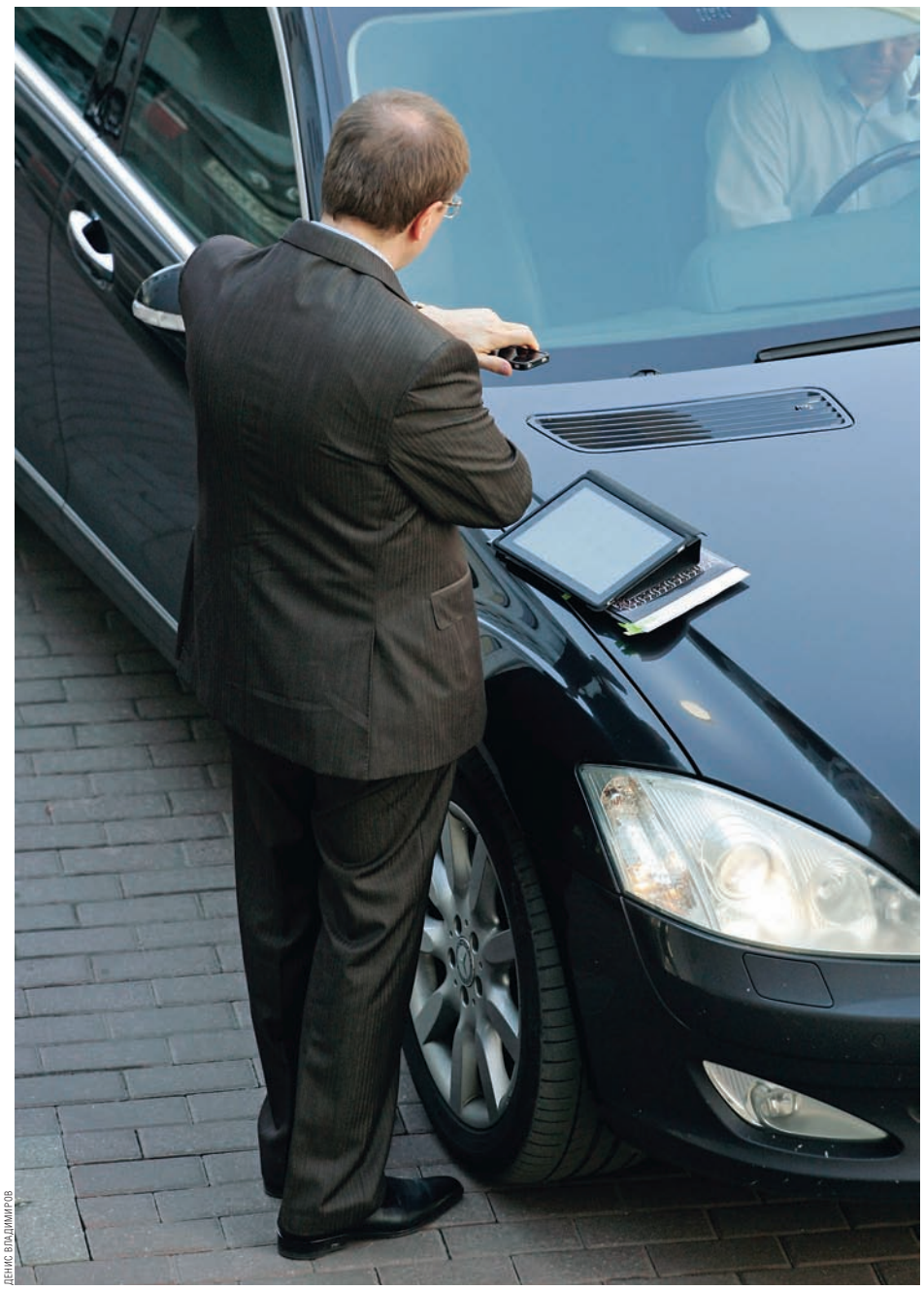
В компании предпочитают пользоваться готовыми вендорскими решениями: в них привычный, понятный интерфейс и проработаны вопросы безопасности. Единственный их недостаток, говорит господин Павленко, связан с тем, что вендоры запаздывают с обновлениями и не успевают за выходом новых версий ОС. Поэтому надо учитывать, что оперативно обновлять приложения не удастся. Он согласен, что все зависит от задач, вендоры не могут освоить все специализированные бизнес-процессы, поэтому в КРОК также порой не могут использовать стандартные бизнес-приложения, и без разработки специального ПО для нужд компании не обойтись. Господин Павленко советует при создании собственного решения пользоваться кросс-платформенными средствами разработки, которые позволяют писать ПО и под iPhone, и под Android без привязки к определенной платформе.

ВОПРОСЫ БЕЗОПАСНОСТИ Об информационной безопасности при использовании мобильных устройств IT-директора говорят редко, но не забывают никогда. Распространение ноутбуков доставило много головной боли IT-департаментам. Теперь появились новые возможные каналы утечки информации — через смартфоны и планшеты. Число сотрудников, работающих дистанционно, увеличивается, и это повышает уровень возникновения угроз информационной безопасности компаний. Согласно исследованию «Лаборатории Касперского», 49% респондентов из России заявили, что их компании сейчас гораздо больше внимания уделяют этому вопросу, чем год назад. А треть организаций, участвовавших в опросе, считают использование мобильных устройств рискованным для бизнеса.

Петр Городецкий, аналитик IDC, согласен с доводами о том, что мобильные устройства необходимы: «Бизнес становится более мобильным, и чтобы быть более конкурентным, нужно принимать решения оперативно. Вендоры это чувствуют и предлагают решения для доступа с мобильных устройств к корпоративным ресурсам и бизнес-приложениям и др. С другой стороны, крайне редко затрагиваются вопросы безопасности при обсуждении этих тем, в основном говорят лишь о выгодах».

Как отмечает Алексей Павленко, многие IT-подразделения не обладают достаточными ресурсами для обеспечения полноценной защиты данных на мобильных устройствах. Часто сотрудники используют разноплатформенные аппараты, а для создания единого решения необходимы компетенция и инвестиции. Поэтому компаниям нужно либо стандартизировать решения, что означает использование в корпоративной сети только одной ОС, либо искать кросс-платформенные средства для создания собственных инфраструктурных систем под эти устройства. Как правило, первый способ не очень популярен, поскольку пользователю сложно навязать определенные мобильные устройства.

Антон Разумов, руководитель группы консультантов по безопасности компании Check Point, рекомендует отказаться от хранения больших объемов важной информации на мобильных устройствах. Это поможет снизить риск утечки. В некоторых случаях господин Разумов советует использовать шифрование устройства, включая карты памяти. Если это невозможно, имеет смысл запретить использование встроенных программ для обмена электронной почтой и вместо этого предложить web-интерфейсы, чтобы с почтой можно было работать, но не хранить локально на устройстве большую базу почтовых сообщений. «Многие бизнес-приложения (SAP и другие) предоставляют возможность работы через web-интерфейс, что не только удобно, но и безопасно. Безопасно, конечно, в том случае, если все коммуникации осуществляются через специализированный шлюз безопасности, обеспечивающий расширенные схемы проверки подлинности пользователей, имеющий встроенную систему предотвращения атак и другие механизмы защиты»,— добавляет он. ■



ДЕНИС ВЛАДИМИРОВ

ПО ДАННЫМ ИССЛЕДОВАНИЙ, ПОЛОВИНА СОТРУДНИКОВ, ИМЕЮЩИХ ДОСТУП К КОРПОРАТИВНЫМ СЕТЯМ И ПРИЛОЖЕНИЯМ ЗА ПРЕДЕЛАМИ ОФИСА, РАБОТАЮТ СВЕРХУРОЧНО ДВА-ТРИ ЧАСА В ДЕНЬ

Используйте современный инструмент бизнеса

B2B-Center — классика электронных торгов

1 триллион рублей объем торгов

B2B • CENTER

ОПЕРАТОР ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВ

www.b2b-center.ru

СВОБОДА ЗА ДЕНЬГИ

ГЛАВНЫМ ДРАЙВЕРОМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СВОБОДНОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В РОССИИ ОСТАЕТСЯ ГОССЕКТОР. ХОТЯ МИРОВОЙ ОПЫТ В ЭТОЙ ОБЛАСТИ НЕОДНОЗНАЧЕН: СОГЛАСНО ПОДСЧЕТАМ ГОЛЛАНДСКОЙ ГЕНЕРАЛЬНОЙ АУДИТОРСКОЙ ПАЛАТЫ, СУЩЕСТВЕННО СЭКОНОМИТЬ, ПЕРЕВЕДЯ ПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫЕ СТРУКТУРЫ НА ПО С ОТКРЫТЫМ КОДОМ, НЕ УДАСТСЯ. ТО ЖЕ САМОЕ ОТНОСИТСЯ И К КОМПАНИЯМ СЕГМЕНТА SMB: ВЫГОДА ОТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СПО ЧАСТО ОСТАЕТСЯ СОМНИТЕЛЬНОЙ. СВЕТЛАНА РАГИМОВА

МАРКЕТИНГОВАЯ УЛОВКА Свободное программное обеспечение (open sourcing software; СПО) доступно для доработки и использования любым желающим, однако оно не всегда является бесплатным, хотя эти понятия часто путают. К примеру, популярная SugarCRM распространяется по модели СПО, но предлагает пользователям как бесплатную, так и платную версии с расширенным функционалом. Тем не менее считается, что использовать СПО намного дешевле, чем лицензионный софт.

Для разработчика использование модели СПО является прекрасным маркетинговым ходом. Особенно это работает на высококонкурентном рынке. Если вендор понимает, что, изменив политику лицензирования, компания получит больше клиентов, то он идет по этому пути. Так решили, например, в компании «БОСС-Кадровые системы». Для того чтобы привлечь клиентов из числа малого и среднего бизнеса, разработчик открыл код продукта и сделал его бесплатным. Правда, только ту версию, которую можно использовать с ограничениями на размер баз данных. Но для средних и малых компаний доступных ресурсов более чем достаточно.

Сергей Бутяга, технический менеджер «РТС Россия», рассказывает: «Есть простой закон: если затраты времени и ресурсов на воспроизведение продукта слишком малы, чтобы принимать их во внимание, то этот продукт будет, скорее всего, пиратски скопирован и в дальнейшем рано или поздно станет „бесплатным". Это полностью относится к любому ПО». Некоторые разработчики выбирают такие модели ведения бизнеса, когда, предлагая IT-продукт бесплатно, предполагают получение от него выгоды другими способами. В случае со свободным ПО это поддержка в виде консультаций. «Посмотрите на наш мир, есть целая „экономика орков", множество людей платит за виртуальные предметы в бесплатных онлайн-играх,— рассуждает господин Бутяга.— Так почему бы не получать прибыль, продавая свой труд по настройке свободного ПО? Просто модель бизнеса несколько более изящная, это модель-хамелеон. Главное, не забывать, что это все же бизнес, а не вера. Что бы приверженцы GNU-лицензий ни говорили».

ЦЕНА СВОБОДЫ Дмитрий Комиссаров, генеральный директор компании «Пингвин Софтвер» (группа компаний «АйТи»), рассказывает, что эффект снижения TCO (Total cost of ownership) при использовании свободных решений на горизонте планирования три-пять лет в среднем составляет от 25% до 45%. «Хотя есть и более впечатляющие результаты,— говорит он.— Например, в одном из проектов стоимость внедрения СПО оказалась в семь с половиной раз дешевле аналогичных продуктов и услуг компании Microsoft — 314 тыс. рублей против 2,36 млн рублей. И это притом, что проект миграции на СПО имел те же этапы, что и процесс внедрения проприетарных продуктов».

Дмитрий Левиков, директор направления интеграционных решений «КОРУС Консалтинг», объясняет, что реальную экономию можно подсчитать только в каждом конкретном случае. Например, для крупной компании или госструктуры экономия на лицензиях будет значительна. Но необходимо также учесть затраты на IT-персонал, обучение сотрудников, адаптацию решения и внешний консалтинг при внедрении. «Изобретение нового, то есть доработка открытой программы с целью разработки специализированного решения, помимо собственно прямых трудозатрат на разработку, как правило, требует определенной подготовительной работы (анализ рынка, изучение продукта, работа с вендором и т. д.), что подразумевает участие специалистов самого высокого и, соответственно, высокооплачиваемого уровня,— говорит господин Левиков.— Внедрение типового решения обладает элементами конвейера, и в этом смысле экономит временные и финансовые затраты обеих сторон на проект, но только в момент, когда уже накоплена критическая масса этих внедрений».

По словам Сергея Тарана, генерального директора компании «Онданта», поддержка СПО составляет около 30% стоимости лицензий аналогичного проприетарного ПО. Но за поддержку лицензий вендор тоже берет приблизительно такие же деньги. «На интеграцию, скорее всего, нужно затратить столько же, сколько и в случае проприетарного ПО, то есть экономия на стоимости лицензий есть,— уточняет он.— Но нельзя оценить, какие затраты понесет пользователь СПО с учетом того, что оно может быть менее удобным, функциональность его может быть не такая, как у проприетарного, но эти затраты есть».

А технический директор компании «Аквариус» Евгений Чеченкин и вовсе затрудняется с ответом на вопрос, что дешевле: по его словам, соотношение расходов на использование СПО и платного ПО может оказаться любым в зависимости от множества частных факторов и деталей.

Действительно, лицензии СПО позволяют самостоятельно использовать софт. То есть компания-потребитель своими силами устанавливает СПО, изменяет, конфигурирует его под свои нужды, поддерживает и развивает. Все это дополнительные и весьма значительные затраты, которые не всегда возможно просчитать заранее, если мало опыта работы с конкретным СПО. Денис Романовский, технический директор компании Artezia, говорит, что в случае использования коммерческого софта можно большую часть таких затрат переложить на поставщика.

ПРОБУКСОВКА Казалось бы, плюсы налицо — продукт дорабатывается большим количеством профессионалов, тестируется армией энтузиастов. При этом сторонники СПО говорят, что экономия при его использовании может быть существенной. Почему же бизнес до сих пор относится к свободным программным продуктам с подозрением?

Дмитрий Комиссаров напоминает, что текущая ситуация в России сложилась после почти десятилетия «бесплатного софта» — периода тотального пиратства, причем высокого уровня. Пользователи привыкли к определенным продуктам, и им сложно переходить на другие решения. Кроме того, для более широкого распространения СПО рынок пока сильно фрагментирован и на нем присутствует мало сильных игроков. При этом на рынке очень мало объективной и достоверной информации об СПО.

Сергей Бутяга считает, что причина слабой распространенности СПО в России может крыться в том, что свободное ПО по стоимости (а не по цене) зачастую ненамного дешевле, а может быть, и сопоставимо с коммерческими лицензиями. «Сама идеология и архитектура свободного ПО подразумевает, что оно будет поддерживаться профессионалами, по уровню технической подготовки сравнимыми как минимум с тестировщиками, а то и с создателями такого ПО,— объясняет господин Бутяга.— Таким образом, пользователь всегда заплатит за свободное ПО или деньгами, или временными инвестициями, вложенными в поддержку работоспособности таких систем». Безусловно, СПО требует более серьезного опыта и знаний со стороны IT-подразделения компании либо привлечения дорогостоящих внешних консультантов.

Сергей Таран уверен в другом. По его словам, распространению СПО в России мешает отсутствие широкой практики его удачного использования. Другая проблема — непредсказуемый жизненный цикл СПО. Развитие любого СПО-продукта может прекратиться в любой момент. По этим причинам, утверждения сторонников СПО о его превосходстве остаются только теорией.

По свидетельству Сергея Тарана, первый же большой вопрос, который возникает при выборе между СПО и проприетарным продуктом,— это вопрос технической поддержки. Потенциальных заказчиков волнует, куда обращаться, если свободный софт перестает работать либо работает со сбоями, мешающими нормально вести бизнес.

AP

СВОБОДНОЕ И БЕСПЛАТНОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ — СОВСЕМ НЕ РАВНОЗНАЧНЫЕ ПОНЯТИЯ, ХОТЯ ИХ ЧАСТО ПУТАЮТ ДРУГ С ДРУГОМ

ЕСТЬ РАСПРОСТРАНЕННОЕ ЗАБЛУЖДЕНИЕ, СОСТОЯЩЕЕ В ТОМ, ЧТО ПРОПРИЕТАРНОЕ ПО БУДЕТ ОБСЛУЖИВАТЬСЯ ЛУЧШЕ, ЧЕМ СВОБОДНОЕ. НЕ ВСЕМ ПОНЯТНО, ЧТО ПРОИЗВОДИТЕЛИ СПО ЗАРАБАТЫВАЮТ ИМЕННО НА ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОДДЕРЖКЕ СВОИХ РЕШЕНИЙ

Западные пользователи в этом отношении чувствуют себя более спокойно, обращаясь к аутсорсинговым компаниям, готовым взять эти заботы на себя. В России же, по словам господина Тарана, это один из главных страхов IT-рынка: как можно отдавать кому-то часть своего IT? Российские CIO пока не очень верят в то, что в аутсорсинговых компаниях работают профессионалы высокого уровня. Можно сделать вывод: заказчики пока еще не готовы к использованию продуктов, распространяемых по этой модели.

«Есть распространенное заблуждение, состоящее в том, что проприетарное ПО будет обслуживаться лучше, чем свободное,— парирует господин Романовский.— Не всем понятно, что производители СПО зарабатывают именно на технической поддержке своих решений, поэтому зачастую свободное ПО может обслуживаться даже эффективнее».

Дальнейшее развитие СПО-решения и его техподдержка после внедрения также требуют вложений в IT-персонал. «Сегодня определенную конкуренцию СПО составляют IT-сервисы, SaaS,— добавляет господин Левиков.— В этих моделях также не нужно платить за лицензии, есть провайдер услуги, отвечающий за функционал и техподдержку, а также отсутствуют первоначальные вложения».

Помимо опасений того, что внедрение СПО окажется существенно дороже, чем первоначально предполагалось, а также сложностей его использования Денис Романовский называет и третью причину недостаточного распространения свободных продуктов. Оказывается, для перехода на СПО может потребоваться слишком много времени, что может замедлить профильную работу компаний. Поэтому для многих оказывается проще купить более новую версию коммерческого ПО, которое уже используется.

Зачастую СПО-решения не имеют серьезной маркетинговой и информационной поддержки со стороны разработчика, поэтому даже сам процесса выбора IT-решения, если это касается коммерческого продукта, для массового заказчика оказывается более простым. То есть потребитель просто не в курсе того, что может использовать СПО-альтернативу. А если и в курсе, то срабатывает боязнь всего бесплатного: «Хорошая вещь не может стоить дешево». К тому же крупные производители проприетарного ПО, обладая огромным маркетинговым бюджетом, могут легко убедить руководителей и владельцев бизнеса в несомненном превосходстве своего ПО над Open Source продуктами.

Правда, случаются и казусы. Господин Комиссаров рассказывает, что некоторое время назад Microsoft проводила маркетинговую программу Get the Facts!, в рамках которой пыталась доказать, что использование ее продуктов обходится дешевле, чем созданных на базе Linux. Но после многочисленных комментариев не в свою пользу компания была вынуждена свернуть распространение недостоверной информации.

Помимо этого свободные продукты, как правило, ориентированы на широкий рынок и обладают широким функционалом, который не всем нужен. Следовательно, требуется адаптация решения под определенные задачи силами самой компании или опять же внешних консультантов. Но есть и противоположная точка зрения. «Если бы СПО действительно было лучше и дешевле, то не было бы и вопроса. У свободного ПО есть врожденный недостаток: размыта ответственность за программный продукт в целом,— говорит технический директор „Аквариуса“ Евгений Чечеткин.— Поэтому при использовании СПО риски выше. Речь идет в первую очередь о неработоспособности, несовместимости и неустойчивости работы в составе комплексных решений. Такая ситуация может возникнуть как сразу — при инсталляции системы, так и через какое-то время — при обновлении ПО».

ЗАПАДНЫЕ КОМПАНИИ СПОКОЙНО ОБРАЩАЮТСЯ К АУТСОРСИНГОВЫМ КОМПАНИЯМ, СПОСОБНЫМ ВЗЯТЬ ПОДДЕРЖКУ СПО НА СЕБЯ. В РОССИИ ЖЕ ЭТО ОДИН ИЗ ГЛАВНЫХ СТРАХОВ IT-РЫНКА

Некоторые организации легко мирятся с этими недостатками, поскольку решение общих проблем возможно как собственными силами, так и с помощью специалистов компаний-интеграторов. Но есть случаи, которые требуют значительных усилий и дополнительных человеческих ресурсов, специфического опыта и прочих временных и финансовых затрат. Поэтому получается, что СПО вроде бесплатно, но как бы и не совсем. Поэтому иногда проще купить коробочный «платный» продукт, а при необходимости — и его техническую поддержку.

В целом эксперты и участники рынка СПО говорят об осторожном отношении бизнеса к свободным продуктам. Поэтому главным драйвером этого рынка на сегодня и ближайшую перспективу является государство.

НА ПРОБУ Но и в среде коммерческих пользователей ситуация понемногу меняется в положительную сторону. Господин Комиссаров говорит, что многие системные интеграторы, среди которых «АйТи», «Ланит», «Корус консалтинг», «Аквариус», Kraftway и многие другие, а также ряд производителей оборудования успешно используют решения на базе СПО. Более того, по словам Дмитрия Комиссарова, они не могут этого не делать, потому что переход на свободный софт — государственный тренд и все, кто делает проекты для федеральных структур, должны учитывать это в своей продуктовой линейке.

Дмитрий Левиков говорит, что сегодня заказчики интересуются различными моделями работы с ПО — и SaaS, и IT-сервисами, и СПО. Отчасти такой интерес связан с тем, что из-за кризиса IT-бюджеты стали планировать более тщательно, отчасти это мировой тренд. Поэтому партнеры вендоров стараются соответствовать этим запросам.

«Помимо этого СПО — это удобная платформа для разработки заказных решений.— говорит Дмитрий Левиков.— Мы сделали на СПО федеральную медицинскую информационную систему, сделали свою разработку — систему электронного документооборота и контроля показателей — на свободной платформе Alfresco, внедряем свободную систему бюджетирования Palo. Если у интегратора есть сильная команда разработчиков, СПО использовать всегда интересно».

Продавать лицензии интеграторам проще и, казалось бы, выгоднее, так как они получают процент с каждой покупки. Но с другой стороны, по словам Сергея Тарана, рынок продаж лицензий по большинству направлений высококонкурентный и маржа там мизерная. А при продаже СПО продается техподдержка, которую оказывает поставщик услуги. И на этом он может заработать существенно больше, чем на лицензии. Поэтому, по мнению господина Тарана, поставщику услуг выгоднее продвигать СПО.

Господин Романовский говорит о другой мотивации партнеров. По его словам, СПО предоставляет общие решения, а коммерческое ПО — конкретные. Если можно решить определенную проблему, то выбирается коммерческий софт. Однако все чаще задачи бизнеса настолько сложны, что коммерческий софт не способен предоставить полностью удовлетворяющее потенциального заказчика готовое решение. Кастомизация же таких решений стоит дорого и добавляется к цене лицензий. Иногда полноценная кастомизация вообще невозможна. Компании, распространяющие СПО, экономят на первоначальных лицензиях и имеют продукт, больше подходящий для кастомизации. Денис Романовский добавляет, что на рынке проще найти специалистов СПО, привлекаются аутсорсинговые компании с дешевой рабочей силой. Соответственно, стараясь удовлетворить заказчика при ограниченном бюджете, поставщик услуги (интегратор) выбирает кастомизацию СПО, а не продажу и внедрение коммерческого ПО. «Таким образом, кстати, можно привлечь больше клиентов из малого и среднего бизнеса, который, как у нас считается, развивается», — объясняет он. ■

Компания SAP CIS объявляет конкурс* на лучшую историю успеха, посвященную внедрению продуктов SAP

Главный приз – серия бесплатных размещений в ведущих печатных изданиях, на радио и реклама компании в аэропортах.

Номинации конкурса:

«Самый быстрый старт»
Участвуют кейсы, посвященные рекордным срокам внедрения.

«Самый впечатляющий результат»
Расскажите нам о самом эффективном внедрении SAP, подтвержденном цифрами и фактами.

«Компания будущего»
Мы ждем истории об уникальных, инновационных внедрениях, использующих российские ноу-хау.

Наиболее интересные кейсы также будут опубликованы на страницах iOne (журнал «Секрет фирмы», ИД «Коммерсантъ»).

В числе членов жюри – эксперты SAP, аналитики и обозреватели ИТ-рынка. Подведение итогов конкурса состоится в марте 2012 года на страницах журнала «Секрет фирмы».

Для того чтобы принять участие в конкурсе, пришлите свою историю по адресу sap_contest@bcom.ru **до 1 ноября.**

*к участию приглашаются компании с годовым оборотом до 300 млн евро.

Реклама

МНОГО ШУМА ИЗ НИЧЕГО

ПО ПРИЧИНЕ ГЛОБАЛЬНОЙ ФИНАНСОВОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ С БОЛЬШОЙ ОХОТОЙ НЕСУТ ДЕНЬГИ В ВЕНЧУРНЫЕ ФОНДЫ. В ЭТОМ ГОДУ ДО РОССИИ НАКОНЕЦ ДОБРАЛАСЬ МАССОВАЯ СТАРТАП-ЛИХОРАДКА. НИКОГДА ЕЩЕ МОЛОДЫМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ В РОССИИ НЕ ПРЕДЛАГАЛИ ИНВЕСТИЦИИ СТОЛЬКО ФОНДОВ. ПРАВДА, ИСТОРИЙ УСПЕХА ПОКА В ЭТОЙ СФЕРЕ У НАС РАЗ-ДВА И ОБЧЕЛСЯ. СВЕТЛАНА РАГИМОВА

ИЩУ СТАРТАП В декабре прошлого года National Venture Capital Association и Dow Jones VentureSource опубликовали результаты опроса более 330 венчурных капиталистов и 180 генеральных директоров венчурных компаний США. Результаты оказались весьма оптимистичными. Так, 51% опрошенных капиталистов и 58% CEO спрогнозировали увеличение объемов венчурного финансирования в 2011 году. При этом даже больше опрошенных, чем в предыдущие годы, заявили о повышении привлекательности IT как объекта для инвестирования. О том, что в 2011 году будут пользоваться успехом проекты из области цифровых медиа и интернета, высказали мнение 82% опрошенных. «Облачные» вычисления показались перспективными лишь 80%, а телекоммуникации набрали 66%.

Одновременно с этим на Западе начали говорить о раздувании очередного мыльного пузыря. В конце сентября самый многообещающий проект прошлого года скидочный сервис Groupon был назван экспертами техническим банкротом. Сэм Хамадех, основатель финансовой аналитической фирмы PrivCo из Нью-Йорка, уверен, что дела компании совсем плохи. Groupon выпустил поправки к своему финансовому отчету, где снизил показатели выручки за 2010 год с $713 млн до $313 млн. И эти цифры еще не учитывают выплаты контрагентам, которые продают свои товары на площадке. Господин Хамадех сообщает, что технически Groupon теперь может считаться банкротом, потому что 30 июня у компании было лишь $225 млн на счету, притом что должна была выплатить $391 млн торговцам, воспользовавшимся ее сервисом для продвижения продукции. Это заявление вызвало панику среди партнеров Groupon и его потребителей.

В России дубли этого сервиса появлялись чуть ли не каждую неделю, и в какой-то момент их количество уже приблизилось к дюжине. Примерно год назад Groupon купил свой российский аналог DarBerry, появившийся у нас одним из первых. На тот момент отечественная компания, по словам ее основателя Елены Масоловой, делала оборот $150 тыс. в месяц при марже более 50%. «Касательно „Групона“ мы считаем, что проблемы этой компании в мире не отменяют успеха самого „Дарберри“ в России,— признает Елена Алексеева, директор по инвестициям компании Softline.— И здесь, что называется, победителей не судят».

ЖИЗНЬ КАК ЧУДО Интенсивная жизнь западной венчурной индустрии и конкуренция за хорошие проекты заставляют инвесторов поворачиваться в сторону внешних рынков. Развивающие страны не первый год привлекают самое сильное внимание финансистов. Это касается и России, несмотря на то что главной целью венчурных капиталистов является Азия. Из почти половины (47%) опрошенных инвесторов, строящих планы по финансированию проектов за рубежом, 26% смотрят в сторону Китая, а еще 18% интересуются Индией. Восточная Европа — на третьем месте (19%).

Движение стартаперов в России за последние три-четыре года приобрело массовый характер. Прошло пять лет с момента основания Российской венчурной компании (РВК), задачей которой является «стимулирование создания в России собственной индустрии венчурного инвестирования». Примерно в те же годы появились ассоциации бизнес-ангелов, а чуть позже в Россию пришли западные венчурные инвесторы. Пять лет — это долгий срок для венчурной индустрии, но истории успеха можно сосчитать по пальцам одной руки. А прорывов еще не случалось. И если в США каждый год получают финансирование тысячи проектов, то в нашей стране — десятки.

ПЕРВЫЕ ВЕНЧУРНЫЕ ИНВЕСТОРЫ ПРИШЛИ В РОССИЮ ОКОЛО ПЯТИ ЛЕТ НАЗАД, НО КОЛИЧЕСТВО ПО-НАСТОЯЩЕМУ УСПЕШНЫХ И ПРОРЫВНЫХ СТАРТАПОВ ДО СИХ ПОР МОЖНО ПЕРЕСЧИТАТЬ ПО ПАЛЬЦАМ ОДНОЙ РУКИ

РИА НОВОСТИ

В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОДАЖИ АКЦИЙ ВО ВРЕМЯ IPO MAIL.RU GROUP ИГОРЬ МАЦАНЮК ЗАРАБОТАЛ ОКОЛО $80 МЛН. ТЕПЕРЬ ОН ВКЛАДЫВАЕТ ЭТИ ДЕНЬГИ В СТАРТАПЫ

Михаил Токовинин, директор компании QSOFT, шутит, что у нас в стране «пузырь наоборот»: «Пузырь — это когда что-то, что стоит дешево, начинают оценивать за дорого, а потом оно вдруг снова дешевеет. У нас же с самого начала вбухивают неадекватное количество денег в сомнительный проект, потом понимают, что вложились в какую-то ерунду, и сами же закрывают. Да, есть отдельные фонды, отдельные проекты, отдельные сделки, но это скорее исключение».

Его не удивляет интенсивность отечественного стартап-движения «Нет ничего удивительного, что отдельные успешные бизнесмены решают выступить в роли одного из трех «F» (Friends, Family, Fools) и сыграть в рулетку интернет-стартапа. Деньги есть, вложения не смертельные, вкладывать все равно во что-то надо, а тут в случае успеха маячат фантастические прибыли. Тут еще и государство подключилось. Если кто-то наверху тратит миллиарды долларов на что-то инновационное, нет ничего

«В РОССИИ МЕНТАЛИТЕТ ТАКОВ, ЧТО РИСК НЕУДАЧИ ПРАКТИЧЕСКИ РАВЕН СМЕРТИ»

В свое время скидочный сервис KupiVIP, созданный предпринимателем ОСКАРОМ ХАРТМАННОМ, привлек рекордные $55 млн инвестиций. Следующим его проектом стала венчурная компания Fast Lane Ventures. Мы поговорили с Оскаром о национальных особенностях российских стартаперов.

BUSINESS GUIDE: Как вам пришла в голову идея KupiVIP?

ОСКАР ХАРТМАНН: Я приехал жить в Россию в 2007 году и увидел, что только здесь человек с доходом $15–20 тыс. может чувствовать себя плохо как потребитель. Тут работает закон трех компромиссов — покупателю приходится выбирать минимум из трех недостатков. К примеру, при покупке новой квартиры нужно смириться либо с трещиной в стене, либо с возможными юридическими проблемами, либо с плохим месторасположением. Тогда я придумал пять компаний, которые могли бы дать людям почувствовать себя лучше. Один из этих бизнесов — KupiVIP. Для реализации остальных я и создал Fast Lane Ventures.

BG: Некоторые жалуются, что все идеи, мол, давно придуманы…

О. Х.: Ну, есть несколько сфер, в которых у России уже все в порядке — например, я бы не стал создавать новые социальные сети. Точно так же, если открыть в Москве новый ресторан, это вряд ли поможет сильно улучшить общую картину рынка. Но в целом в России можно создать просто феноменальное количество бизнесов в не занятых еще сферах. Последний раз я наблюдал такую картину в Германии, откуда я сам родом.

Вообще это довольно распространенное заблуждение — считать, что главная ценность заключается в идее. Никакой ценности там нет вообще. Ноль. Есть ценность в деньгах, есть очень большая ценность в предпринимателе, и есть ценность в способности реализовывать проекты.

BG: Вообще порой создается ощущение, что сегодняшние стартаперы и инвесторы существуют в совершенно отдельных мирах, которые редко пересекаются.

О. Х.: Так оно и есть. Предприниматели, идеи и деньги существуют по отдельности в некоем социальном облаке, и экономика работает, только когда эти явления встречаются.

BG: А чем-нибудь стартаперы из России отличаются от, допустим, предпринимателей из Европы или США?

О. Х.: Для начала отметим, что в нашей стране 43% взрослого населения думает о том, чтобы создать собственную компанию. Эта предпринимательская готовность выше, чем в Германии и Франции, хотя и ниже, чем, например, в Китае. Русским присущи креативность и творческое мышление, кроме того, они могут черпать идеи с западных рынков, где множество проверенных западных бизнес-моделей. Однако сложность заключается в том, что в России риск неудачи практически равен смерти. Нет социальных подпорок, позволяющих выжить даже при полном банкротстве, нет никакой защиты. И нет культуры отношения к неудаче как к полезному опыту. Не получился проект, значит, все будут до конца дней считать тебя полным неудачником, не дадут денег в долг, не говоря уже об инвестициях.

Чтобы предприниматель, идея и деньги встретились, необходимо доверие. Это слово определяет все. Когда есть доверие, происходят трансакции, реализуются идеи. А когда доверия в обществе нет, наступает паралич экономики. Инвесторы не хотят давать деньги, предприниматели боятся делиться идеями. И в этих условиях начинают доминировать большие социальные или этнические группы, у которых все это есть внутри. Почему среди евреев так много успешных предпринимателей? Потому что они доверяют друг другу. Доверие нужно заслужить, это требует времени. Мы знаем истории о том, как кто-то взял деньги и все украл или у него ничего не получилось. А для создания позитивного фона необходимо множество историй успеха — когда инвестор вкладывает капитал и возвращает его с большим ROI. Все начинается с маленьких проектов, их успех создает почву для следующих уже крупных трансакций. А когда аккумулируются unsuccess stories, доверие уходит. В России много историй win-loose, loose-loose, loose-win, но практически нет win-win, когда все зарабатывают. Вот такая особенность менталитета.

Записал **СТАНИСЛАВ КУПРИЯНОВ**

удивительного, что появляется много желающих что-нибудь такое инновационное продать. Тем более что при таком покупателе нет необходимости делать это „что-то“ действительно инновационным».

Дмитрий Козлов, директор компании Defa Interaktiv, бренд-консультант агентства Plenum, настроен крайне негативно: «Стартап-индустрия размывает понятие профессионального маркетинга. Стартап-бренды чаще всего мертворожденные уродцы, плоды фантазии группы самонадеянных программистов, которым добрый „ангел“ дал денег на полгода безбедной жизни. Естественно, при таком положении дел ни о каком серьезном анализе рынка, на котором будет выступать будущий бизнес, речи не идет. В то же время сами сотрудники такого стартапа получают ложную установку: чтобы сделать бизнес, не требуется ничего, кроме веры в себя и капельки везения. У молодых людей пропадает желание анализировать, взвешивать, тестировать, сомневаться, заботиться о продажах, наконец». По мнению господина Козлова, все это ведет к негативным последствиям: вымывание молодых специалистов из реального сектора, снижение уровня требований к маркетинговому специалисту, низкое качество проработки идей, замусоривание информационного пространства, в том числе прямой обман потребителя: под видом готовой услуги представляется пустая оболочка.

Елена Алексеева соглашается, что достойных проектов мало, но они все же есть. «Российское предпринимательство все-таки находится в этапе становления, и мы это прекрасно понимаем,— говорит госпожа Алексеева.— В нашем контексте это означает, что не имеет смысла делать фонды большого размера и ставить целью скорость инвестирования. Лучшее правило здесь — семь раз отмерь, один отрежь». По мнению Елены Алексеевой, индустрия инвесторов и предпринимателей в России молода и то, что сейчас происходит, дает уникальные возможности учиться. «Мы как фонд понимаем, что нам самим иногда не хватает знаний, которые есть у западных фондов, и самым серьезным образом относимся к изучению опыта как инвестирования, так и предпринимательства»,— говорит директор по инвестициям Softline.

При этом госпожа Алексеева уточняет, что цель фонда Softline Venture Partners на самом деле шире, чем просто финансовый доход от инвестиций. Он ищет новые перспективные сферы бизнеса для Softline в целом. И даже если инвестиция в конкретную компанию окажется не столь выгодной, как ожидалось, но позволит всей группе компаний увидеть интересный бизнес-сегмент, это не так уж и плохо.

В 2011 году фонд Softline Venture Partners проинвестировал три проекта: Magazinga, конструктор магазинов для соцсетей; «Первый виртуальный», инновационный IP-оператор для СМБ; Copiny, CRM-платформу для выстраивания коммуникации в интернете и соцсетях. «Первый виртуальный» был запущен совместно с фондом посевных инвестиций РВК, общий объем финансирования составил порядка $1 млн. BCopiny и Magazinga вложили по $500 тыс. Елена Алексеева утверждает, что эти проекты уже заняли свои ниши на рынке, более того, они не уступают своим западным аналогам.

В начале октября компания принялась искать объекты для инвестирования за пределами России, а именно во Вьетнаме. Там был объявлен конкурс идей в сфере разработки программного обеспечения и интернет-приложений среди молодежи Dev Generation Vietnam. Победитель конкурса получит инвестиции на реализацию своего проекта в размере скромных $20 тыс. Конкурсная комиссия Dev Generation Vietnam будет рассматривать все присланные проекты в области IT, однако приоритетом являются «облачные» сервисы, электронная коммерция, приложения для соцсетей и мобильных устройств, а также корпоративное ПО.

В России суммы, необходимые для запуска стартапа, обычно больше. Авторы идей, обратившиеся в инкубатор «Главстарт», созданный Аркадием Морейнисом (основатель price.ru, бывший топ-менеджер «Рамблера»), могут рассчитывать на объем финансирования до $100 тыс. Там идеи доводят до стадии готового продукта с расчетом на привлечение инвесторов второго раунда. На сегодняшний день на сайте «Главстарта» предлагается доля в трех проектах, прошедших через эту фабрику стартапов. Menutka — сервис, с помощью которого люди ищут конкретные блюда из меню ресторанов по различным параметрам, в том числе рейтингам и отзывам других людей. Важной особенностью авторы проекта считают то, что сервис может давать персональные рекомендации, основываясь на вкусах пользователя. В дальнейших планах — масштабирование сервиса и добавление в него возможности формирования электронного меню, бронирования столиков, а также выход на рынок доставки готовых блюд. Есть приложение Menutka для iPhone.

Всего с момента основания в 2010 году «Главстарт» проинвестировал в 12 проектов. А также способствовал получению финансирования еще 19 стартапами от других инвесторов. Прогресс налицо: в прошлом году Аркадий Морейнис проинвестировал единственный стартап. Но до цели, которую перед «Главстартом» ставит основатель фабрики — 100 проектов в год, еще очень далеко.

ВОДА В СТУПЕ Безумная активность российского стартаперского движения не приносит пока существенных результатов. «Главстарт» пока сильно не дотягивает до американского инкубатора Y Combinator, на который пытается равняться. «Старший брат» вырастил с 2005 года более 300 стартапов со средней начальной суммой финансирования $18 тыс.

Тем не менее основатель и управляющий партнер венчурного фонда Almaz Capital Partners и член совета директоров «Сколково» Александр Галицкий говорит, что бизнес-качество команд, проработанность проектов значительно выросли в сравнении с 2004 и даже 2009 годами. Но, по его словам, есть и другой момент: большинство стартапов ориентировано на создание сервисных компаний с использованием общедоступных интернет-технологий. «И пусть создаются интересные ремейки западных сервисов, от Facebook до Groupon, все это я отношу к „эксплуатации браузера“. Количество стартапов, которые пытаются построить платформенные или общесистемные решения, очень мало»,— говорит господин Галицкий.

Стремясь внести вклад в оздоровление бизнес-климата, в этом году Игорь Мацанюк, бывший основатель холдинга Astrum Online Entertainment и вице-президент компании Mail.ru, в партнерстве с основательницей хедхантингового агентства PRUFFI основал «Академию стартапов Farminers». «Решение инвестировать в стартапы у меня созрело давно: наличие определенной критической массы денег и экспертизы приводят к желанию инвестировать не только в собственный бизнес, но и в идеи, людей, технологии. Кроме того, мне хотелось изменить формат взаимодействия инвестора и стартапа — сделать его более человечным, что ли. Инвесторы предпочитают вкладываться в цифры и тренды, а я за годы работы над игровыми проектами привык больше всего ценить команду и людей, которые горят делом»,— объясняет господин Мацанюк.

Чтобы заинтересовать своей идеей, достаточно отправить в «Академию проектов Farminers» письмо. Далее проект будет оценен на соответствие следующим критериям: глобальность, массовость, виральность, трендовость и мобильность. Особенный акцент Игорь Мацанюк рекомендует делать на мобильность проекта: «В ближайшие годы нас ожидает взрывной рост рынка устройств на базе Android — мы говорим о миллиарде смартфонов и планшетов. Всем надо внимательно смотреть в эту сторону».

Помимо специализированных фондов и инкубаторов инвестиции можно найти под венчурные проекты также в интернет-холдингах. В сентябре компания «Яндекс» объявила о том, что ищет стартапы, правда не только в России, а по всему миру. Компания будет делать это через Startup Labs и собирается вкладывать до $30 тыс. в каждый приглянувшийся проект.

Mail.ru Group также готова выделять финансирование стартапам. Дмитрий Гришин, генеральный директор холдинга, говорит: «Для нас интересны проекты, которые органично вписываются в нашу стратегию Communitainment (Communications + Entertainment), могут стать хорошим дополнением для ключевых проектов компании — почты, социальных сетей, мессенджеров. Кроме того, мы в принципе заинтересованы в поиске и привлечении команд сильных, профессиональных разработчиков». При этом исторически Mail.ru Group всегда предпочитала покупать уже успешные проекты. «Но это не значит, что у нас есть какая-то принципиальная позиция или предубеждение по отношению к инвестициям в небольшие компании»,— комментирует господин Гришин. По его словам, российскими пользователями востребовано все, что связано с коммуникационными сервисами, онлайн-играми, мобильным интернетом. «E-commerce также, на мой взгляд, перспективное направление, хотя проектам в этой сфере приходится довольно сложно — тут и сложности с доставкой в российских территориальных масштабах, и низкий уровень проникновения электронных платежей и многое другое»,— заключает господин Гришин. ■

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

ПАРАНОИД АНДРОИД

ПО ДАННЫМ IDC, В ЭТОМ ГОДУ В МИРЕ БУДЕТ ПРОДАНО 450 МЛН СМАРТФОНОВ — НА 50% БОЛЬШЕ, ЧЕМ В 2010 ГОДУ. ПОКА СРЕДИ МОБИЛЬНЫХ ОПЕРАЦИОННЫХ СИСТЕМ ЛИДЕРСТВО СОХРАНЯЕТ ANDROID, ОДНАКО КАК БУДЕТ ВЫГЛЯДЕТЬ РЫНОК ХОТЯ БЫ В СЛЕДУЮЩЕМ ГОДУ, ТОЧНО НЕ ЗНАЕТ НИКТО. НИКОЛАЙ АНДРОНИКОВ

ИЗ 270 000 ПЛАНШЕТОВ HP ПОД УПРАВЛЕНИЕМ WEBOS, ПОСТАВЛЕННЫХ В СЕТЬ МАГАЗИНОВ BESTBUY, ПРОДАТЬ УДАЛОСЬ ЛИШЬ 10%

REUTERS

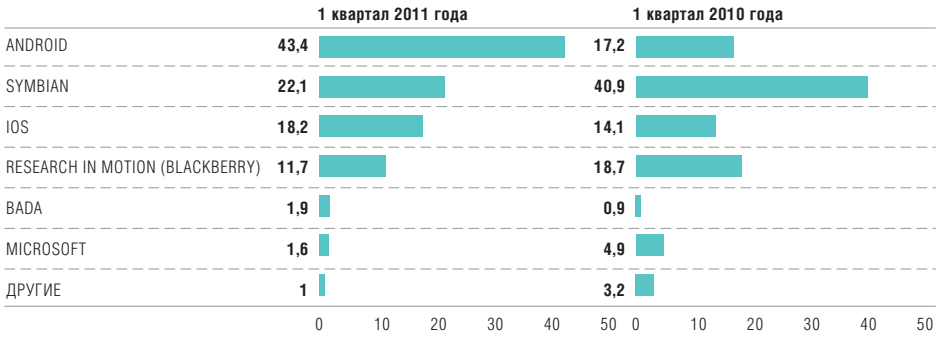
ЭПОХА ПЕРЕМЕН Согласно ряду экспертных оценок, на мировом рынке доля смартфонов в общем объеме мобильных устройств составляет уже 40%. «Очевидно,— рассуждает Татьяна Земцова, аналитик ИК ФИНАМ,— что уже в среднесрочной перспективе смартфоны займут доминирующую долю, вытеснив „простые“ устройства на периферию рынка». Основными факторами роста она называет быстрое развитие широкополосных сетей, снижение стоимости доступа к ним и увеличение их пропускной способности. «На фоне насыщения рынка голосовых услуг сегмент передачи данных выступает ключевым драйвером развития рынка. Противостояние основных операторов в последнее время носит все более выраженный характер — основным бенефициаром дальнейшего роста индустрии будет та компания, которой удастся занять со своей операционной системой доминирующую долю»,— заключает госпожа Земцова.

Однако расстановка сил на глобальном рынке смартфонов меняется быстрее, чем аналитики успевают делать комментарии. Еще год назад — в третьем квартале 2010 года — лидером рынка оставалась финская корпорация Nokia, занимавшая в общем числе мировых поставок мобильных телефонов долю 28,16%. Сегодня Nokia несет убытки (€368 млн по итогам второго квартала 2011 года), закрывает заводы и увольняет сотрудников тысячами. А рыночная доля поддерживаемой финнами операционной системы Symbian упала до 22,1%. Канадский производитель смартфонов Blackberry, компания Research In Motion, четыре года назад занимала 50% своего основного американского рынка, а сейчас этот показатель составляет всего 15%, говорит IDC. Во втором квартале 2011 года компания отметила десятипроцентное снижение выручки, и, судя по всему, это еще не предел — на финансовых показателях RIM обязательно скажется грандиозный провал планшетного компьютера BlackBerry PlayBook: 200 тыс. проданных экземпляров против ожидаемых 1,5 млн.

Сегодняшним безусловным лидером является операционная система Android, принадлежащая корпорации Google. Главная особенность Android — ее открытость: платформа основана на ядре Linux, а ее развитием занимается группа Open Handset Alliance, объединяющая компании HTC, Intel, NTT DoCoMo, NVIDIA и другие. Первый аппарат на этой ОС появился в сентябре 2008 года — это был смартфон T-Mobile G1 тайваньской компании HTC. Вскоре к работе подключились другие производители, и если в 2010 году каждый день в мире активировалось 160 тыс. устройств под управлением Android, то в текущем году этот показатель достиг 500 тыс. устройств ежедневно. По данным Gartner, во втором квартале 2011 года на долю системы приходилось 43,4% рынка смартфонов. Но будут ли небывалые темпы роста доли Android сохраняться и дальше? Как в пользу этой версии, так и против нее имеется пока примерно одинаковое количество аргументов.

В АВГУСТЕ GOOGLE ОБЪЯВИЛА О ПРИОБРЕТЕНИИ КОМПАНИИ MOTOROLA. СУММА СДЕЛКИ СОСТАВИЛА $12,5 МЛРД — И ЭТО САМОЕ КРУПНОЕ ПРИОБРЕТЕНИЕ GOOGLE ЗА ВСЮ ИСТОРИЮ

МНОГО ЛОЖЕК ДЕГТЯ Несмотря на мощную поддержку гиганта рынка информационных технологий, платформа Android за годы своего развития столкнулась с целым рядом трудностей. Как и ее многочисленные пользователи. Например, компания Microsoft «разрешает» устанавливать свою операционную систему Windows



МИРОВОЙ РЫНОК СМАРТФОНОВ С УЧЕТОМ ОПЕРАЦИОННЫХ СИСТЕМ (%) ИСТОЧНИК: GARTNER, АВГУСТ 2011 ГОДА.

Phone на мобильные устройства строго определенной мощности. Google, раздавая лицензии на установку платформы налево и направо, никаких ограничений не устанавливает. Как результат — Android довольно неприятно тормозит на бюджетных версиях телефонов. Кроме того, владельцы Android-смартфонов не слишком торопятся тратить деньги на мобильные приложения. Гордость Apple магазин приложений App Store принес компании за прошлый год $1,8 млрд при 350 тыс. имеющихся в наличии программ. Android Market содержит 250 тыс. приложений, однако принес за год в 17 раз меньше.

Кроме того, платформа существует лишь до тех пор, пока к ней проявляют интерес другие производители. Android помог азиатским компаниям (HTC и Samsung в первую очередь) закрепиться на американском рынке, но компании все больше начинают поглядывать в сторону развития своих операционных систем. Причин несколько. Платформа Android считается открытой, но это формальность: чтобы использовать на своем смартфоне возможности Google Maps и Android Market, необходимо пройти сложный процесс сертификации. При этом Google будет самолично решать, на каких устройствах можно использовать Android, а на каких — нет. Причем отказ в сертификации автоматически закроет устройству доступ на американский рынок. Именно так произошло в середине года с компанией Motorola, которой было отказано в сертификации смартфонов с программным обеспечением Skyhook на борту.

Находиться в зависимости от поставщика системы не очень-то удобно. И производители «железа» это прекрасно понимают. Понимает это и Google, поэтому и экспериментирует с продажами телефонов под собственным брендом. Впрочем, производителем аппаратов Google Nexus One и S оставались все те же Samsung и HTC. Но сложившаяся ситуация может перемениться.

ЗОЛОТЫЕ ПАТЕНТЫ В августе Google объявила о приобретении компании Motorola. Сумма сделки составила $12,5 млрд — и это самое крупное приобретение Google за всю историю. Смысл покупки становится ясен, если представить современный рынок мобильных устройств как поле боя, где сражение ведут в основном юристы, обвиняя противника в нарушении тех или иных патентов и заставляя платить отступные. Так, например, компания HTC уже выплачивает $5 с каждого Android-смартфона компании Microsoft, чьи патенты она якобы нарушает. Больше года длится тяжба между Google и Oracle: последняя обвиняет IT-гиганта в использовании в своей операционной системе технологий Java, права на которые принадлежат Oracle. Если Oracle выиграет, Google придется платить определенную сумму с каждого проданного Android-смартфона. И в этой ситуации Motorola — один из создателей мобильного телефона как такового — с ее базой в 24,5 тыс. патентов являет собой универсальный инструмент противодействия. При особом желании Google могла бы обвинить в нарушении патентов кого угодно и заблокировать продажи смартфонов конкурентов как минимум на территории США.

ЕСЛИ В ПРОШЛОМ ГОДУ КАЖДЫЙ ДЕНЬ В МИРЕ АКТИВИРОВАЛОСЬ 160 000 УСТРОЙСТВ ПОД УПРАВЛЕНИЕМ ANDROID, ТО СЕЙЧАС ЭТОТ ПОКАЗАТЕЛЬ ДОСТИГ 500 000 УСТРОЙСТВ ЕЖЕДНЕВНО

Другой причиной приобретения Motorola может быть вероятность производства компанией Google смартфонов под собственным брендом. Это поможет Google уменьшить свою зависимость от азиатских производителей. В конце 2009 года компания Samsung анонсировала собственную мобильную платформу Bada. Сначала анонс был воспринят публикой и аналитиками достаточно сдержанно. Однако только в России доля Bada на рынке операционных систем для смартфонов уже составила 11% (против 0,2% годом ранее). По прогнозу Samsung, к ноябрю общемировые продажи смартфонов под управлением этой ОС превысят 10 млн единиц.

Кроме того, о возможности покупки собственной операционной системы стали говорить в HTC.Кандидатом стала система WebOS, купленная в свое время корпорацией HP у компании Palm. В результате из 270 тыс. планшетов HP под управлением этой ОС, поставленных в сеть магазинов BestBuy, продать удалось лишь 10%. Смартфоны на WebOS продавались немногим лучше. Поэтому в середине августа HP объявила о прекращении развития этой платформы, а по рынку поползли слухи о ее возможной покупке.

Также на ситуацию на рынке может повлиять корпорация Microsoft, заключившая альянс с финским производителем телефонов Nokia. Согласно условиям сделки, последующие смартфоны будут работать под управлением системы Windows Phone. «В этом альянсе вполне вероятен положительный синергетический эффект, — объясняет Татьяна Земцова. — Для WP7 сотрудничество как минимум сформирует сильный канал сбыта для операционной системы (корпорация остается крупнейшим вендором телефонов, и установка WP на наиболее тиражируемые модели, безусловно, даст результат), а дополнительным фактором поддержки может стать интеграция и совместное использование наиболее удачных решений». В результате, по прогнозу Digitimes, в четвертом квартале Microsoft вполне по силам отхватить 5% мирового рынка.

В России распределение рыночных долей ненамного отличается от общемирового: 44% все еще занимает Symbian, 29% — Android, 10% — Bada, 15% — iOS. Однако российские продажи первого смартфона на Windows Phone начались лишь в октябре — им стал аппарат HTC Mozart. Андрей Кормильцев, глава представительства HTC в России и странах СНГ говорит: «Первые продажи модели HTC Mozart показали высокий интерес покупателей к нашему предложению. При хорошем принятии рынком устройств на базе новой WP объемы продаж смартфонов HTC на этой операционной системе могут вырасти на 25–30% в течение ближайшего года. Причем на эти показатели не повлияет выход на российский рынок новых WP-смартфонов других производителей».

Пока HTC Mozart продается эксклюзивно в салонах сети «Связной». В «Евросети», как рассказала PR-директор Ульяна Смольская, первый Windows phone появится в ноябре: это будет новая модель от Samsung. По ее словам, устройства на базе этой ОС смогут занять примерно 15% рынка смартфонов уже в следующем году. ■

Реклама

RESERVED

IBS. Будущее для вас.

В бизнесе побеждает тот, кто умеет ставить перед собой высокие цели и находить новые способы их достижения. Настоящие профессионалы выбирают только те пути, которые приводят к эффективным решениям. Эти решения работают уже сегодня и помогают нашим клиентам приумножить свои достижения в будущем.
IBS. Лидер российского рынка консалтинга и информационных технологий.

www.ibs.ru

IBS

ЧУВСТВО ОБЛАКА

УСЛУГИ CLOUD COMPUTING СТАЛИ САМЫМ БЫСТРОРАСТУЩИМ СЕГМЕНТОМ IT-РЫНКА. В ПРОШЛОМ ГОДУ РЫНОК «ОБЛАЧНЫХ» УСЛУГ В РОССИИ, СОГЛАСНО ДАННЫМ АНАЛИТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ IDC, СОСТАВИЛ БОЛЕЕ $35 МЛН. А К 2015 ГОДУ, ПО ЕЕ ПРОГНОЗУ, ОН ДОСТИГНЕТ $1,2 МЛРД. КТО И КАК БУДЕТ НА ЭТОМ ЗАРАБАТЫВАТЬ И ЗА ЧТО ИМЕННО БУДУТ ПЛАТИТЬ ЗАКАЗЧИКИ «ОБЛАЧНЫМ» ПРОВАЙДЕРАМ? СВЕТЛАНА РАГИМОВА

СИНДРОМ ОПРАВДАННЫХ ОЖИДАНИЙ «Облачные» услуги стали самым быстрорастущим сегментом IT-рынка как в России, так и в мире: по прогнозу Gartner, ежегодный прирост мирового рынка услуг cloud computing составит 19% в течение пяти лет, что означает $176,8 млрд к 2015 году. Неудивительно, что именно в этой сфере конкуренция обещает быть особенно яростной. На поле битвы выходят новые игроки, за внимание клиентов соревнуются системные интеграторы с вендорами и мобильные операторы в сотрудничестве с интернет-компаниями.

А некоторые компании действуют на рынке услуг cloud computing уже несколько лет. Первые сервисы по предоставлению ПО в аренду по модели SaaS мы изучали в одном из приложений BG «Информационные технологии» больше года назад. Владимир Савченко, руководитель отдела по работе с корпоративными клиентами департамента «облачных» технологий Softline, рассказывает, что изменилось за это время: «За прошедший год российский рынок „облаков“ продемонстрировал рост, который явно свидетельствует о зрелости рынка и увеличении спроса на „облачные“ сервисы. Облака выбирают не только компании малого и среднего бизнеса, заинтересованные в уменьшении издержек на IT. Этап становления российского рынка облачных технологий завершился — это уже не модный тренд, а закономерность, даже необходимость для некоторых сегментов бизнеса. За 2011 год мы планировали удвоение оборота 2010 года и по результатам первого полугодия точно добьемся поставленных целей».

В прошлом году в Softline полагали, что к ее сервису будет подключаться по 50 новых клиентов в месяц. Оказалось, что 30–40, зато это более крупные фирмы, чем ожидалось. По словам господина Савченко, в 73,6% случаев клиенты используют «облачную» корпоративную почту и средства совместной работы из «облака». Антиспамовые и антивирусные системы защиты составляют 15,2% от общего объема продаж SaaS-продуктов, решения для видеоконференций — 7,4%, прочие сервисы — 3,8%.

В АССОРТИМЕНТЕ В 2009 году в России модель предоставления ПО в аренду была самой популярной среди услуг публичных «облаков». Тогда аналитики IDC утверждали, что на нее приходится 94% этого сегмента, что составило в 2009 году $4,5 млн. Роман Волков, глава представительства NetApp в России и странах СНГ, рассказывает, что решения Software-as-a-Service имеют более долгую историю, чем Infrastructure-as-a-Service. Именно поэтому 83% поставщиков «облачных» услуг в мире, согласно отчету ESG, предоставляют SaaS. По словам господина Волкова, наиболее востребованным сервисом SaaS является CRM, а для IaaS — ресурсы хранения Storage capacity On Demand.

Владимир Бедрак, архитектор комплексных решений компании «Астерос», считает, что сегодня в России наиболее активно предоставляются услуги в форме IaaS-модели, которая предполагает в качестве сервиса использование удаленных серверов, сетевых соединений, систем хранения данных. Клиенту в этом случае нет необходимости выделять значительные средства на создание и под-

В ПРОШЛОМ ГОДУ ОБЪЕМ РЫНКА ПУБЛИЧНЫХ «ОБЛАЧНЫХ» УСЛУГ В РОССИИ СОСТАВИЛ $13 МЛН, ТОГДА КАК «ЧАСТНЫЕ „ОБЛАКА“» ПРИНЕСЛИ ИГРОКАМ РЫНКА $22,08 МЛН

PHOTOXPRESS

РЫНОК «ОБЛАЧНЫХ» УСЛУГ НЕ ТОЛЬКО СУЛИТ БОЛЬШИЕ ДЕНЬГИ, НО И ОБЕЩАЕТ СОВЕРШИТЬ ПЕРЕВОРОТ В IT-СФЕРЕ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ

держку собственной инфраструктуры. Среди наиболее успешных поставщиков IaaS-решений IDC называет в своем отчете Parking.ru, Oversun Scalaxy, IT Grad и Softline.

По словам Василия Ваганова, регионального директора Veeam в России и СНГ, предложение «облачных» услуг на российском рынке пока еще очень невелико. А инфраструктурные «облака» и вовсе находятся на начальном этапе развития. «По сути, единственное, что сейчас можно получить за пределами базовой инфраструктуры виртуальных серверов,— это сервисы электронной почты со встроенным антивирусом и антиспамом, корпоративные порталы и зачатки „облачной“ бухгалтерии,— перечисляет господин Ваганов.— При этом, как мне видится, с появлением новых сервисов ERP, CRM и других специализированных решений никаких явных проблем с переходом на „облака“, особенно в сегменте СМБ, не будет. Для среднего и малого бизнеса „облака“ очень выгодны, поскольку дают возможность сэкономить на содержании внутренней IT-службы, а также на масштабе внедряемых решений».

Василий Ваганов указывает на то, что для развития SaaS в России есть препятствия юридического характера: «Законодательная база для подобных IT-сервисов в России явно хромает: нет четкого определения, считать ли „облачные“ приложения услугой или ПО; также не ясно, как это облагается налогами и как соотносится с вопросами интеллектуальной собственности. Пока использование „облачных“ IT-сервисов не будет подкреплено юридически, бизнес и дальше будет относиться к ним с недоверием».

НА КРАЮ ПЛАТФОРМЫ

Среди платформ, на базе которых построены наиболее популярные в России SaaS-решения, IDC отмечает продукты Microsoft, Salesforce.com, Google и Oracle. А среди дистрибуторов-провайдеров упомянуты российские компании CT Consulting, Softline, «Мегаплан» и «Техносерв Консалтинг».

Однако соотношение платформ в этом году может измениться. В конце сентября состоялся долгожданный релиз на российском рынке «облачной» платформы Windows Azure, доступной на Западе уже несколько лет. Это простая в использовании и мощная «облачная» платформа Microsoft, предоставляемая по модели PaaS. Она предназначена для компаний любого размера, которые разрабатывают программные решения и сервисы как для собственных нужд (внутренние отделы разработки), так и для заказчиков (компании-разработчики). Windows Azure построена на открытых стандартах и легко интегрируется как с платформами Microsoft, например SharePoint 2010 или Windows Phone, так и с платформами других производителей. Кроме того, платформа позволяет решать самый широкий круг задач в области разработки. Это может быть создание корпоративных приложений, веб-сайтов, мобильных приложений для конечных пользователей и т. д.

Одним из первых пользователей Azure стала компания Arzeda, состоящая из четырех человек, которая специализируется на биотехнологиях, разрабатывает новые ферменты и использует Azure для сложных процессов обработки данных. Еще один клиент Microsoft из числа крупных компаний — Siemens IT Solutions and Services, разработавшая систему удаленного сервиса для более чем 80 тыс. устройств по всему миру. Сервис позволяет пользователям распространять пакеты программного обеспечения на устройства по всему миру через соединения с виртуальным частным «облаком». Чтобы сделать обновления ПО и загрузки более эффективными, снизить затраты и предоставлять более комплексные наборы ПО для устройств, Siemens сейчас может использовать платформу Windows Azure для устройств, напрямую подсоединенных к интернету. Компания таким способом может динамично расширять объем распространения программного обеспечения по всему миру, сокращая расходы, расширяя сервисы и избегая новых крупных затрат. Элмар Стоекер, директор Portfolio Management, Siemens IT Solutions and Services, комментирует: «Система доставки ПО на основе Windows Azure в десять раз дешевле нашего старого решения». А Kia Motors America сэкономила $100 тыс. на запуске веб-сайта в «облаке». Пример из российской действительности — Мариинский театр, который организовал с помощью Windows Azure онлайн-трансляции спектаклей для всех желающих. Организации не пришлось покупать, настраивать и обслуживать большое количество аппаратуры.

Сергей Мацоцкий, генеральный директор IBS, рассказывает, что его компания уже работает с Azure и видит хорошие перспективы: «Microsoft имеет гигантский опыт работы с корпоративным рынком. И это вселяет уверенность в то, что Azure будет хорошей платформой для корпоративных приложений. Многое будет зависеть от того, будет ли доступно клиентам Windows Azure Platform Appliance, которое позволит получить в частном „облаке“ те же возможности, которые сейчас есть в публичном „облаке“ Microsoft».

Однако Юлия Майорова, руководитель дирекции развития бизнеса компании Orange Business Services в России и странах СНГ, считает иначе: «MS Azure, как мы ее видим на данный момент,— это в первую очередь платформа для разработки ПО и решений на базе ПО Microsoft. Соответственно, целевая аудитория — это экосистема Microsoft ISV и в меньшей мере корпоративные клиенты с большими потребностями в тестировании систем, строящихся на продуктах MS. К размещению производственных бизнес-приложений корпоративных заказчиков Azure пока не готова как с точки зрения полноты функционала управления, производительности и надежности, так и по уровню затрат».

Руслан Заединов, заместитель генерального директора, руководитель направления центров обработки данных компании КРОК, рассказывает, что все наиболее известные платформы созданы с учетом задач и специфики западных потребителей, но особых отличий от них у российских пользователей нет, поэтому платформы могут активно использоваться. «Однако в нашей практике есть достаточно показательный случай, когда компания перешла с западной платформы в наше „облако“ из-за проблем с каналами связи,— вспоминает он.— На сегодня внешние условия таковы, что платформы будут по-настоящему успешны в нашей стране, только если будут российскими. Если вендоры будут занимать пассивную позицию, пытаясь просто перепродавать услуги в России через партнеров, то сложно ожидать, что этот рынок станет массовым».

ПУБЛИЧНОСТЬ ПРОТИВ PRIVACY

В прошлом году объем рынка публичных облачных услуг в России составил $13 млн, тогда как private cloud (частные «облака») принесли игрокам рынка $22,08 млн. Корпоративные клиенты пока предпочитают прятать свои данные в закрытых инфраструктурах.

О причинах сложившейся ситуации рассуждает Сергей Мацоцкий: «Если брать глобально, то масштаб потребления услуг в публичных „облаках“ в России пока минимальный. Понятно, что если считать электронную почту на yandex.ru или gmail.com „облачной“ услугой (а это так и есть), то можно сказать, что движение есть. Есть какие-то признаки того, что начинают пользоваться и более серьезными „облачными“ приложениями. Но по сравнению с западным это пока незначительный уровень. И все это справедливо для среднего и малого бизнеса. Для крупных клиентов мейнстримом останутся частные „облака“ — по крайней мере, на ближайшие лет пять. И здесь прогресс очевиден: частные „облака“ строятся и используются уже очень активно».

IDC выделяет две основные формы предоставления «облачных» услуг: проектные услуги (выбор, внедрение, интеграция и обучение) и услуги операционного управления (плата за пользование сервисом, включая управление биллингом, учитывающим неравномерность потребления). Обе формы присутствуют как в сегменте частных «облаков», так и в сегменте публичных.

Доля проектных услуг по построению частных «облаков», по подсчетам компании, составила в прошлом году 73%, то есть принесла игрокам более $16 млн. В списке лидирующих поставщиков по предоставлению услуг частного «облака» IDC отмечает HP, IBM и «Астерос». Владимир Бедрак рассказывает, что услуги по построению частных «облаков» заказывают в основном крупные предприятия финансового, страхового и телекоммуникационного секторов с собственной мощной инфраструктурой, в управлении которой не хватает гибкости и легкости. Капитализация бизнеса таких компаний напрямую зависит от реализованных внутри организации технологий. А публичные «облака» в большей степени интересны сектору SMB, компании которого предпочитают вместо создания сложных IT-инфраструктур и покупки серверного оборудования использовать отдельные приложения (корпоративную почту и порталы, складские и бухгалтерские программы).

Руслан Заединов добавляет: «С одной стороны, можно согласиться с западными аналитиками и вендорами, которые говорят, что частные „облака“ — это основной тренд, а публичные — будущее. Все понимают, что максимальную выгоду можно получить, только используя публичное „облако“, так как частное все равно обладает ограничениями, схожими с теми, что есть в традиционных „статичных“ дата-центрах. Но как быть компаниям, которые не готовы, например, по соображениям безопасности к переходу в публичное „облако“? Искать компромисс». Несколько заказчиков КРОК стали обладателями частного «облака», находящегося на хостинге у этого системного интегратора. «Облако» создано специально для опреде- →

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

AFP

В КОНЦЕ СЕНТЯБРЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ НАКОНЕЦ-ТО ПОЯВИЛАСЬ «ОБЛАЧНАЯ» ПЛАТФОРМА WINDOWS AZURE, ДОСТУПНАЯ НА ЗАПАДЕ УЖЕ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ

ленной компании в дата-центре КРОК, специалисты которой управляют им. Это гибридная модель, которая, учитывая российскую специфику, обещает стать популярной.

БОИ БЕЗ ПРАВИЛ Рынок «облачных» услуг не только сулит большие деньги, но и обещает совершить переворот в IT-сфере с точки зрения конкуренции. Привычки, выработанные за 20 лет существования отрасли, меняются. Вендоры напрямую работают с клиентами, в конкуренцию вступают мобильные операторы.

Сергей Мацоцкий не берется делать всеобъемлющих предсказаний, но совершенно уверен в том, что рынок перераспределится: «Роли многих партнеров изменятся, для некоторых, возможно, вообще не найдется места. Что произойдет, покажет время. Могу высказать предположения. Самое очевидное — то, что под угрозой окажутся прежде всего классические дистрибуторы и реселлеры аппаратного обеспечения. Рынок „железа“ станет более концентрированным. Основными потребителями серверов станут провайдеры услуг дата-центра, которые будут осуществлять закупки напрямую у вендоров. В свою очередь, рабочие станции в эпоху „облачных“ вычислений будут представлять собой тонкие клиентские устройства (например, планшеты), которые пользователи будут просто приобретать в розничном магазине. Может быть, это пока смелый прогноз, но тенденция именно такова. Соответственно, какова будет роль дистрибуторов и реселлеров на „железном“ рынке, не понятно».

Дистрибуция ПО уже сейчас в значительной степени перешла в электронную форму. А в будущем, по словам экспертов, весь этот бизнес будет существовать только в онлайне, примерно как магазин приложений AppStore.

«На рынке IT-интеграторов, наверное, также произойдет поляризация,— добавляет генеральный директор IBS.— Там, где будут реализовываться крупные сложные проекты на технологиях private cloud, это будет работа для крупных высококвалифицированных интеграторов. А что касается услуг public cloud, основным потребителем которых будет средний и мелкий бизнес, то их будут оказывать провайдеры публичных облаков самостоятельно. Какую позицию в этой конфигурации займут телекомы — не берусь прогнозировать, но мировой опыт показывает, что они скорее готовы покупать готовые успешные бизнесы, чем строить свои».

Ведущий аналитик IDC Александр Прохоров комментирует: «Мобильные операторы обладают всем необходимым для предоставления „облачных“ услуг. У них есть для этого инфраструктура, дата-центры. Кроме того, в случае с моделями PaaS и IaaS, которые востребованы корпоративными заказчиками, необходимы также высокоскоростные каналы связи с „облаком“. Сетевая инфраструктура у мобильных операторов также имеется. Поэтому логично, что происходит конвергенция IT и телекома — мобильные операторы идут на рынок IT. Облачные проекты есть у всех федеральных мобильных операторов. „Ростелеком“ участвует в проекте электронного правительства как облачный провайдер, а „дочка“ этой компании РТКОМ открыла SaaS-площадку. Начинает предоставлять „облачные“ сервисы „МегаФон“ в Самаре и Новосибирске». Недавно о планах по формированию пакета облачных услуг заявили в МТС.

Владимир Бедрак уверен в том, что интернет-компании и мобильные операторы при помощи интеграторов будут строить «частные „облака“», чтобы потом на их базе предоставлять услуги своим конечным пользователям. «Но пока эти три группы участников „облачного“ рынка не являются прямыми конкурентами,— добавляет он.— Несмотря на то что интеграторы и телеком-операторы предоставляют схожие услуги, их клиенты различны. Первые ориентированы на работу с крупными компаниями, вторые — на сектор SMB».

Юлия Майорова также отводит мобильным операторам нишу услуг, рассчитанных в первую очередь на физических лиц и небольшие компании. Она поясняет, что этот круг потребителей заинтересован в первую очередь в базовых сервисах коммуникации, коллективного взаимодействия и контенте. Это сектор услуг SaaS.

Операторы связи (и не только мобильные), по словам руководителя направления маркетинга «облачных» технологий Microsoft Юрия Ларина, будут играть одну из ключевых ролей в распространении соответствующих сервисов. Потому что именно они способны донести услугу до потребителя. «Процесс коммодитизации услуг связи подталкивает операторов связи к созданию новых, желательно уникальных добавленных сервисов, которые могут в дальнейшем стать залогом стабильности и роста их бизнеса»,— рассуждает господин Ларин. При этом Microsoft не рассматривает операторов связи как конкурентов. «Напротив, мы видим в них партнеров по предоставлению „облачных“ услуг и считаем, что бизнес Microsoft и бизнес операторов связи может и будет успешно развиваться вместе, о чем, кстати, свидетельствует международный опыт. В целом партнер может значительно дополнить предоставляемые Microsoft „облачные“ сервисы, и мы видим перспективу для бизнеса наших партнеров в этом направлении,— добавляет он.— В России мы плотно работаем с операторами и заключили ряд „облачных“ соглашений. Например, синдикационное соглашение с компанией „Вымпелком“, основываясь на котором оператор будет предоставлять своим абонентам „облачный“ сервис Office365. Или соглашение о намерениях с „Ростелекомом“, в рамках которого Microsoft будет участвовать в создании интероперабельной, открытой платформы для государственных и коммерческих организаций. Многие российские операторы уже предлагают решения нашей компании по модели SaaS (ПО в аренду)».

Владимир Савченко более скептичен: «Действительно, мобильные операторы активно заинтересовались облаками и уже вывели на рынок свои варианты сервисов. Преимущества мобильных операторов на этом рынке — существенный пул клиентов, однако основной вид деятельности налагает определенные ограничения на развитие мобильными операторами „облачных“ направлений в своем составе».

Госпожа Майорова также полагает, что по мере роста доли «облачных» услуг на рынке IT изменятся бизнес-модели и вендоров, и интеграторов. Предоставление «облачных» услуг — это модель, наиболее близкая телекоммуникационным провайдерам, потому что у них есть такой актив, как сеть. Интеграторам более знакомо предоставление профессиональных услуг и проектная деятельность, и им придется перестраивать свою деятельность для предоставления «облачных» услуг.

При этом сервисные подразделения крупных международных вендоров сейчас слабо представлены на российском рынке. В основном их деятельность ограничивается оказанием услуг технической поддержки или проектной деятельностью. Поэтому, считает госпожа Майорова, экстенсивный вариант развития услуг вендоров маловероятен: поставщики либо продолжат поддерживать свой основной бизнес, связанный с продажей оборудования и ПО, либо по мере созревания рынка мы можем ожидать поглощений отечественных компаний IT сервис-провайдеров западными игроками.

Сергей Мацоцкий ожидает, что рынок разработки ПО также разделится: одни поставщики будут специализироваться на конкретных тиражных приложениях, и это будет в большей степени «розничный» бизнес. Другие будут заниматься адаптацией и доработкой больших корпоративных информационных систем.

Немного иначе представляет себе развитие отрасли Александр Трошин, технический директор «Манго Телеком». По его словам, сейчас границы между вендорами и сервис-провайдерами «облачных» услуг постепенно стираются. Чтобы купить «облако» и обеспечить доступ к нему, вендор и провайдер должны работать сообща. «Эта тенденция, возможно, приведет в недалеком будущем к образованию консорциумов вендоров и провайдеров, отдельных новых направлений деятельности или приведет их к совместному ведению бизнеса, для успеха которого им нужно будет объединить мощности и усилия,— говорит господин Трошин.— Скорее всего, к вендорам „большой тройки“ придут настолько же крупные игроки с разных рынков. А к новаторам и отраслевым лидерам наверняка придет средний и малый бизнес. Это опять-таки связано с уровнем доверия к поставщику виртуальных услуг».

В России многие системные интеграторы заявили о своей готовности работать с «облачными» технологиями. «Побудительным мотивом является как активность производителей в этом направлении и возможное изменение роли интеграторов в будущем, так и растущие запросы со стороны заказчиков,— считает Роман Волков.— Согласно опросам, в 50% инициатором обсуждения „облачных“ услуг со стороны заказчиков являются CIO, в 26% — руководители бизнес-направлений, в 16% — финансовые директора».

Системные интеграторы на рынке предоставления «облачных» услуг точно вряд ли окажутся за бортом, соглашаются эксперты. Во-первых, опыт показывает, что миграция в «облако» более или менее крупных клиентов (больше 50 сотрудников, использующих IT в своей работе), как правило, требует наличия интеграторской составляющей. «А во-вторых, облачные сервисы настолько адаптируемы и способны быть модифицированными под нужды клиентов, что хороший интегратор, понимая суть и потребности бизнеса заказчика, всегда будет при деле»,— подытоживает Юрий Ларин. ■

В ПРОШЛОМ ГОДУ В SOFTLINE ОЖИДАЛИ, ЧТО В МЕСЯЦ К ЕЕ «ОБЛАЧНОМУ» СЕРВИСУ БУДУТ ПОДКЛЮЧАТЬСЯ ПО 50 НОВЫХ КЛИЕНТОВ. ОКАЗАЛОСЬ, ЧТО ЭТОТ ПОКАЗАТЕЛЬ КОЛЕБЛЕТСЯ В ДИАПАЗОНЕ 30–40 КОМПАНИЙ. НО ЗАТО ЭТО БОЛЕЕ КРУПНЫЕ ФИРМЫ, ЧЕМ ПЛАНИРОВАЛОСЬ

↑

ПРОБУДИТЕ

мощный поток инноваций благодаря силе конвергенции.

HP дает предприятиям возможность выйти на качественно новый уровень эффективности виртуальных центров обработки данных.

Сделайте ваши ресурсоемкие приложения независимыми от выделенных физических серверов и тем самым повысьте эффективность ИТ. Преодолейте ограничение в 8 виртуальных ядер с сервером HP ProLiant DL980 G7 на базе процессора Intel® Xeon® семейства E7 с программным обеспечением VMware vSphere™ 5. Теперь вам доступны следующие возможности:

- увеличение вычислительной мощности каждой виртуальной машины в 4 раза;*
- поддержка в 2,5 раза большего числа пользователей SAP® на виртуальной машине с 32 виртуальными ядрами;*
- уверенность в эффективности работы виртуальных сред x86 благодаря услуге HP Critical Advantage.

Добейтесь значительного повышения производительности, эффективности и надежности благодаря серверам HP на базе высокоинтеллектуальных и хорошо масштабируемых процессоров Intel® Xeon® семейства E7.

Посетите сайт: **hp.ru/virtualizemore** и скачайте бесплатный отчет о лабораторных испытаниях, подготовленный аналитиком компании Enterprise Strategy Group.

На сайте SearchDataCenter.com сервер HP ProLiant DL980 G7 выбран продуктом года

*Посетите сайт: hp.ru/virtualizemore, на котором представлена исходная информация и проверены заявленные свойства продукции.

© Copyright 2011 Hewlett-Packard Development Company, L.P. 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, Xeon и Xeon Inside являются товарными знаками или зарегистрированными товарными знаками корпорации Intel в США и других странах.

VMware and VMware vSphere являются товарными знаками или зарегистрированными товарными знаками компании VMware, Inc. в США и других странах.

На правах рекламы

ДУБЛЬ ЧЕТВЕРТЫЙ

ВЕСНОЙ РУКОВОДИТЕЛИ ОПЕРАТОРОВ МТС, «ВЫМПЕЛКОМ», «МЕГАФОН» И «РОСТЕЛЕКОМ» ПОДПИСАЛИ С КОМПАНИЕЙ YOTA СОГЛАШЕНИЕ, В РАМКАХ КОТОРОГО ПОЛУЧИЛИ ДОСТУП К ИНФРАСТРУКТУРЕ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ YOTA И ОПЦИОНЫ НА ВЫКУП ЕЕ ДОЛЕЙ ПО РЫНОЧНОЙ ЦЕНЕ В 2014 ГОДУ. ВПРОЧЕМ, МЕЧТЕ О СОВМЕСТНОМ РАЗВИТИИ МОБИЛЬНЫХ СЕТЕЙ ЧЕТВЕРТОГО ПОКОЛЕНИЯ (4G) ВРЯД ЛИ СУЖДЕНО СБЫТЬСЯ. СУДЯ ПО ВСЕМУ, ОПЕРАТОРЫ ВСЕ ЖЕ РЕШИЛИ ДЕЙСТВОВАТЬ САМОСТОЯТЕЛЬНО. СЕРГЕЙ ПОЛОВНИКОВ

ХИТРОСТИ ТЕРМИНОЛОГИИ Несколько лет назад между технологиями LTE и WiMAX в Штатах развернулась борьба, сопоставимая с противостоянием стандартов UMTS и CDMA2000 за право стать самым распространенным стандартом 3G. В роли проигравшего оказалась WiMAX. Причины поражения технологии объясняет Анна Айбашева, пресс-секретарь «Вымпелкома»: «У WiMAX есть проблемы с реализацией межсетевого роуминга. Кроме того, с точки зрения сетевой архитектуры эта технология, если очень грубо, является продолжением WiFi. Передача голосового вызова в сети WiMAX — очень сложная задача». С этой задачей единственный массовый оператор WiMAX в России компания «Скартел» не справилась. На старте проекта было сложно предположить, что пользователи создадут настолько большую нагрузку на сеть, и скорость доступа вместе с покрытием сети в Москве сильно уменьшились.

Другой проблемой WiMAX стало малое количество клиентских устройств — модемов и телефонов. Сергей Скрипников, PR-директор компании Ericsson, уверен, что эта технология изначально не могла достичь такого масштаба, чтобы действительно стать массовой: «Масштаб необходим и для того, чтобы сетевое оборудование стало доступным, и для того, чтобы сформировалась серьезная экосистема пользовательских устройств с поддержкой WiMAX. Развитие WiMAX замедлилось, и не последнюю роль сыграло то, что у людей нет широкого выбора телефонов с поддержкой WiMAX».

В России первой услуги передачи данных в сети четвертого поколения WiMAX стала компания «Скартел», работающая под брендом Yota. «„Скартел“ потратила огромные деньги, причем не уверен, что именно на сеть. При этом в WiMAX имеются очевидные ограничения по емкости. Никто не ожидал, что средний трафик в беспроводных сетях будет 15 Гбайт в месяц, а 60% трафика будет приходиться на rich media и торренты»,— рассказывает управляющий партнер AC&M Consulting Михаил Алексеев. По его подсчетам, примерно 400 тыс. абонентов, платящих по 900 рублей в месяц, принесут компании $12 млн прибыли. При самом оптимистичном показателе маржинальности в 35–40% показатель EBITDA будет около $50 млн. При этом EBITDA компании «Скартел», по оценке Михаила, сейчас существенно меньше, а долгов у Yota несколько сотен миллионов долларов. Поэтому в прошлом году руководство «Скартела» объявило о резкой смене курса — в пользу стандарта LTE. Компания даже, не имея на то лицензии, развернула в Казани тестовую LTE-сеть из 147 базовых станций.

У сомнительного соглашения, заключенного операторами с Yota, были свои преимущества. «Нормальное качество работы и скорость в сети LTE можно обеспечить только при достаточном частотном ресурсе,— объясняет партнер AC&M Consulting Александр Шатиков.— Нарезка частот по операторам снижает эффективность подобного проекта». К тому же говорить о том, что владельцем частот для LTE станет именно Yota, преждевременно. Некоторое время назад с такой же уверенностью некоторые эксперты утверждали, что необходимый частотный ресурс будет передан малоизвестным операторам, связанным с Министерством обороны. Поэтому соглашение соглашением, а готовятся операторы к будущей модернизации своими силами.

ЮРИЙ МАРТЬЯНОВ

ПЕРЕДАЧА ГОЛОСОВОГО ВЫЗОВА В СЕТИ WIMAX — ОЧЕНЬ СЛОЖНАЯ ЗАДАЧА. С НЕЙ ЕДИНСТВЕННЫЙ МАССОВЫЙ ОПЕРАТОР WIMAX В РОССИИ КОМПАНИЯ «СКАРТЕЛ» НЕ СПРАВИЛАСЬ

ЕЩЕ ЛУЧШЕ, ЕЩЕ БЫСТРЕЕ Операторы связи по всему миру позиционируют LTE как дальнейшее развитие сетей 2G и 3G с сохранением обратной совместимости. Игорь Парфенов, технический директор компании «МегаФон», считает, что это является для LTE преимуществом, так как заинтересованные в ней операторы располагают внушительными финансовыми возможностями и устоявшимися отношениями с пользователями. «LTE архитектурно является продолжением 3G (UMTS),— утверждает Анна Айбашева.— При внедрении LTE происходит переиспользование значительной части операторской инфраструктуры. Также можно на одной и той же базовой станции запустить 3G и LTE».

В прошлом по той же причине операторами «большой тройки» был сделан выбор в пользу UMTS. В конечном счете новое поколение связи — это не только инвестиции операторов в инфраструктуру сети, но и возможность абонентов с мобильными телефонами обоих поколений использовать одну и ту же сеть оператора. Переход к LTE будет небыстрым, и операторам важно обеспечить комфортную миграцию абонентов на новую технологию. К тому же устройств для сетей LTE в скором времени станет больше. Сейчас экосистема пользовательских устройств с поддержкой этой технологии только зарождается. В мире уже больше сотни мобильных модемов, но всего несколько смартфонов. Сергей Скрипников ожидает, что в ближайшие годы, по мере того как стоимость чипов LTE будет все сильнее падать, а проблема их высокого энергопотребления будет решена, начнется настоящий бум устройств для сетей LTE. Это будут и уже привычные устройства (модемы, смартфоны, планшеты), и те устройства, о подключении которых к сети мы прежде и не задумывались. Все вместе они создадут совершенно новый рынок с новыми бизнес-моделями, иными тарифами и другой логикой доходов.

«Простой пример: более 100 лет назад электричество у людей ассоциировалось только с лампочками, а надежды бизнеса были связаны с производством лампочек и строительством турбин и генераторов для электростанций. Само понятие „электричество“ было прочно связано со „светом“ — и только. Сегодня вокруг нас сотни миллиардов различных устройств, подключенных к электросетям,— объясняет Сергей Скрипников.— В ближайшие годы то же самое будет происходить с различными бытовыми и промышленными приборами, которые станут частью мировой сети. По нашим оценкам, к 2020 году в мире будет подключено 50 млрд различных устройств. В России — свыше 2 млрд. Даже если брать за подключение одного устройства условный рубль, то миллиарды устройств способны создать более чем серьезный поток доходов».

Архитектура сети LTE схожа с 3G и GSM, что существенно сокращает объемы инвестиций в строительство и время развертывания сетей. «Преемственность с существующими стандартами 2G и 3G оборачивается выгодой не только оператору, но и абоненту,— объясняет Игорь Парфенов.— Ведь сети LTE в любом случае построятся не сразу, а новые модемы будут многостандартными и смогут обслуживаться в стандарте 3G там, куда LTE придет чуть позже».

Тем не менее переход на новую технологию потребует от операторов связи значительных инвестиций в модернизацию транспортной сети. Каждая базовая станция должна быть подключена к наземному каналу высокоскоростной передачи данных, иначе высокие скорости будут наблюдаться лишь на «последней миле» — между базовой станцией и устройством абонента. В результате формально абонент будет подключен к LTE, о чем будет сигнализировать соответствующий значок на экране устройства, но в реальности о высокой скорости ему придется забыть. С подобной проблемой сталкивался любой пользователь домашнего интернета, когда вместо заявленных десятков мегабит в секунду скорость доступа в сеть в реальности не превышает сотни килобит.

«Даже страшно подумать, сколько это будет стоить в стране, где, по существу, нужно заниматься землеотводом. Одно дело взять в аренду площадки под башнями, другое — согласовать трассы, сотни кабельных трасс с заглублением, проколами под дорогами, преодолением водных преград и еще бог знает с чем...» — рассуждает о трудностях построения магистральных сетей в России Михаил Алексеев.

ВЕСЕЛЕЕ ВМЕСТЕ Недавно о сотрудничестве в деле построения общей сети объявили операторы МТС и «Вымпелком». Оператор «МегаФон», чья транспортная сеть в России на сегодняшний день насчитывает более 110 тыс. км, от комментариев этого анонса воздержался. Анна Айбашева объясняет: «Подписанный документ подразумевает предоставление взаимного доступа к инфраструктуре сети на всех уровнях, взаимодействие при строительстве новых объектов инфраструктуры, включая ВОЛС и спутниковую связь, совместный аутсорсинг обслуживания сетей». Сотрудничество операторов, целью которого является снижение капитальных инвестиций в инфраструктуру, весьма распространено в Европе.

«Инвестиции в опорные транспортные сети, наверное, лучшее решение, если рассматривать их через призму подготовки сетей к LTE,— рассказывает Сергей Скрипников.— Чтобы пользователи могли получить в сетях LTE действительно революционные скорости, транспортные сети операторов должны быть способны передавать огромные объемы трафика. Необходимо иметь запас пропускной способности до 1 Гбит/с и даже выше, так как уже сегодня тестовые сети LTE-Advanced способны показать скорость 1 Гбит/с на одно устройство».

Совместную сеть строят скандинавские операторы Telenor и TELE2. Они преследуют вполне понятные цели. Во-первых, это позволяет сократить неэффективные расходы на дублирование элементов сети. С учетом плотно-

КОГДА ЕВРОПЕЙСКИЕ ОПЕРАТОРЫ ТОЛЬКО НАЧИНАЛИ РАЗВОРАЧИВАТЬ СЕТИ 3G В НАЧАЛЕ 2000-Х, БЫЛО ПРЕДПОЛОЖЕНИЕ, ЧТО ОСНОВОЙ БИЗНЕСА В 3G СТАНУТ GIRLS, GAMBLING & GAMES, ТО ЕСТЬ УСЛУГИ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ, АЗАРТНЫЕ ИГРЫ И ПРОСТО ИГРЫ

сти расположения узлов LTE двойное и тройное покрытие одной и той же территории обойдется очень дорого, а никаких особых дополнительных доходов это не принесет. Михаил Алексеев считает, что главной причиной является очень узкая полоса частот у каждого оператора в случае, если они будут работать отдельно — примерно 10 МГц: «В этом случае не удастся достичь действительно заметного увеличения скорости и емкости сети. Если объединить два частотных куска и строить сеть в 20 МГц, получится существенно более заметная агрегация спектра, более высокие скорости и эффективность использования диапазона».

Сроки коммерческого запуска LTE в России постоянно отодвигаются. После упомянутого выше подписания соглашения российскими операторами, назывался конец 2011 года. До этой даты осталось совсем немного, а LTE присутствует пока лишь в рамках опытной зоны, созданной «МегаФоном» совместно с «Ростелекомом» в Сочи. Михаил Алексеев подчеркивает, что «лицензии на LTE не выданы и нет никакой определенности относительно того, когда и кому они будут выданы. Ни у одного из операторов нет частотных присвоений, ни один из них не разместил заказов оборудования у производителей».

АЗАРТНЫЕ ИГРЫ По мнению Игоря Парфенова, российский рынок будет готов к 4G не раньше 2014 года. Этому будут предшествовать выдача лицензий, выделение частот и насыщение рынка устройствами, поддерживающими 4G: «Коммерческая эксплуатация сетей 4G — дело относительно далекой перспективы. Кроме того, еще некоторое время займет их развитие и распространение по всей территории России. Очевидно, к этому времени потенциал 3G будет уже реализован полностью, так как уже сегодня технология HSPA+ используется в сетях „МегаФона“». Анна Айбашева считает, что помимо названных проблем возможны временные и финансовые затраты на расчистку спектра, получение частотных разрешений, свидетельств о регистрации РЭС и другие регуляторные вопросы.

Несмотря на скептическое отношение к целесообразности LTE как коммерческого проекта, Михаил Алексеев уверен — строить LTE все равно придется: «LTE нужно хотя бы потому, что 3G в Москве летит на одном крыле. Договориться с военными об отключении системы „Прогноз“ в Серпухове не удастся никогда, соответственно, не получится получить нормальные скорость, охват и емкость сети. Но если трафик в мобильных сетях будет расти по кривым, которые мы наблюдаем сегодня, то емкости LTE-сетей (при условии нарезания по 10 МГц) не хватит уже в 2018–2019 годах. Поэтому строить все равно нужно».

Сергей Скрипников уверен, что сеть LTE разворачивать будет легче: «LTE обеспечивает более высокую спектральную эффективность, а значит, может в том же участке спектра передать за единицу времени больший объем информации. Грубо говоря, LTE просто дает гораздо более высокую скорость передачи и загрузки данных. В разных странах и регионах частоты нарезаны неравномерно, а кое-где уже заняты, поэтому с развертыванием 3G то и дело могут возникать проблемы: многим операторам просто не хватает частот. LTE поддерживает десятки различных участков спектра, поэтому операторы могут задействовать самые разные участки, везде развертывая одну и ту же технологию, а абоненты — везде использовать одни и те же устройства».

Высокие скорости откроют двери в мобильное пространство новым сервисам. В принципе большинство сервисов, основывающихся на высокоскоростной передаче данных, таких как видеотелефония, стриминговое медиавещание и облачные технологии, доступно и сегодня — сеть 3G при определенных условиях может обеспечить очень высокую скорость. Главным преимуществом LTE является общая ширина полосы, а емкость 3G в этом плане ограниченна.

РОССИЙСКИЙ РЫНОК БУДЕТ ГОТОВ К 4G НЕ РАНЬШЕ 2014 ГОДА. ЭТОМУ БУДУТ ПРЕДШЕСТВОВАТЬ ВЫДАЧА ЛИЦЕНЗИЙ, ВЫДЕЛЕНИЕ ЧАСТОТ И НАСЫЩЕНИЕ РЫНКА УСТРОЙСТВАМИ, ПОДДЕРЖИВАЮЩИМИ 4G

«Когда европейские операторы только начинали разворачивать сети 3G в начале 2000-х, один шутник предположил, что основой бизнеса в 3G станут girls, gambling & games (то есть услуги для взрослых, азартные игры и просто игры). Но реальность в корне опровергла это предположение. «Сердцем бизнеса в 3G стали смартфоны и мобильные модемы, бурный рост которых позволил операторам с сильными 3G-сетями довести долю доходов от передачи данных до 40–50% общей выручки,— рассказывает Сергей Скрипников.— Отдельно стоит упомянуть и мобильные приложения для смартфонов: они так стремительно ворвались в мир интернета, что евангелисты Wired даже поспешили написать эпитафию мировой паутине. Впрочем, сейчас уже можно говорить о том, что внутри мировой паутины возникли два пересекающихся мира: мир традиционной паутины и мир приложений, расположившийся где-то над ней».

Если опираться на существующие сервисы, то картина для операторов открывается не самая радужная. Дело в том, что LTE, по сути, не несет ничего, кроме увеличения скорости доступа к мобильной передаче данных. Если бизнес-модели операторов останутся прежними, то есть абонентам будет предлагаться безлимитный доступ к интернету, то окупаемость этого проекта ставится под сомнения. Михаил Алексеев подсчитал, что на сегодняшний день в Москве около 5 млн пользователей мобильного интернета, примерно 18% из них — пользователи, подключающиеся к сети с помощью модемов. При стоимости безлимитного доступа к интернету на уровне 600 рублей в месяц операторы получат доход на уровне $60–65 млн на каждого. В то же время каждому оператору придется потратить около 300 млн на обеспечение надежного покрытия и скорости доступа. При стандартных показателях окупаемость наступит лишь на 13-й год работы сети.

Однако этот пессимистичный прогноз не учитывает тенденцию движения операторов к концепции «умной трубы», когда абонентам предоставляется не только доступ к передаче данных, но и сервисы, которые позволяют операторам обеспечивать дополнительный заработок. Для этого операторам придется изменить подход к ценообразованию и дифференцировать стоимость передачи данных для разных сервисов. Например, сервисы интернет-телефонии способны каннибализировать доходы от голосовой связи, являющейся фундаментом доходов оператора. В то же время современные технические решения позволяют операторам определять тип трафика и приложения, использующего передачу данных, и назначить совершенно иную цену на те же звонки по Skype.

Сегодня ландшафт рынка мобильной связи и устройств стал непредсказуемым. Пример выхода на рынок телефона iPhone, до неузнаваемости изменившего смартфоны и задавшего кардинально новое направление развития, более чем показателен. В ближайшем будущем постоянно будет расти количество устройств, подключенных к сети, и если сегодня SIM-карта все чаще вставляется в автомобильные навигаторы, то в ближайшем будущем могут появиться специализированные медиаплееры, воспроизводящие стриминговое видео. Первый шаг к этому будущему уже сделан: интернет-гиганты запустили собственные контентные сервисы облачного типа, например Google Music.

Первые опыты проводят уже сегодня и операторы: у МТС есть сервис «Омлет», «МегаФон» абонентам предлагает «Траву». Но сами сервисы не могут быть средством привлечения абонентов. Хорошим примером этому может служить «Yota-музыка», в прошлом дававший каждому абоненту Yota доступ к музыкальным каталогам крупнейших правообладателей, таких как Universal Music и Sony Music BMG. «Вся контентная история изначально была скорее приманкой для инвестора и повышения оценки, но многим это было сразу понятно. Пользователей привлекает не это, а именно базовая услуга»,— объясняет Александр Шатиков. ■

Весь
ваш бизнес
на iPad

Authorised
Systems Integrator

«Астерос» – первая компания в России, обладающая статусом Apple **Авторизованный системный интегратор** (ASI), а также авторизованный реселлер Apple, работающий с корпоративным сектором. «Астерос» предлагает весь комплекс услуг по внедрению продукции Apple в корпоративную среду: от интеграции в корпоративные ИТ-системы до разработки и внедрения специализированных бизнес-приложений и сервисной поддержки.

«Астерос» Создавая будущее
+7 (495) 787-2450
www.asteros.ru

Реклама

МИЛЛИОНЫ ЛЕММИНГОВ

ЕЩЕ ЛЕТ ПЯТЬ НАЗАД РОСТ ПОПУЛЯРНОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ВОСПРИНИМАЛСЯ КАК ПРИЗНАК ОЧЕРЕДНОГО НАДУВАЮЩЕГОСЯ МЫЛЬНОГО ПУЗЫРЯ ИНТЕРНЕТ-ИНДУСТРИИ. СЕГОДНЯ ЖЕ ГОДОВАЯ ВЫРУЧКА FACEBOOK (БОЛЕЕ $4 МЛРД) СРАВНИМА С ПОКАЗАТЕЛЕМ ВВП МАЛЕНЬКОЙ АФРИКАНСКОЙ СТРАНЫ ВРОДЕ ЗИМБАБВЕ ИЛИ СЬЕРРА-ЛЕОНЕ, А ВСЕГО В СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ ЕЖЕДНЕВНО ЗАХОДИТ БОЛЕЕ 600 МЛН ЧЕЛОВЕК — ЧУТЬ МЕНЕЕ 10% ОТ ВСЕГО НАСЕЛЕНИЯ ЗЕМНОГО ШАРА. МЫ УПОРЯДОЧИЛИ ВСЕ, ЧТО ИЗВЕСТНО ОБ ЭТИХ ЛЮДЯХ.

2 млрд человек
интернет-пользователей

7 млрд ЧЕЛОВЕК
живет в мире

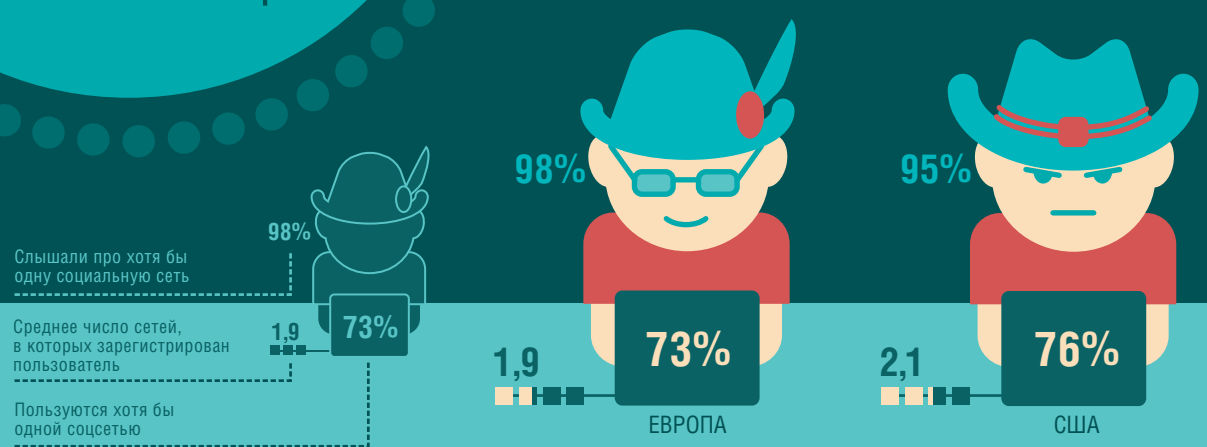
60%
Пользователей не интересуются новыми соцсетями

93%
Полностью устраивает их социальная сеть

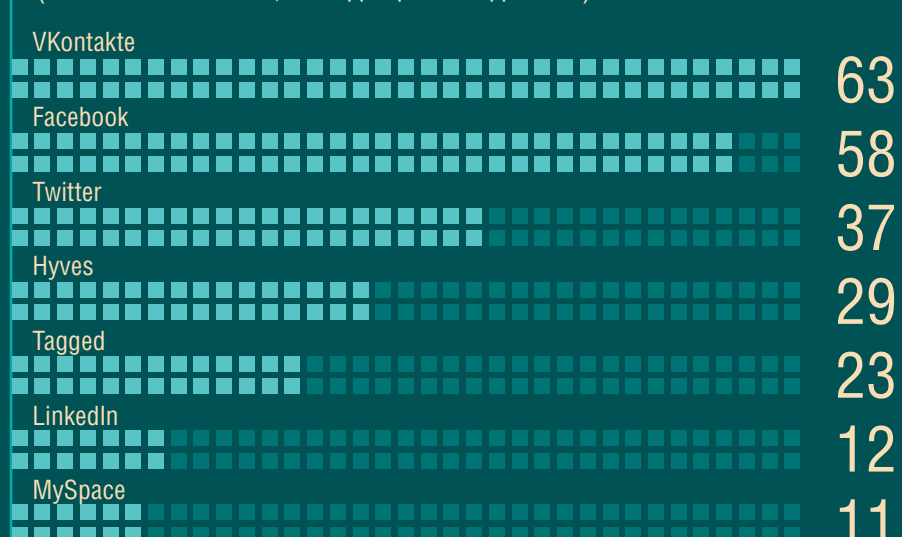
>1 млрд человек
пользуются социальными сетями

>600 млн человек
пользуются социальными сетями ежедневно

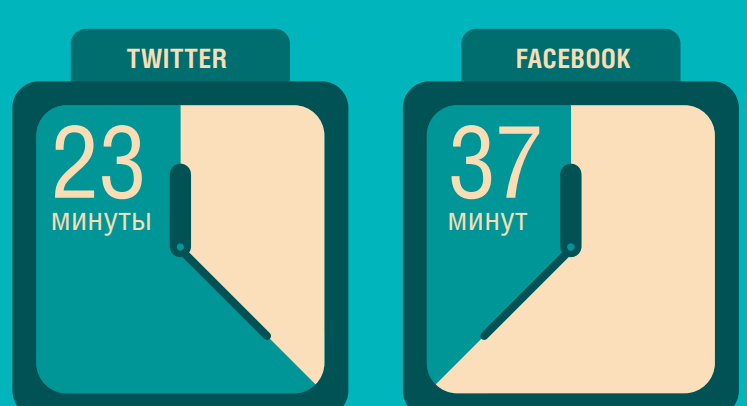
ПРОНИКНОВЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ПО РЕГИОНАМ



ЧАСТОТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В МИРЕ
(% пользователей, заходящих ежедневно)



СРЕДНЕЕ ВРЕМЯ, ПРОВЕДЕННОЕ В ТЕЧЕНИЕ ОДНОЙ СЕССИИ



ИСТОЧНИК: INSITES CONSULTING, ИССЛЕДОВАНИЕ SOCIAL MEDIA AROUND THE WORLD, 2011

33% Пользователей не имеют доступа к своей социальной сети на работе

2 из 3-х Сотрудников гордятся своим работодателем, но только **19%** из них делятся историями о работе в социальных сетях

38% Интернет-пользователей имеют смартфон

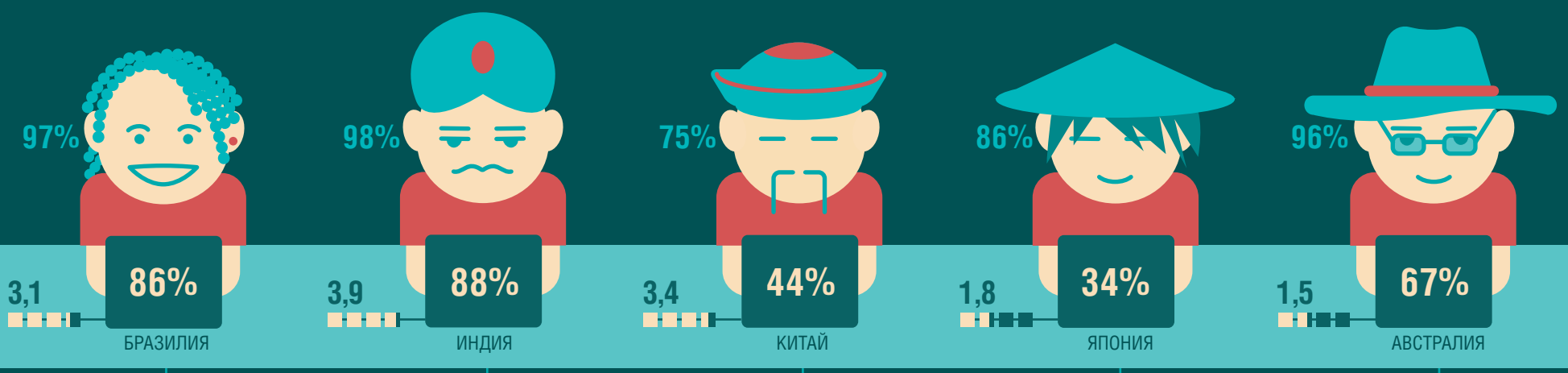
12% Владельцев смартфонов пользуются геолокационными сервисами

ПОЛИТИКА КОМПАНИЙ В ОТНОШЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

60% Хотели бы, чтобы их сотрудники помогали размещать в социальных сетях релевантный контент

25% Имеют четко оформленные правила использования социальных сетей сотрудниками

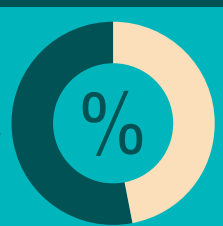
13% Устраивают тренинги по работе с социальными медиа



ПОРТРЕТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ FACEBOOK

53 Женщины

47 Мужчины



ВОЗРАСТ (%)

- 24 15-24 года
- 25 25-34 года
- 35 35-54 года
- 16 55-99 лет

ЗАНЯТОСТЬ (%)

- 58 Работники
- 13 Студенты
- 29 Безработные

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ТЕМЫ, ЗА КОТОРЫМИ ЛЮДИ СЛЕДЯТ В СОЦСЕТЯХ (%)

- 50 МЕДИА И РАЗВЛЕЧЕНИЯ
- 45 МОДА И LUXURY-ТОВАРЫ
- 43 ЕДА И РИТЕЙЛ
- 35 ПУТЕШЕСТВИЯ
- 28 СПОРТ
- 28 АВТОМОБИЛИ

МЕДАЛЬ ЗА ХРАБРОСТЬ

В НАЧАЛЕ ГОДА В ИНТЕРНЕТЕ ПОЯВИЛСЯ САЙТ «ПУТИН ВЗРЫВАЕТ ДОМА», ДАЮЩИЙ ВОЗМОЖНОСТЬ ЛЮБОМУ ЖЕЛАЮЩЕМУ ОДНИМ НАЖАТИЕМ КНОПКИ ПРЕДОСТАВИТЬ МОЩНОСТИ СВОЕГО КОМПЬЮТЕРА ДЛЯ УЧАСТИЯ В DDOS-АТАКЕ. ЦЕЛИ ДЛЯ НАПАДЕНИЯ ВЫБИРАЮТСЯ ВСЕОБЩИМ ГОЛОСОВАНИЕМ. С РАЗВИТИЕМ ТЕХНОЛОГИЙ ОРГАНИЗОВЫВАТЬ КИБЕРАТАКИ СТАНОВИТСЯ ВСЕ ПРОЩЕ И ДЕШЕВЛЕ — ПО ДАННЫМ «ЛАБОРАТОРИИ КАСПЕРСКОГО», КАЖДЫЙ МЕСЯЦ В МИРЕ БЛОКИРУЕТСЯ 2 МЛН СЕТЕВЫХ АТАК. В ДАЛЬНЕЙШЕМ ЭТО ЧИСЛО БУДЕТ ЛИШЬ УВЕЛИЧИВАТЬСЯ. СВЕТЛАНА РАГИМОВА

ЧЕМ ДАЛЬШЕ В ЛЕС, ТЕМ ТОЛЩЕ ВИРУСЫ Утечки персональных данных в результате спланированных кибератак становятся настоящим бичом крупных IT-компаний. Этой весной хакерами были взломаны интернет-сервисы компании Sony: злоумышленники получили персональные данные и, возможно, номера кредиток более 70 млн человек, а ущерб для бизнеса компании составил до $170 млн. Согласно данным «Лаборатории Касперского», в России за последний год 96% компаний сталкивались с теми или иными видами киберугроз. Почти половина из них отметила рост числа кибератак, и еще 46% компаний теряли в результате конфиденциальные данные. Среди опрошенных ЛК компаний 14% считают киберугрозы одним из трех наиболее значимых рисков для бизнеса, а 44% уверены, что эти риски войдут в «большую тройку» в ближайшие пару лет.

Сегодня заказать DDoS-атаку на неприятный сайт может позволить себе практически любой желающий. Олег Глебов, специалист департамента маркетинга компании «Информзащита», приводит следующие цифры: стоимость атаки мощностью 20–25 Гбит/с сегодня составляет максимум $250 в сутки. Юлия Майорова, руководитель дирекции развития бизнеса Orange Business Services, называет еще меньшую сумму — $70–90 в сутки. По ее словам, такая доступность этой «услуги» делает DDoS-атаки все более и более популярным инструментом в конкурентной борьбе.

Олег Шабуров, старший системный инженер Symantec в России и СНГ, добавляет, что ситуация резко обострилась в последние год-два: даже простым пользователям сети, не имеющим специального компьютерного образования, стали доступны наборы эксплойтов — компьютерных программ для облегчения запуска широкомасштабных атак. «По данным нашего ежегодного аналитического отчета об угрозах безопасности в интернете, число веб-атак, которые ежедневно фиксировались в 2010 году, возросло на 93% по сравнению с 2009 годом,— сообщает господин Шабуров.— При этом две трети угроз были созданы с помощью готовых наборов инструментов».

Немалый вклад в развитие DDoS-атак вносят ботсети, число которых растет во многом за счет российских злоумышленников. По словам господина Шабурова, не так давно закрытый ботнет Rustock достиг численности более 1 млн подконтрольных компьютеров-ботов. Сеть из 10 тыс. ботов предлагается на черном рынке за символическую сумму $15. Олег Шабуров опасается, что еще более серьезные проблемы могут возникнуть теперь, когда появилась возможность при необходимости арендовать управление крупными бот-сетями.

Юрий Наместников, ведущий антивирусный эксперт «Лаборатории Касперского», связывает уменьшение цены DDoS-атаки в первую очередь с ужесточением конкуренции на киберпреступном рынке. По его словам, в качественном плане технологии DDoS-атак за последние десять лет не очень изменились, а вот количество ботсетей, созданных для атак, увеличилось в разы, что и привело к появлению конкуренции на этом рынке. В борьбе за клиента киберпреступникам приходится снижать цены на свои услуги.

В РОССИИ ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД 96% КОМПАНИЙ СТАЛКИВАЛИСЬ С ТЕМИ ИЛИ ИНЫМИ ВИДАМИ КИБЕРУГРОЗ. ПОЛОВИНА ИЗ НИХ В РЕЗУЛЬТАТЕ ТЕРЯЛА КОНФИДЕНЦИАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ

ИТАР-ТАСС

ПО СЛОВАМ ЭКСПЕРТОВ, ДОЛЯ РАСХОДОВ НА ИНФОРМАЦИОННУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ В ОБЩЕЙ СМЕТЕ РАСХОДОВ НА IT НЕ ДОЛЖНА БЫТЬ НИЖЕ 10–15%

ЦИФРОВОЙ ХОЛЕСТЕРИН При отсутствии у подвергшегося атаке сайта средств защиты такое кибернападение забьет любой отдельно взятый ресурс в интернете. Неудивительно, что эта проблема стоит в России и во всем мире очень остро. Вот лишь несколько примеров крупных DDoS-атак за прошедшие годы.

В 2009 году была совершена атак на сайт интернет-платежей Assist, партнером которого в то время была компания «Аэрофлот». Недельный простой сайта стоил компании потери контракта с «Аэрофлотом» и серьезно подорвал репутацию платежной системы. Нередко DDoS-атаки являются средством нечестной конкурентной борьбы. Так, в 2010 году на крупнейший сайт сообщества яхтсменов России (rusregata.ru) планомерно проводились акции, совпадающие с проведением регат. На рынок регатного спорта в то время выходило много новых организаций, которые вели себя довольно агрессивно с коммерческой точки зрения.

А в момент назначения губернатора Нижегородской области была осуществлена крупная атака на сайт «Виртуальная Выкса», который тогда в режиме реального времени освещал трагедию наиболее пострадавшего от лесных пожаров района Нижегородской области. Аналитики связали эту DDoS-атаку со стремлением подорвать имидж губернатора в преддверии его назначения на должность.

За прошедший год участились случаи использования DDoS-атак на сайты, которые оплачивают услуги рекламных агентств, увеличивающих посещаемость других интернет-ресурсов. В такой схеме работы владелец сайта оплачивает каждое уникальное посещение по ссылке, созданной и раскручиваемой нанятым агентством. Тем самым оплачивается посещаемость ресурса. Успешно проведенная DDoS-атака позволяет подделать переход по ссылке, тем самым накручивая статистику. При этом для реального посетителя, который обратится к сайту, он будет вне доступа. Владелец сайта, с одной стороны, теряет посетителей на время атаки, с другой еще вынужден оплатить все поддельные посещения.

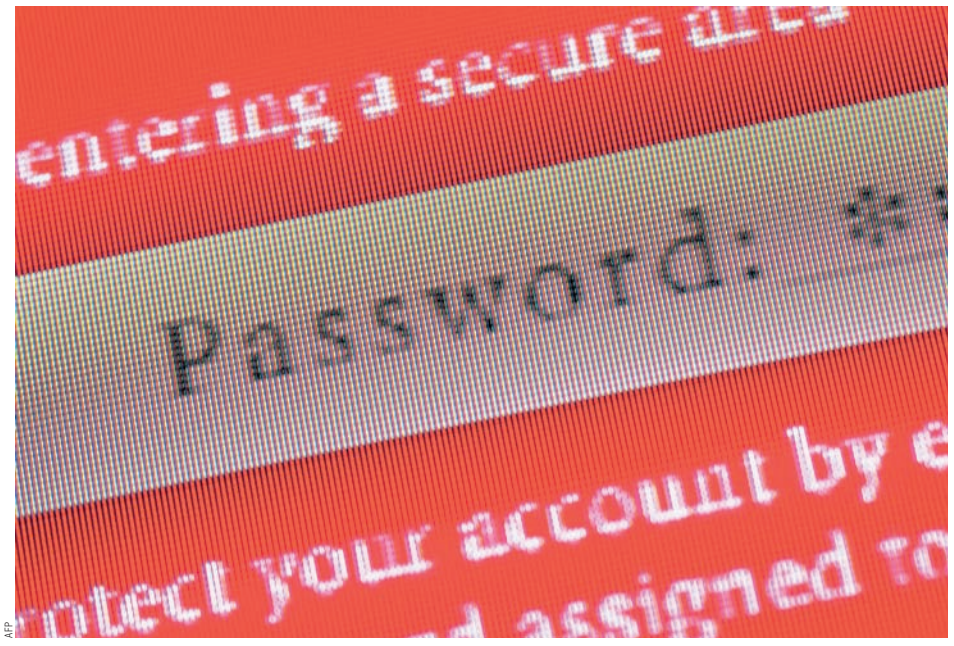
«Нередко DDoS-шторма являются лишь вуалью, с помощью которой скрывают более сложные атаки или факты утечки данных,— рассказывает Олег Глебов.— Важно понимать, что в конечном итоге DDoS-атака влечет за собой для организаций неминуемую потерю прибыли, которая существенно превышает затраты хакера на сам DDoS. Способствует такому положению дел и безразличие со стороны провайдера по отношению к проблемам безопасности клиентов. Как минимум отдельный пользователь или компания будет всегда обязана оплачивать огромный трафик DDoS-атаки. В очень редких случаях провайдер оговаривает DDoS форс-мажор с клиентом в рамках стандартного соглашения».

ОПАСНАЯ ЗАВИСИМОСТЬ Чем больше информационные технологии и интернет входят в нашу жизнь, тем более зависимыми от них становятся бизнес-процессы. Антон Разумов, руководитель группы консультантов по безопасности компании Check Point, рассказывает, что 10–15 лет назад в рамках конкурентной борьбы было модно срывать отправку банками информации в межрегиональный центр информатизации при ЦБ РФ. Это могло привести к очень серьезным последствиям вплоть до отзыва лицензии, но для остальных компаний такого рода атаки не имели особого смысла. Сейчас же ситуация существенно изменилась. «Как вы думаете, во сколько обходится день простоя интернет-магазина или недоступность сайта по продаже билетов? Как минимум это упущенная прибыль за соответствующий период времени,— рассуждает господин Разумов.— Кроме того, помимо прямых финансовых потерь следует учитывать и существенные репутационные риски даже для традиционных компаний и даже возможность штрафных санкций. Что уж говорить о сервисах, специализирующихся на предоставлении онлайн-услуг, таких как Evernote, BaseCamp, SalesForce, платных разделах на новостных сайтах, интернет-аукционах».

Помимо такого фактора, как падение стоимости организации кибератак, играет существенную роль также и формирование рынка вокруг этой зловредной деятельности. Евгений Царев, заместитель директора департамента продуктов и услуг компании LETA, считает, что пять-десять лет назад рынок киберпреступности еще только формировался и нередки были случаи атак из любопытства или «обиды» на бывшего работодателя. Сейчас киберпреступность — это настоящая отрасль, и люди туда идут с целью заработка. По этой причине подавляющее число кибератак приходится на финансовый сектор. Сейчас очень остры проблемы с DDoS-атаками и атаками на системы дистанционного банковского обслуживания (ДБО). «Сегодня нет точной статистики по инцидентам в системах ДБО, почти все банки тщательно скрывают эти факты, однако по нашему опыту можно сказать, что таких инцидентов очень много»,— говорит господин Царев.

ЗАЩИТА ЛУЖИНА В некотором роде решением для защиты от подобного рода угроз эксперты считают популярные сегодня «облака»: они позволяют использовать ресурсы, сравнимые с распределенными мощностями атакующих, но и их может не хватить. Хотя в этом случае можно просто наращивать ресурсы. «Так же, как перед новогодними праздниками поступают интернет-магазины, просто запуская дополнительные сервера, можно поступать и при повышении нагрузки в моменты DDoS-атак, в том числе автоматически. Это удобно своей простотой и оперативностью, но может оказаться довольно дорогостоящим решением»,— заключает господин Разумов.

Также эксперт предупреждает о том, что если компания решила защищать свои ресурсы с помощью специализированных устройств, нужно помнить: они не способны защитить от перегрузки канала, поскольку устанавливаются на сайте клиента. Даже если в компании гигабитное подключение к интернету, то ботнет из 1 тыс. машин с подключением в 10 Мбит/с (что сейчас далеко не редкость для домашних пользователей) с легкостью забьет канал и сделает сервис недоступным для легитимных пользователей. Хотя этот вариант защиты наиболее простой во внедрении и относительно недорогой.



AFP

СЕГОДНЯ ЗАКАЗАТЬ DDOS-АТАКУ НА РЕСУРС КОНКУРЕНТА ИЛИ ПРОСТО НЕПРИЯТЕЛЯ МОЖЕТ ЛЮБОЙ ЖЕЛАЮЩИЙ. ЦЕНА УДОВОЛЬСТВИЯ — $70–90 В СУТКИ

Юрий Наместников, ведущий антивирусный эксперт «Лаборатории Касперского», считает наиболее эффективным на сегодня способом борьбы с этой угрозой распределенные системы фильтрации трафика. Чаще всего это программно-аппаратный комплекс, который поддерживается в актуальном состоянии рядом специалистов различного профиля: от системных администраторов до вирусных аналитиков, изучающих поведение DDoS-ботов. Подобные комплексы способны отразить даже очень мощные DDoS-атаки, и «Лаборатория Касперского» предоставляет услугу защиты от DDoS-атак именно на основе этой технологии.

Олег Глебов рекомендует для защиты от внешнего воздействия позаботиться о специализированных средствах очистки трафика или договориться с провайдером, который замкнет замусоренный трафик на собственные системы очистки или перенаправит их на арендованные у другой фирмы. Услуга такой удаленной защиты от DDoS, когда трафик идет через дата-центр внешней компании, специализирующейся на его очистке, стоит для средней пропускной возможности сети не более 700–1000 рублей за месяц аренды. На рынке также имеются аппаратные средства защиты от DDoS, которые представляют собой высокоспециализированные решения с пропускными способностями до 25–40 Гбит/с на устройство. Объединение таких продуктов в «ферму очистки» позволяет строить масштабируемые решения для каналов уровня глобальных ЦОД, крупных провайдеров и магистралей.

Существует также такая угроза, как внутренний DDoS. В этом случае внутренние компьютеры сети, подвергшиеся заражению, начинают забивать канал или серверные мощности других компьютеров компании. Внешние центры очистки у провайдера или устройства на границе периметра не смогут перехватить такой трафик. «В проведении такой атаки зачастую немаловажным является человеческий фактор,— предупреждает господин Глебов.— Если компания максимально защищена от проникновения извне, то злоумышленники будут стараться получить доступ в сеть организации уже не техническими методами, а при помощи социальной инженерии».

В таком случае в качестве носителей вредоносного кода могут быть использованы PDF-документы или зараженные письма. Такие комплексные элементы обмена данными потенциально содержат средства для атаки и используют уязвимости системы. Для крупных компаний внутренний DDoS объясняется низкими показателями безопасности филиалов, которые проще атаковать и заразить. А далее по смежным каналам передачи данных филиальная сеть может развернуть массированный DDoS против ресурсов головного ЦОД. Во избежание проблем внутри корпоративной сети организации нужно иметь систему очистки трафика на ядре сети, при этом сама сеть должна быть жестко разграничена на общие и критичные ресурсы.

В целом, утверждает Олег Шабуров, средства защиты не только успевают за киберпреступниками, но и работают на опережение. Пример тому — «облачные» репутационные технологии. Ежедневно появляются новые угрозы, которые не идентифицируются традиционными способами, основанными на сигнатурах, эвристических и поведенческих методах, а также системах предотвращения вторжений. Поэтому для защиты от новых и неизвестных угроз используются репутационные технологии, например комплекс Norton Insight Network, который анализирует анонимные данные о распространении программ более чем на 175 млн компьютеров клиентов и автоматически присваивает высокоточные рейтинги безопасности более чем 2,5 млрд уникальных файлов. В базе данных содержатся рейтинги практически всех существующих вредоносных и безопасных файлов.

ТРАТЫ НЕИЗБЕЖНЫ Для компании B2B-Center вопрос информационной безопасности критически важен. Фирма поддерживает несколько электронных торговых площадок и использует все ресурсы: и человеческие, и программные, и аппаратные, чтобы сделать работу на электронной площадке максимально безопасной. Ситуацию на рынке оценивает генеральный директор электронной площадки B2B-Center Алексей Дегтярев: «В связи с тем что проблема актуальна, тем более с учетом того, что возможность организовать кибератаку не составляет труда, затраты на обеспечение информационной безопасности с каждым годом будут только расти».

Бизнес все больше уходит в интернет, поэтому угрозы информационной безопасности постоянно растут. «Чем больше размер онлайн-бизнеса, тем выше риск самых разных киберугроз, а значит, и бюджет построения защиты от угроз тоже должен становиться выше,— рассказывает Александр Трошин, технический директор „Манго Телеком“.— На данный момент я бы посоветовал тратить любой компании с активным бизнесом в онлайне от 30% до 50% IT-бюджета на построение и поддержку серьезной системы ИБ. В среднем же сейчас на такую систему компании тратят не более 10%». Евгений Царев говорит, что сегодня доля расходов на информационную безопасность в общей смете расходов на IT не должна быть ниже 10–15%. А для телекоммуникационных и финансовых систем — не ниже 20%. «Что касается критичных систем, то доля ИБ должна быть выше, вплоть до 50% общих расходов»,— заключает эксперт.

По мнению Олега Глебова, расходы на сдерживание DDoS-атак могут распределяться неравномерно. Можно заниматься постоянным наращиванием мощностей, расширением каналов или анализом и противодействием атак с помощью классических мер (блокировка). Даже в рамках небольших бюджетов на рынке ИБ есть возможность использовать как самые простые аппаратные решения, так и „облачные“ средства защиты от DDoS (DDoS protection-as-a-Service). В ряде случаев компания не всегда готова перенаправлять собственный трафик за пределы своей сети, особенно если он содержит коммерческую информацию или персональные данные пользователей. В таких случаях необходимо организовывать комплексные системы защиты как от внешних, так и от внутренних DDoS-атак. Но тогда, как уже говорили эксперты, главной проблемой будет пропускная способность интернет-каналов «последней мили».

При этом Юрий Наместников предупреждает, что сложность атак будет расти, что повлечет увеличение затрат на обеспечение безопасности.

«Эту проблему необходимо решать на высоком уровне и в законодательном порядке пресекать деятельность компаний, которые предлагают услуги по кибератакам»,— уверен генеральный директор электронной площадки B2B-Center Алексей Дегтярев.

Того же мнения придерживается Евгений Царев: «Для комплексного противодействия киберугрозам применяются технические (аппаратные и программные), организационные меры. Но этого недостаточно. Мировая практика показывает, что борьба с киберпреступностью малоэффективна без жесткого законодательства и правоприменения. Именно неотвратимость наказания играет решающую роль в борьбе с киберпреступностью. Однако в России в условиях фактической безнаказанности приходится полагаться только на построение эффективной системы информационной безопасности и специализированные компании, которые могут помочь в борьбе с DDoS и другими видами киберугроз». ■

СЕЙЧАС КИБЕРПРЕСТУПНОСТЬ — ЭТО НАСТОЯЩАЯ ОТРАСЛЬ, И ЛЮДИ ТУДА ИДУТ С ЦЕЛЬЮ ЗАРАБОТАТЬ. ПО ЭТОЙ ПРИЧИНЕ ПОДАВЛЯЮЩЕЕ ЧИСЛО КИБЕРАТАК ПРИХОДИТСЯ НА ФИНАНСОВЫЙ СЕКТОР

«БОЛЬШИНСТВО БОТНЕТОВ СЕГОДНЯ ЗАНЯТО РАССЫЛКОЙ СПАМА, А НЕ АТАКАМИ»

Компания SearchInform является одним из старейших российских игроков рынка средств информационной безопасности. Аналитик компании РОМАН ИДОВ рассказал корреспонденту BG СВЕТЛАНЕ РАГИМОВОЙ, как будет меняться ситуация на рынке в ближайшее время.

BUSINESS GUIDE: Насколько сильно изменился характер всевозможных киберугроз в связи с распространением новых технологий?

РОМАН ИДОВ: Сегодня достаточно остро стоит проблема DDoS-атак: нет никаких вычислительных ресурсов, способных эффективно противостоять грамотно спланированной атаке. В некотором роде решением этой проблемы являются популярные сегодня «облачные» технологии: в случае их использования мощности распределенных систем сравнимы с распределенными мощностями атакующих. Но их может не хватать.

Вообще, за последние годы ситуация, конечно, стала хуже. Сайтов вроде putinvzrivaetdoma.org, дающих любому желающему возможность внести свой посильный вклад в DDoS-атаку ненавистного ему ресурса, раньше не было. Хотя если сравнивать ситуацию с распространением спама, то здесь темпы роста уже не так впечатляют: организовывать DDoS не так выгодно и гораздо более рискованно, чем рассылать спам. Поэтому большинство ботнетов, работающих сегодня в сети, занято именно рассылкой спама, а не атаками.

BG: Но, получается, «против лома нет приема»?

Р. И.: Наиболее эффективной защитой от DDoS-атак будет создание распределенной системы, но это достаточно сложно и дорого. Многие пробуют бороться с атаками путем поиска их организаторов, но это также долго и не всегда эффективно. Большинство других приемов: фильтрация запросов, перенаправление атаки и другие — зачастую не дают желаемого эффекта. Однако средства защиты также не стоят на месте. Те же технологии cloud computing весьма эффективны при обслуживании сетевых ресурсов типа социальных сетей, нормальный трафик с которых парализует почти любой корпоративный сайт.

BG: Значит, именно на этот фронт борьбы с киберугрозами в ближайшее время будут брошены основные средства?

Р. И.: Не совсем. На сегодня главной проблемой становится внутренняя безопасность — передача закрытой корпоративной информации за пределы компании самими сотрудниками. Именно в защиту от таких угроз инвестируют сегодня дальновидные компании. Также очень серьезные вложения требуются в защиту от вредоносного ПО. Защита же от DDoS-атак становится уделом не такого уж и большого числа компаний.

Больше всех на информационную безопасность тратят финансовые организации, в них они могут составлять 60% от всех затрат на IT. В других компаниях, где ИБ не настолько актуальна, затраты на нее ниже — например, в торговле она может не дотягивать и до 10% от общего объема. Наиболее важным обеспечение безопасности становится для тех компаний, которые работают именно с информацией.

ДЕНЬГИ ИЗ ВОЗДУХА

ПО ПРОГНОЗАМ АГЕНТСТВА ABI RESEARCH, К 2016 ГОДУ ОБЪЕМ РЫНКА МОБИЛЬНЫХ БЕСКОНТАКТНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ ДОСТИГНЕТ $100 МЛРД. ПЕРВЫЕ МОБИЛЬНЫЕ ТЕЛЕФОНЫ С ПОДДЕРЖКОЙ ТЕХНОЛОГИИ NFC УЖЕ ПОЯВИЛИСЬ В ПРОДАЖЕ В США. РОССИЯНАМ ПОКА ПРИДЕТСЯ ДОВОЛЬСТВОВАТЬСЯ ВОЗМОЖНОСТЬЮ ОПЛАТЫ С ПОМОЩЬЮ МОБИЛЬНИКА ПРОЕЗДА В МЕТРО. НИКОЛАЙ АНДРОНИКОВ

ЕСТЬ КОНТАКТ! Сервис Google Wallet был представлен интернет-гигантом в мае, но официальный запуск пришелся лишь на конец сентября. Фирменное приложение Wallet позволяет обладателям смартфонов под управлением операционной системы Android расплачиваться за покупки в магазинах, общественном транспорте, ресторанах и других местах с помощью мобильного телефона — достаточно поднести его к соответствующему терминалу. Деньги при этом будут списаны с электронного счета пользователя, привязанного к телефону. К сожалению, пока что приложение Wallet поддерживается всего лишь одним смартфоном — Google Nexus S 4G, но это только начало. По прогнозам исследовательской компании Juniper Research, к 2014 году каждый пятый смартфон в мире будет оборудован чипом NFC. По данным аналитиков из iSuppli, к 2015 году объем годовых поставок устройств с поддержкой стандарта NFC достигнет 550 млн единиц.

Технология беспроводной высокочастотной связи малого радиуса действия Near Field Communication была одобрена как ISO/IEC стандарт еще в конце 2003 года. Через несколько месяцев компаниями NXP Semiconudctors, Sony и Nokia была основана некоммерческая ассоциация NFC Forum, целью которой стало продвижение использования стандарта в бытовой электронике, мобильных устройствах и персональных компьютерах. По своему принципу действия NFC схож с распространенным стандартом Bluetooth, только обладает меньшим радиусом действия и большей защищенностью. Речь о повсеместном использовании этой технологии для оплаты покупок велась давно. Но дело сдвинулось с мертвой точки лишь в этом году — с присоединением к консорциуму компании Google.

Пока Google Wallet позволяет «привязать» к электронному кошельку лишь кредитные карты Citi MasterCard и Google PrePaid Card, причем выпуск последних, по данным экспертов, вскоре будет прекращен. В данный момент компания ведет переговоры с Visa Europe: если удастся получить международную лицензию, то сервис сможет начать работы в местах розничной торговли по всему миру.

ИТАР-ТАСС

В МОСКВЕ ВОЗМОЖНОСТЬ ОПЛАТЫ ПРОЕЗДА В МЕТРО С ПОМОЩЬЮ ТЕЛЕФОНА ПОЯВИТСЯ ЛИШЬ К 2013 ГОДУ

ВИРТУАЛЬНОЕ ПОРТМОНЕ Смысл использования мобильного телефона вместо банковских карт прост. Во-первых, это более безопасно: сама карта продолжает лежать в кошельке или вообще дома, а вся информация проходит через Google Wallet, играющий в таком случае роль посредника между магазином и вашим счетом. Во-вторых, элементарно удобно: не придется носить с собой портмоне, заполненное пластиком. Проще всего оценить преимущества технологии можно в Японии, где абоненты оператора NTT DoCoMo давно уже могут расплачиваться с помощью мобильника в самых разных местах, в том числе кафе и ресторанах.

В России смысл использования технологий бесконтактных мобильных платежей остается под вопросом. По замыслу авторов Google Wallet пользователь будет привязывать свой мобильный кошелек к реальном банковскому счету. Однако в России до сих пор слабо доверяют безналичной оплате услуг. Согласно данным социологического опроса «Левада-центра», у 40% жителей России до сих пор нет кредитных карт, а 48% опрошенных не имеют даже счета в банке. И не планируют его открывать вовсе.

УРОВЕНЬ ПРОНИКНОВЕНИЯ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ В РОССИИ ОДИН ИЗ САМЫХ ВЫСОКИХ В МИРЕ. НА КОНЕЦ 2010 ГОДА, ПО ДАННЫМ АГЕНТСТВА «КОМИНФО КОНСАЛТИНГ», ОН СОСТАВИЛ 166,3%. ТОГДА КАК СЧЕТА В БАНКЕ НЕ ИМЕЕТ ПОЧТИ ПОЛОВИНА РОССИЯН

Однако здесь само собой напрашивается изящное решение. Уровень проникновения мобильной связи в России один из самых высоких в мире и на конец 2010 года, по данным агентства «Коминфо Консалтинг», составил 166,3%. Так почему бы не привязать мобильный кошелек к счету абонента и не позволить ему расплачиваться, используя эти средства?

Именно так собираются поступить российские операторы. Коммерческий запуск проекта по оплате проезда в московском метро при помощи телефона планировался компанией МТС еще в конце 2010 года. При этом не требовалось даже приобретать специальный мобильный телефон, достаточно было получить в офисе оператора SIM-карту со встроенной NFC-антенной. В таком случае в меню телефона появлялся специальный пункт, в котором можно выбрать и тут же оплатить нужное число поездок прямо со своего мобильного счета.

Прошел почти год, но долгожданного запуска проекта в эксплуатацию так и не случилось. Тем не менее проекты вовсю тестируются в других городах России: в Екатеринбурге МТС совместно с Минсвязи и информационных технологий Свердловской области вовсю работает над реализацией аналогичного проекта «Мобильный билет». Также, по словам представителя компании «МегаФон», в самое ближайшее время возможность оплаты проезда в общественном транспорте с помощью мобильного телефона будет реализована в Санкт-Петербурге — благодаря интеграции системы оплаты с уже реализованной транспортной электронной картой «Подорожник». По словам председателя департамента информационных технологий Москвы, в московском метро такая система оплаты будет реализована не ранее 2013 года. А там, глядишь, и телефоны со встроенными NFC-чипами получат распространение.

Пожалуй, главным препятствием на пути распространения технологи NFC остается минимальное число устройств с ее поддержкой. Однако, как говорится в осеннем сообщение консорциума Isis, объединяющего крупнейших американских операторов сотовой связи, об использовании единых технологических стандартов в отношении NFC наконец договорились крупнейшие производители мобильных телефонов. В их число вошли компании Samsung, LG, Sony Ericsson, Motorola Mobility, HTC и Research In Motion. Помимо обязательства выпуска смартфонов со встроенными NFC-чипами консорциум начал работу с компанией DeviceFidelity, выпускающей аксессуары для мобильных телефонов без встроенного NFC. «Рынок мобильных платежей зависит от доступности устройств. Вместе с операторами связи мы сделаем так, чтобы соответствующие устройства были на полках магазинов в избытке»,— пообещал Дейл Сон, глава американского офиса Samsung Mobile. Уже в этом году, по прогнозу iSuppli, будет выпущено 93,2 млн мобильных устройств с интегрированным NFC.

Серьезный толчок распространению этой технологии могла бы дать компания Apple — многие эксперты сходились в том, что новый смартфон компании, представленный 4 октября, будет иметь встроенный NFC-чип. Но этого не случилось, и, скорее всего, произойдет лишь в следующем году. ■

BUSINESS GUIDE

Тематические приложения к газете
Коммерсантъ

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА
ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА
СМЕЖНИКИ
ИНВЕСТОРЫ
КОНКУРЕНТЫ
АДМИНИСТРАТИВНЫЙ РЕСУРС

Реклама.

Ваши близкие могут общаться на корпоративных условиях

Участвуйте в корпоративной программе «Наши люди»: выгодные тарифы и бесплатное общение внутри группы для Ваших родных и близких

www.megafon.ru
0555

Вызовы внутри группы не тарифицируются в рамках ежемесячно предоставляемого участникам программы «Наши люди» пакета минут при нахождении в пределах домашнего региона.

МегаФон
Будущее зависит от тебя