

[№14 \(391\), 15 октября 2012 года](#)

## Время пионеров. Облачные решения для среднего и малого бизнеса.

Автор: Ольга Мельник

Облака постепенно обретают форму. Появляется все больше продуктов и решений (в том числе в России), в какой-либо мере использующих именно облачную модель доступа. Уже можно попытаться «разглядеть» те реальные возможности, которые дает бизнесу облако, и те способы, которые позволят зарабатывать в новых, изменившихся условиях. Оставим в стороне крупные корпорации с их собственными или арендованными дата-центрами, государственные компании, действующие по особым правилам. В этой статье мы сосредоточимся на средних и малых российских фирмах — массовых клиентах ИТ-реселлеров.

### Оценки рынка

Рынок облачных сервисов в России пока не велик — меньше 50 млн. долл. По прогнозам различных экспертов, в частности RSCPA, уже к 2016 г. рынок достигнет отметки в 1–1,2 млрд. долл. Такие данные приводит **Михаил Ляпин**, менеджер по развитию облачных сервисов TerraLink. Он уверен, что при таких темпах этот сегмент привлечет к себе внимание инвесторов, разработчиков, и новые, даже отраслевые продукты не заставят себя ждать.

Объем российского рынка облачных услуг и решений в 2011 г. достиг уровня 500 млн. долл. Таковы результаты исследования, проведенного группой IBS. Пока облачные продукты занимают небольшую долю в ИТ-затратах российских заказчиков, однако этот сегмент, по мнению аналитиков, — один из наиболее перспективных. В отличие от большинства других стран, в России основные расходы пойдут не на закупку ресурсов в публичном облаке, а на развертывание частных облаков.

Первая часть исследования IBS была призвана показать ключевые общемировые тенденции в сфере облачных вычислений, главная из которых — постепенный переход на публичные облака. Если сейчас их доля составляет порядка 40% (оставшиеся 57% — частные и 3% — гибридные модели), то к 2015 г. она превысит половину (52%) мирового рынка.

Общий объем рынка публичных облаков в мире в 2011 г. оценивается в 25,5 млрд. долл. Из них около 60% приходится на Северную Америку, 23% — на Западную Европу, 12% — на Азиатско-Тихоокеанский регион. Доля потребления услуг публичных облаков в Восточной Европе, включая Россию, — порядка 2% от мирового. Предполагается, что к 2015 г. этот рынок увеличится до 97 млрд. долл., при этом доля североамериканского сократится до 50%, а доля Западной и Восточной Европы вырастет до 27 и 3% соответственно.

Разброс оценок величины рынка на порядок — дело обычное для развивающегося сегмента. Важно, что все верят в положительную динамику. Правда, кроме заказчиков, что не очень хорошо. **Вячеслав Орехов**, заместитель генерального директора SAP СНГ, директор по работе с быстрорастущими компаниями, отмечает: «Основными сдерживающими факторами использования облачных решений в нашей стране остаются предубеждения заказчиков, связанные в большинстве случаев с недостаточной информированностью. Плюс общая невысокая культура автоматизации компаний среднего и малого бизнеса, которые традиционно составляют целевую аудиторию для облачных сервисов».

Многие до сих пор руководствуются старой парадигмой «если работает, то не трогай», и часто новые сервисы не востребованы только потому, что людям просто лень с ними разбираться, считает **Сергей Фомичев**, директор по развитию бизнеса компании «Мастертел».

Совершенно другой точки зрения придерживается **Николай Прянишников**, президент Microsoft в России. Малый и средний бизнес — в числе наиболее перспективных потребителей облачных услуг, утверждает он: 52% владельцев предприятий СМБ считают, что в ближайшее время облачные платформы и технологии станут основой ИТ-инфраструктуры их компаний. Таковы результаты исследования, проводившегося по инициативе Microsoft в Европе и России в 2011 г.

Облачные решения — скорее модная, нежели актуальная тема для сегмента СМБ, считает **Олег Панкин**, руководитель подразделения продуктового маркетинга компании Ricoh Rus. Многие игроки ИТ-рынка утверждают, что у них сформирован портфель подобных решений, но проблема в том, что интерес к облакам — односторонний, полагает он. Предполагаемые потребители — российские представители малого и среднего бизнеса — к облачным решениям относятся по-прежнему скептически. Говоря о причинах, можно вспомнить и о

проблемах с широкополосным интернет-доступом в стране, и о вопросах безопасности информации в облаках, и даже о небольшом — по сравнению с западными странами — количестве компаний собственно малого и среднего бизнеса. Но важнее всего, по мнению Панкина, то обстоятельство, что в СМБ-секторе ИТ-инфраструктура развита слабее, чем в других сегментах; применяются в основном простейшие решения. «Мы часто видим элементарное нежелание владельцев бизнеса вкладывать деньги в новые сервисы — ведь это дополнительные затраты», — говорит он.

Главными барьерами на пути развития рынка облачных сервисов **Владимир Шибанов**, генеральный директор компании «Аквариус», считает, во-первых, недостаточную осведомленность о сути таких сервисов и, во-вторых, все еще низкую их полезность для реального бизнеса. Она есть, уверен он, но заведомо ниже затрат на преодоление административных барьеров или получение эксклюзивных условий от поставщика, на переучивание персонала. Кроме того, одной из проблем, по его мнению, еще недавно было практически полное отсутствие продуктов, ориентированных конкретно на данный сегмент. Сейчас, полагает Шибанов, ситуация меняется в лучшую сторону, все чаще встречаются решения, ориентированные на СМБ. В основном, это базовые антивирусные и защитные решения, системы электронного документооборота и управления складским учетом, решения для совместной работы, объединенные коммуникации, внешние хранилища данных. «Да, эти решения проигрывают своим традиционным аналогам, — говорит Шибанов, — но зачастую предприятиям СМБ вполне достаточно предлагаемого функционала».

Доступные многофункциональные решения для перевода всех ИТ-процессов СМБ в облако действительно отсутствуют, подчеркивает **Павел Косторин**, директор по продукции компании QNAP Россия: подавляющая часть ориентирована на определенные задачи, например работу сервисной службы и контакт-центра или портала маркетинга и продаж. Однако актуальность таких узконаправленных продуктов крайне высока, полагает он, поскольку с их помощью можно решить наиболее проблемные задачи, стоящие перед компанией.

Со средними и малыми клиентами, в отличие от корпоративных, компания «Системные Технологии» работает только по классической модели покупки ПО, рассказывает **Артем Бураченко**, заместитель генерального директора. «Мы видим, что сектор СМБ еще достаточно инертен в этом вопросе и к облакам не готов», — отмечает он. Но, полагает он, в ближайшее время ситуация начнет меняться, поэтому «Системные Технологии» готовят решения, которые «позволят клиентам просто взять КПК или смартфон, установить на него программу и начать работать, не настраивая у себя систему».

**Николай Нырков**, руководитель DEXMA Labs, дочерней компании АСКОН по разработке веб-PLM-систем, описывает ситуацию просто: сейчас время «пионеров», причем как со стороны производителей, так и со стороны потребителей, но это уже не начальные жалкие попытки.

Что касается прогнозов, то давать их явно преждевременно. Частные облака, публичные облака, гибридные модели: какой тип окажется наиболее востребованным в России, именно в СМБ, в ближайшие пять лет? Никто не знает. Такой ответ — самый корректный, судя по проведенному для настоящего обзора небольшому опросу вендоров и интеграторов. Куда качнется баланс стоимости, безопасности, функциональности именно в секторе СМБ? Часть экспертов склоняется к близкой победе публичных сервисов как самых экономически выгодных, но и контраргументы вполне весомы, достаточно одних лишь требований регулирующих органов или напоминаний о качестве каналов связи.

Учитывая активное участие государства, можно утверждать, что миграция уже происходит, считает Владимир Шибанов, имея в виду национальную облачную платформу. Ожидается, что благодаря наличию комплекса прикладных сервисов, минимальным срокам внедрения и нулевым капитальным затратам наиболее востребованной облачная платформа станет как раз у компаний малого и среднего бизнеса. «Уже сегодня платформа позволяет получить доступ к офисным приложениям, бухгалтерии, приложениям для управления ресурсами, объединенным коммуникациям. Не возьмусь утверждать, что все это уже сейчас работает так, как задумывалось, но начало положено, и этот факт не может не радовать», — говорит Шибанов.

## Что «воспарит»

Какие типы бизнес-приложений в первую очередь будут переноситься в облака? Здесь ясности и единства мнений значительно больше. В первую очередь, это хранение данных, почтовые сервисы, CRM и лицензионное ПО, во вторую — объединение с помощью Интернета региональных офисов в единую телефонную и корпоративную сеть, видеоконференции и т. п., считает Сергей Фомичев.

Движение в облака уже началось, но это перспектива 8–10 лет, считает Артем Бураченко. Первыми перейдут на SaaS микробизнесы и частные предприниматели, у которых просто нет вычислительных мощностей. В облаке будут разворачиваться новые для предприятий типы информационных систем. Последними вынесут в облака учетные системы, поскольку все бизнесы обеспокоены сохранностью и безопасностью данных, считает он.

Анатолий Третьяков в качестве «первоочередных» называет системы коллективной работы над документами и организацию эффективного взаимодействия (SharePoint, почтовые системы, общие календари, проектный учет,

складские системы, CRM), мобильный офис, резервное копирование данных. «Очень сложно прогнозировать реальный спрос именно у нас, но если опираться на европейский опыт, то уже через два-три года сложно будет представить себе небольшую организацию, самостоятельно занимающуюся администрированием и управлением, скажем, почтовым сервером или CRM-системой», — отмечает Третьяков.

Приоритет будет за приложениями, ориентированными на хранение пользовательской информации или требующими обработки больших объемов информации предполагает **Юлия Епифанцева**, директор по развитию компании PROMT.

В первую очередь переноситься будет решение «общеупотребительных» задач, таких как почта, аудио-видеоконференции, управление документами, проектами, взаимоотношениями с клиентами. «Сейчас это всюду осваивают „пионеры“, массовый переход реален через два-три года», — говорит Николай Ныркков. Не будет скорым, по его мнению, перевод систем, связанных с финансами (из-за опасений пользователей), а также узкоспециализированных приложений, например инженерных САД-систем.

Максимальный рост коммуникационных продуктов предрекает Михаил Ляпин: это первое, о чем думает предприниматель при создании нового бизнеса, этот сектор будет расти быстрее прочих, считает он. Другое предположение: первыми в облако будут переноситься те приложения, которые наименее критичны для бизнеса. Ляпин уверен, что возможный простой какого-нибудь продукта для управления проектами не сильно скажется на бизнесе компании. Со временем увидев, что малокритичные приложения работают достаточно стабильно, клиент может перенести в облако что-то более сложное и важное для бизнеса — например почту или «1С». Позже прочих облачную форму примут отраслевые решения: они сейчас довольно дороги, и SaaS могло бы дать клиентам необходимую низкую стоимость, но целевая аудитория этого незначительна, а потребности маленьких групп профессионалов удовлетворяются в последнюю очередь, напоминает Михаил Ляпин.

В ближайшее время вполне вероятно широкое распространение облачной печати, так как подобные приложения сегодня активно продвигаются на рынок всеми ведущими вендорами, полагает Олег Панкин. Также все более популярным становится удаленное хранение оцифрованных — например с помощью сканера — данных как наиболее простой вариант применения облачных технологий, отмечает он.

По данным исследования Egde Strategies, на которые ссылается Microsoft, у СМБ-компаний наиболее популярны облачные сервисы финансового и бухгалтерского учета. Их используют 22% опрошенных. Облачные инструменты удаленной совместной работы занимают второе место: 17% респондентов. Примерно одинаковы по популярности бизнес-почта, бизнес-аналитика, резервное копирование и хранение данных. Обычно переход на облачные сервисы выполняется сотрудниками самих компаний в течение достаточно коротких сроков, так как используются в основном стандартные сервисы.

Согласно исследованию, которое проводилось по заказу Microsoft, значительное число владельцев СМБ в России считают, что облачные решения помогут им сэкономить на ИТ-инфраструктуре, ИТ-специалистах и содержании серверов. 52% из них считают, что облако вскоре станет нормой для небольших участников рынка.

Перспектива перехода к облачным решениям станет реальной, когда с развитием рынка телекоммуникаций и ЦОДов поставщики публичных облаков сделают свои решения более функциональными, одновременно снижая стоимость, полагает Павел Костюрин.

## Где деньги?

Анализируя продуктовые предложения, нельзя не заметить, что многие из них предполагают прямые продажи, цепочку, состоящую только из вендора и потребителя. Что при этом делать реселлерам, всем уже ясно: заниматься сервисами, создавать добавочную стоимость. Не очень ясно, как именно это делать в реальных условиях.

Если иметь в виду схему «купил подешевле, продал подороже», то она не будет приносить серьезной прибыли. Гораздо более жизнеспособна бизнес-модель, когда облачные решения предлагаются оператором или интегратором в составе услуг или решений, делая их более привлекательными для конечного потребителя, считает Сергей Фомичев.

Реселлеры — это около 90% компаний, работающих на российском рынке облаков и не имеющих собственной инфраструктуры, состоящей из аппаратных и программных средств, однако они могут предоставлять ряд ценных услуг, выступая консультантами и оказывая всестороннюю поддержку клиенту — от инсталляции и обучения до персонализации и модернизации решений, полагает Павел Костюрин.

Реселлеры все равно останутся, уверен и Артем Бураченко, но переход на SaaS-схему нанесет удар по классическим каналам распространения ПО, например по продаже дисков. Однако реселлеру поможет зарабатывать нарабатанная им клиентская база: поставщик облачного решения не сможет сам дотянуться до потребителей в регионах. Второй способ заработать на облаке — кастомизация. Да, SaaS не требует инфраструктуры, но это не отменяет необходимости адаптировать решение под конкретные бизнес-процессы.

«И если с Google Docs мы справимся сами, то сложное ПО, например профессиональная CRM-система, все равно потребует настройки». Реселлеру придется переквалифицироваться в интегратора, считает Бураченко.

С появлением и развитием «облака» меняются роли в ИТ-отрасли, возрастает значение сервис-провайдера, чего ранее практически не было, полагает **Инна Ожогина**, эксперт по развитию бизнеса, SAP СНГ. Сервис-провайдеру, чтобы построить экономически успешный бизнес, необходимо быть крупным, так как эффективность облака достигается во многом за счет экономии на масштабе, подчеркивает она, но реселлеры могут перепродавать облачные сервисы и дополнить свой бизнес оказанием некоторых услуг. «Им, скорее всего, придется подумать о создании некоторой добавленной ценности», — полагает Ожогина.

Михаил Ляпин анализирует ситуацию следующим образом: «Что такое СМБ в России? Это компании, в которых трудятся от 12 до 250 сотрудников. Это сектор, который генерирует лишь порядка 21% ВВП (в отличие от 50–70 в развитых странах). При этом российское законодательство не слишком благосклонно к малому бизнесу. Наш сервис должен стать достаточно важным для существующей небольшой целевой аудитории». Таким образом, делает вывод Ляпин, для сервиса необходимо соответствовать двум критериям. Во-первых, иметь значительную финансовую подушку и терпеливых инвесторов, чтобы ждать 3–4 года выхода на окупаемость. Во-вторых, сервис должен стремиться на мировой рынок и, следовательно, обладать достойным разборчивых западных клиентов функционалом, ценообразованием и интерфейсом.

Николай Прянишников отмечает: «Мы считаем, что с появлением облачных решений начинается эпоха новых возможностей для роста бизнеса наших партнеров. Облако диктует новые реалии, в которых значительно большую роль начинают играть консалтинг и сервисное обслуживание. И это та часть бизнеса, которую мы поручаем нашим партнерам. Теперь в новой бизнес-модели их компетенции существенно расширяются — сейчас это не только продвижение, но и квалификационное обслуживание и поддержка наших технологических продуктов на всех этапах жизненного цикла. Если говорить, например, о продвижении Office 365, то здесь наши партнеры получают вознаграждение за продажу и внедрение продукта от 16 до 23%, что, как правило, превышает стандартную маржу от традиционных продаж». Прянишников подчеркивает, что переориентирование бизнеса партнеров требует от них нового качества навыков и знаний, приобретать которые им помогает вендор: в России уже около 280 компаний стали участниками новой программы поддержки партнеров, специализирующихся на продвижении облачных решений.

## IDC о российском рынке облачных услуг

По данным исследования IDC Russia Cloud Services Market 2012–2016 Forecast and 2011 Competitive Analysis, размер российского рынка публичных и частных облачных операционных услуг в 2011 г. вырос на 417,3%, до 59,38 млн. долл.

Расходы на услуги публичных облаков достигли 27,35 млн. долл., включая 3,1 млн. долл. на услуги, предоставленные в рамках модели виртуального частного облака.

В 2011 г. произошел резкий рост объема услуг IaaS. Эта категория составила наибольшую долю (49,6%), доля SaaS — 46,8%, PaaS — 3,6%.

Впечатляющий рост показал сегмент частного облака. Расходы на данный тип услуг составили 32,03 млн. долл. Более 75% данной суммы пришлось на категорию IaaS.

По прогнозам IDC, рынок облачных услуг будет расти гораздо быстрее, чем весь рынок ИТ-услуг, и к концу 2016 г. превысит 460 млн. долл., демонстрируя среднегодовой темп роста 50,8%.

Среди продуктов, на базе которых построены наиболее популярные в России SaaS-решения, продукты компаний Microsoft, Salesforce.com, Google и российских поставщиков — «Мегаплан», «Копус Консалтинг», Softline, СТ Consulting, «МойСклад».

Среди наиболее успешных поставщиков IaaS в публичном облаке — «КРОК», Parking.ru, Softline; в частном — HP, «Ай-Теко», IBM.

Возможность зарабатывать у реселлеров останется, утверждает Николай Ныркoв. Он называет три основных фактора. Массовое продвижение только силами вендора — удовольствие очень дорогое. Физический, не виртуальный, контакт «продавец — покупатель» в ряде случаев необходим. Комплексные сделки удобны для покупателя. Некоторые продукты в определенных ситуациях требуют технических и методических работ по внедрению именно на месте, не все возможно выполнить удаленно (даже при современном уровне развития интернет-коммуникаций), подчеркивает Ныркoв: унаследованные данные в корпоративных информационных системах, интеграция существующих в компании/на предприятии систем.

В продаже инфраструктуры как сервиса у реселлеров достаточно прочные позиции, так как фактически для клиента они формируют преимущества, интегрируя вендоров и поставщиков в один канал закупки всех ИТ (и не только услуг), полагает Анатолий Третьяков.

При предоставлении уже готовых приложений как услуги роль реселлера уже снижается, и на первый план выходит удобство взаимодействия клиента именно с разработчиками ПО, убежден Третьяков. «Поэтому в нашем портфеле предусмотрена возможность встраивания в канал продаж облачных инфраструктур реселлеров, а для разработчиков облачного ПО подготовлены инструменты для простого взаимодействия с потребителями их облачных приложений», — говорит он. Магазин Fujitsu Cloud Store (<http://cloudstore.ts.fujitsu.com/fujitsu-bss-portal/marketplace/>) содержит в основном облачные бизнес-приложения сторонних разработчиков, по сути, это - аналог широко известных магазинов приложений для ОС Apple и Android.

«Наш продукт PROMT Cloud представлен в магазинах партнеров компании, — говорит Юлия Епифанцева. — Фактически это лицензия, и она может быть успешно транслирована в партнерский канал. Продукт относительно новый, и продается он на общих основаниях, то есть партнер получает процент от продаж, так что это по-прежнему выгодно». Другое дело, что продажа таких решений часто требует индивидуального подхода к каждому клиенту, которому нужно обучать продавцов, но это уже другая проблема, подчеркивает Епифанцева.

У Ляпина есть свое видение перспективы облачного рынка в России. Практически все облачные реселлеры показывают скромные финансовые результаты, напоминает он. Сама идея покупки у условного «Пети» продукта, который делает условный «Вася», кажется странной. Однако именно так сейчас и происходит в реальном секторе экономики — множество различных дистрибьюторов продают мало отличающиеся друг от друга товары. Унификация товарной группы в облачном бизнесе очень сильна даже в России. Рынок еще не стал массовым, а коммодитизация его уже наступила. Даже среди вендоров разница между сервисами настолько незначительна, что клиенту все равно, чем пользоваться. Какая разница между «Мегапланом» и «Битрикс24»? А между Dropbox и Яндекс.Диск? Отмечаются лишь незначительные детали, клиенту все равно, что приобретать. А раз коммодитизация проявляется на примере ISV, то у ISP она будет только усиливаться — клиенту нет разницы, где приобретать продукт: у вендора, у Softline или у Inoventica. Где дешевле и надежнее — там и купит, считает Ляпин.

Однако не все безнадежно, полагает он. Набирает обороты тенденция Cloud Services Brokerage: реселлер добавляет некоторую добавленную стоимость к чужому продукту. Когда перепродавец сервиса облачного хранения данных (к примеру, Dropbox) предоставляет клиенту возможность самостоятельно выбрать дата-центр, в котором будут храниться данные, или возможность переносить их из одного сервиса в другой (Box.com или Яндекс.Диск). «Такое встречается все чаще, и думаю, может стать выходом для реселлеров», — подчеркивает Ляпин.

Рынок облачных сервисов в России пока не велик — меньше 50 млн. долл.

По прогнозам экспертов, уже к 2016 г. рынок достигнет отметки в 1–1,2 млрд. долл.

## Продукты и сервисы

Мы ведем речь о продажах облачных продуктов, построении бизнеса на их основе. А есть ли предмет продажи и обслуживания?

Одна из наиболее известных облачных инициатив, вполне доступная в России — Google Docs. Артем Бураченко отмечает: «Я часто встречаю частных предпринимателей, использующих этот сервис для ведения учета или организации и проведения совместных закупок». Он отмечает также сервис «Мое дело» как «хороший пример онлайн-бухгалтерии для малого бизнеса». Но преимущество Google Docs в том и состоит, что с ним каждый может разобраться самостоятельно. Office 365 в этом смысле не многим отличается. Уже почти год на российском рынке присутствует этот пакет офисных приложений Microsoft для совместной работы и объединенных коммуникаций, которые можно использовать как услугу и оплачивать по мере потребления. Но пока не заметно, чтобы этому продукту сопутствовал большой успех.

Но Office 365 далеко не единственная облачная инициатива Microsoft. В рамках презентации Национальной облачной платформы О7 на выставке «Связь-Экспокомм-2012» «Ростелеком», Microsoft и «1С» представили облачную услугу «О7.Бизнес». Это один из первых облачных сервисов, доступных пользователям Национальной облачной платформы. Сервис предназначен для СМБ, бюджетных учреждений, органов государственной власти и местного самоуправления. Пользователь сервиса получает возможность автоматизировать бухгалтерский учет, ведение клиентской базы, анализ продаж, документооборот, логистику и коммуникации.

CRM-online — еще один сервис Microsoft, облачная версия Dynamics CRM. Число сервисов этого вендора, доступных в России, растет. С июля 2012 г. российские компании могут оформить подписку на услуги Windows Azure напрямую на портале Microsoft. При этом им стал доступен расширенный функционал облачной платформы, который включает в себя не только PaaS, но и IaaS-сервисы.

Собственные облачные сервисы есть и у SAP, в том числе доступные из публичного облака. Кроме того, вендор продвигает в России технологии для построения частных облаков в инфраструктуре заказчиков. Действуют

программы и решения для построения облаков на базе дата-центров партнеров.

Из того, что уже доступно в России, локализовано и годится для СМБ, эксперты SAP отмечают Streamwork (решение для совместной работы с функциями внутрикорпоративной социальной сети), BI on Demand (решение для бизнес-аналитики, построения и визуализации отчетности), Sourcing on Demand (решение для управления закупками, работы с поставщиками, договорами) и SuccessFactors (комплексное решение для управления персоналом). Последнее состоит из 19 модулей и включает управление по целям, оценку и развитие персонала, функции найма и обучения, планирование карьеры и преемственности и пр. В ближайшее время ожидается запуск Business One on Demand — ERP-решений для малого и среднего бизнеса, еще больше облачных продуктов станет доступно в следующем году.

Fujitsu, которая с 2010 г. предоставляет облачные сервисы по всему миру, в сентябре 2012 г. в рамках ежегодной конференции IT Future для партнеров в России запустила эти сервисы у нас в стране. Теперь их можно приобретать у представительства Fujitsu напрямую. К предложениям по построению собственных облачных решений добавились услуги по аренде серверных мощностей (IaaS) из ЦОДов Fujitsu. Анатолий Третьяков говорит, что вендор уже работает с несколькими партнерами. В ближайшее время станут доступны для приобретения и приложения из облаков от Fujitsu. Уже сейчас можно ознакомиться и попробовать более 40 таких приложений, ориентированных на небольшие организации.

Павел Костюрин рассказывает о технологии MyCloudNAS. Она разработана для реализации персонального облака на базе сетевого хранилища, а именно для публикации в Интернете таких сервисов, как веб-интерфейс, менеджер файлов, веб-сервер, управление станцией автономной загрузки и многих других. В будущем на сетевых накопителях могут появиться приложения с поддержкой работы в браузере, в том числе через MyCloudNAS, полагает Костюрин. По его мнению, востребовано и резервирование избранных данных с сетевого накопителя на облачные хранилища, среди которых, кроме ElephantDrive, встроенной микропрограммой поддерживаются Amazon S3, Symform и GoogleDrive, а также CrashPlan и DropBox при установке дополнительных программных пакетов.

Михаил Ляпин выделяет уже имеющиеся на рынке облачные сервисы, предназначенные почти исключительно для СМБ, — «Мегаплан», «Мой Склад». «Достаточно интересные объемы продаж», по его мнению, у облачной версии «1С: Предприятие». В России уже сейчас довольно многие компании понимают, что им не нужны мини-АТС с ограниченным функционалом, и приобретают сервисы Unified Communications (Octoline, Tekmi), говорит Ляпин.

Видимо, понимая это, «Мастертел» ввела в линейку своих продуктов услугу «Мастер офис», которая позволяет заменить весь функционал офисной АТС и получить дополнительные сервисы. Список сервисов будет расти, поскольку, как считает Сергей Фомичев, один из трендов развития телекома — продажа услуг вместе с сервисами, которые делают эти услуги более привлекательными для потребителя.

Сама TerraLink запустила облачный сервис потокового ввода, распознавания и верификации документов Scan'N'Roll!. Продукт работает в тестовом режиме, по словам Ляпина, уже используется в нескольких крупных российских банках. Основная функция — ввод данных из бумажного документа или pdf-файла в информационную систему заказчика, «почти в любую», утверждает Ляпин. Он поясняет: «Основных ноу-хау четыре: SaaS, оплата постранично — 9 рублей за страницу, обработка не только финансовой „первички“, но и практически любых документов, трансляция в ИС клиента („1С“, SAP, Microsoft Dynamics и т. д.) посредством соответствующего коннектора». «Сервисом уже сейчас активно интересуются наши традиционные клиенты, как из Enterprise-сегмента, так и из среднего бизнеса. В будущем мы планируем продавать его через различные торговые площадки, в т. ч. и телекоммуникационные компании», — поясняет Ляпин.

Действует сервис распознавания ABBYY Online OCR SDK. Это решение для тех компаний (как правило, СМБ), которые по тем или иным причинам не хотят или не могут позволить себе развернуть полноценный ABBYY OCR SDK, говорит **Иван Бодягин**, заместитель директора департамента разработки технологий компании ABBYY. По его словам, скоро будет открыт публичный доступ к Data Capture-решениям, развернутым в Azure. Для конечных пользователей есть ABBYY FineReader Online, им пользуются уже почти полмиллиона человек. Сервис доступен как из браузера, так и через специальное клиентское приложение для Windows 8, а скоро появится и специальное приложение для мобильных устройств.

PROMT предлагает облачные решения для СМБ Translate.Ru API и PROMT Cloud, рассматривая в качестве основной аудитории интернет-бизнес (образовательные сайты, интернет-магазины, сайты СМИ, каталоги и т. д.), но не ограничиваясь ими. «Клиент может использовать в Cloud любые функции наших решений, вплоть до встраивания плагинов в популярные офисные приложения», — говорит Юлия Епифанцева.

Больше двух лет назад первый шаг к облакам сделала АСКОН. Это была продажа САD-системы КОМПАС-3D по модели SaaS. Проект был запущен в сентябре 2010 г. и проработал чуть больше года. Сервис был рассчитан на инженерный СМБ (небольшие конструкторские бюро). «При высоком интересе (1,5 тыс. зарегистрированных пользователей) коммерческого результата мы не получили», — признает Николай Нырков.

Тому, по его мнению, было несколько причин: низкое качество Интернета для работы с «тяжелыми» приложениями, отсутствие культуры использования лицензионного ПО, само отсутствие массового слоя СМБ в отечественном машиностроении.

Сейчас облачные технологии в компании применяют для ознакомления клиентов (проектные организации в строительстве, включая СМБ) с системой управления проектными данными ЛОЦМАН:ПГС. В сентябре была открыта для бета-тестирования система управления проектированием для машиностроительного СМБ — DEXMA. Продукт ориентирован на глобальный рынок (США, Германия). «Хотя неожиданно мы увидели и интерес со стороны российских пользователей», — отмечает Нырков. В начале 2013 г. DEXMA будет дополнена модулями управления производством и логистикой.

Есть два комплекса облачных решений и у Ricoh, рассказывает Олег Панкин: первый рассчитан на интеграцию с офисными многофункциональными устройствами и принтерами, второй предназначен для небольших компаний полиграфического сегмента (типографии, копи-шопы), которые используют высокопроизводительные цифровые печатные машины. И в том, и в другом случае речь идет о SaaS-сервисах. Компаниям среднего размера предлагается система мониторинга парка устройств печати @Remote. Это решение позволяет удаленно отслеживать объемы, техническое состояние принтеров и МФУ компании, при этом вся информация аккумулируется в облаке.

Еще одно доступное для небольших компаний решение этого вендора — облачное сканирование с помощью сервиса Global Scan NX, которое упрощает интеграцию бумажных документов в систему цифрового документооборота. Версия GlobalScan NX Serverless работает без использования сервера и подходит для небольших офисов.

Формат документов и маршрут сканирования можно определить заранее. Кроме того, все многофункциональные устройства Ricoh нового поколения, которые базируются на интеллектуальном контроллере GWNX, благодаря встроенному веб-браузеру дают пользователям возможность подключаться к облачным системам хранения данных прямо с панели управления МФУ.

В прошлом году Ricoh Europe открыла новое подразделение Precision Marketing, услуги которого связаны с повышением эффективности маркетинговых кампаний — в первую очередь тех, которые проводятся с помощью директ-мейла или транспромо (для банков, телекоммуникационных, страховых и туристических компаний). Специалисты Ricoh помогают правильно обработать базы данных о клиентах и сформировать группы клиентов, которые вероятнее всего отреагируют на то или иное рекламное предложение. Типографиям, которые на финальном этапе печатают рассылки, Ricoh дает удаленный доступ к специальному ПО, которое позволяет вносить необходимые элементы персонализации в каждое сообщение, не замедляя общей скорости работы печатающей машины.

Сентябрь 2012 г. был чрезвычайно богат на сообщения о запуске облачных сервисов и продуктов. Анонсировала свои сервисы электронного документооборота и корпоративного портала на базе Windows Azure компания «КОРУС Консалтинг». Предложение включает сервисы корпоративного интранет-портала, договорного документооборота (ДДО), организационно-распорядительного документооборота (ОРД), входящих/исходящих документов, служебных записок. Облачные сервисы «Документооборот» и «Корпоративный портал» вводятся в работу быстро: в течение 3–5 дней специалисты «КОРУС Консалтинг» производят установку решения, настраивают права доступа, включая интеграцию в локальную сеть предприятия, и обучают технических специалистов заказчика. При этом клиент может выбрать типовое решение или кастомизировать его в соответствии со своими потребностями и политиками безопасности. Все облачные сервисы «КОРУС Консалтинг» поддерживают двусторонний экспорт данных: в случае, если клиент по каким-то причинам откажется от подписки на сервис, все его данные легко переносятся из облака в локальную сеть предприятия.

Еще одной новостью облачного направления стал запуск сервиса для дистанционного обучения и онлайн-консультаций Get2Know [www.get2know.ru](http://www.get2know.ru). Проект предназначен как для учебных заведений и индивидуальных экспертов, так и для конечных пользователей. Он тоже ориентирован на глобальный рынок.

Весьма примечательный шаг сделала «АйТи»: ее дочерняя фирма Unicloud анонсировала облачный продукт Business365.ru. Unicloud — агрегатор сервисов, их она предлагает уже несколько, в том числе, кроме Office 365, собственный сервис «юридически значимого электронного документооборота» (далее ЮЗ ЭДО), для продвижения которого приглашаются партнеры.

Но особенно интересен, конечно, собственно Business365.ru. Новая система позволяет эффективно автоматизировать основные процессы малого и среднего бизнеса и, в отличие от множества других, организовывать совместную работу компаний прямо в рамках системы, подчеркивают разработчики. Они могут вести совместные проекты, решать задачи, вести обсуждения, обмениваться файлами и даже подписывать договоры, акты, счета-фактуры с помощью электронной подписи. По сути, делается попытка развернуть деловую социальную сеть на базе этого продукта, причем в этой сети взаимодействие контрагентов на всех этапах будет максимально упрощено: начиная с пресейла и составления договоров (в том числе выставление счетов и обмен

платежными документами) через контроль над ведением работ до завершения контракта и обмена соответствующими «бумагами».

Система предоставляет пользователю сервисы по формированию и мониторингу событий в единой информационной ленте; постановке задач и отслеживанию их исполнения; объединению задач, обсуждений и документов в проекты; общению участников; контактной базе (людей и компаний); планированию и оценке сделок; и самое интересное — обеспечению юридически значимого электронного документооборота между компаниями прямо в процессе их работы друг с другом. К минусам, которые бросаются в глаза при поверхностном знакомстве, можно отнести отсутствие интеграции с массовыми продуктами, в первую очередь с «1С». Правда, она в ближайших планах разработчиков. Безусловный и сразу очевидный плюс — качество интерфейса, юзабилити.

В целом можно говорить о нескольких общих направлениях развития. Во-первых, все больше российских вендоров ПО надеются использовать облачную модель для выхода на глобальный рынок. Во-вторых, работа с документами, хранение их и других данных и взаимодействие на всех уровнях — во всяком случае, именно это создатели продуктов стараются переносить в облако. В-третьих, понятие «программно-аппаратный комплекс», похоже, приобретает совершенно новый смысл: система хранения не нужна, если у нее нет выхода в облака. Не нужен софт распознавания, если к нему сложно подключить сканер. Возникает новый уровень интеграции ПО и «железа».

\* \* \*

Когда появляется новый сегмент рынка, писать о нем легко: все готовы давать прогнозы. Но как только от броских лозунгов фирмы переходят к выполнению плана продаж, все становится гораздо сложнее: никто не хочет говорить о том, сколько же все-таки удалось заработать на новом, столь обещающем направлении, если вообще удалось. Однако рынок облаков, продуктов, сделанных для этой модели, и сервисов, с ними связанных, действительно развивается быстро. Вероятно, в ближайшее время он «созреет», классификация утрясется, маржа стабилизируется, и эксперты будут дружно говорить о похожих процентах роста оборотов.

---

© 2012 ЗАО «СК Пресс». [Информация об авторских правах и порядке использования материалов сайта](#)