



Ведущая темы
Евгения ВОЛЫНКИНА

ждет ваших комментариев
в своем блоге на

www.iksmedia.ru



Постояв десяток-другой лет в очереди на телефон и помучившись год-другой с медленным dial-up'ом, наш человек вдруг оказался в фокусе внимания операторов всех рангов и мастей. Лед тронулся!

Квартирный вопрос, много лет мучивший советских людей, сегодня обернулся для россиянина своей радостной стороной. Теперь решение квартирного вопроса – удел поставщика услуги. Так кто стучится в дверь ко мне?

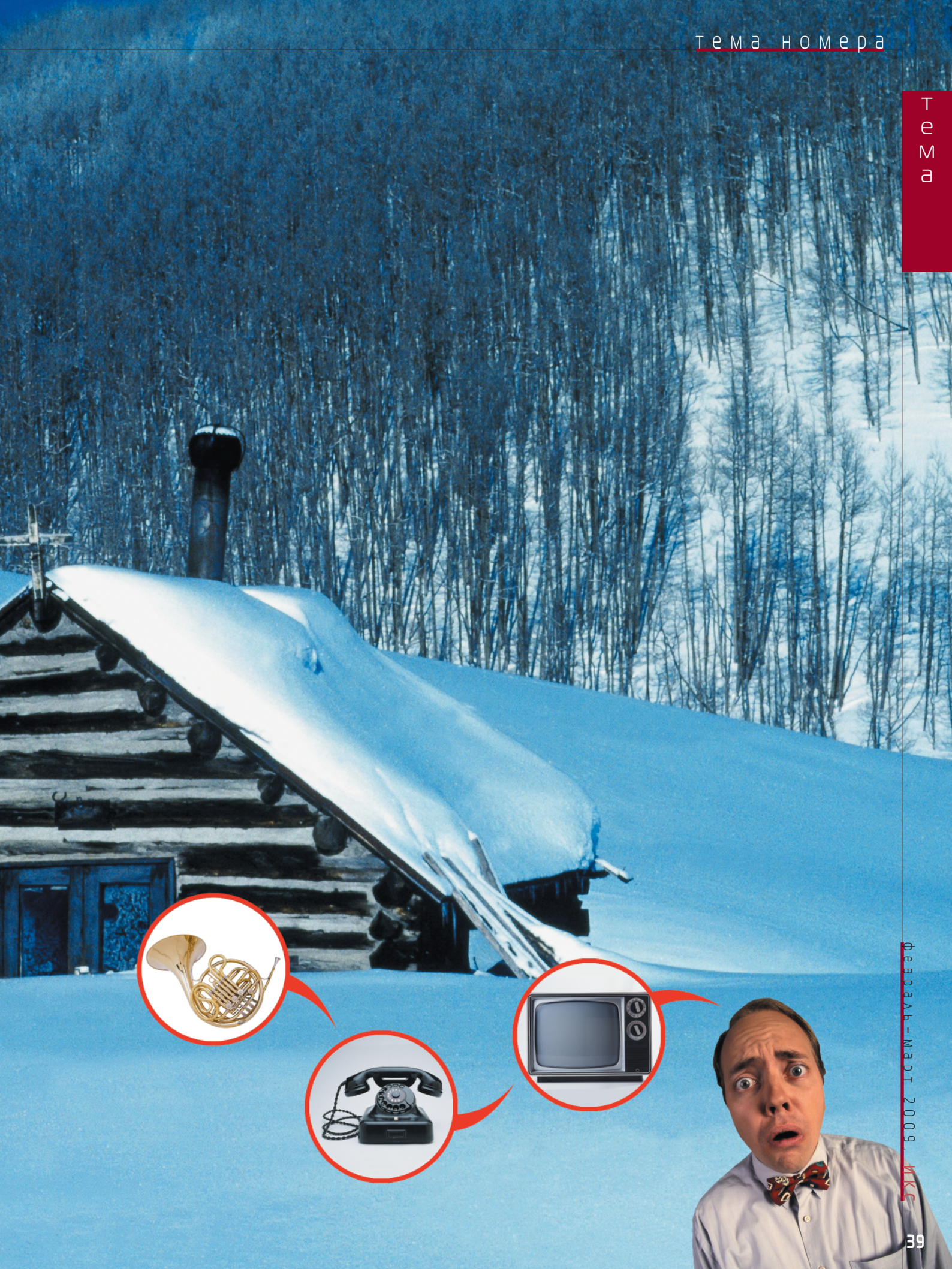
Рекламой услуг интернет-провайдеров, операторов кабельного ТВ и дальней телефонной связи, нацеленной именно на домашнего клиента, заполнены наши почтовые ящики, телевидение, городские улицы, облеплены стены домов и общественный транспорт. Очень многие поставщики телеком-услуг жаждут проникнуть в нашу квартиру. Нас привлекают низкими ценами, высокими скоростями, десятками ТВ-каналов, цифровым качеством картинки, залежами видеоконтента, в том числе в формате HD, пакетами услуг Интернет+ТВ, triple play и т.д., и т.п. Только подключись! Это так быстро, удобно и недорого или даже бесплатно...

Ну что же? Уговорили – подключаюсь! Впускаю на свою личную территорию оператора. И теперь уж его задача пробудить в новообретенном абоненте азарт потребления. Больше услуг! Выше скорость! И чтоб никаких сбоев, а если что-то не так с техникой – срочно лекаря на дом! А то уйду к другому...

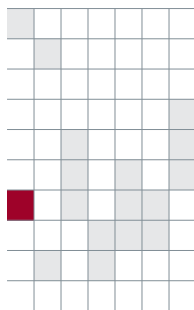
С появлением на квартирном телеком-рынке новых игроков все больше операторов начали постигать науку работы с частниками и овладевать искусством угождать им. Оказывается, на них можно опереться в бизнесе: в общую копилку отрасли они приносят больше половины доходов, причем новые услуги потребляют с растущим аппетитом.

Двуединую задачу войти в квартиру и закрепить себя на домашней территории разные операторы решают по-разному. Тем и интересен квартирный вопрос в телекоме.

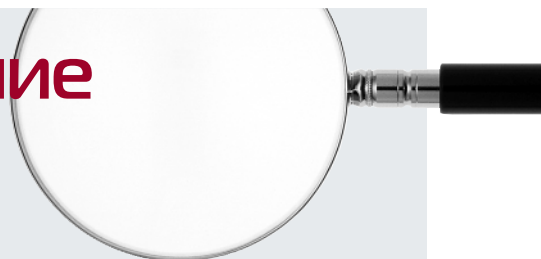
Квартирный вопрос в телекоме Как войти и что продать?



Ф
О
К
У
С



Скромное обаяние «физиков»



Практически все мы домашние пользователи телекоммуникационных услуг. На каждом из нас в отдельности оператор зарабатывает немного, но нас «тьмы и тьмы» и вместе мы приносим операторам миллиарды долларов. За такой рынок стоит побороться, а значит, надо постараться угодить физическому лицу, развалившемуся в кресле перед телевизором или устроившемуся перед монитором компьютера.

«Юрики» и «физики»: кто выгоднее?

Разумеется, операторам проще и выгоднее работать с корпоративными клиентами (лучше всего с крупными): трафик им продается оптом, себестоимость обслуживания в расчете на мегабит или километр сети невелика... Однако таких клиентов – юридических лиц, или «юриков», не так уж много и они давно «охвачены», а для их переманивания нужны очень весомые аргументы. Компаний среднего и малого бизнеса, конечно же, больше, но и в этом секторе рынка уровень проникновения телекоммуникационных услуг фактически достиг 100%. К тому же стоимость трафика с каждым годом снижается, а вместе с нею и прибыль от его продажи. Операторов не устраивает и то, что подавляющее большинство бизнес-клиентов обходится типовым набором услуг: телефония, Интернет и передача данных (немногочисленные корпоративные поклонники видеоконференцсвязи в HD-формате погоды не делают), а те десятки и сотни сервисов, которые можно реализовать в новых широкополосных сетях и на которых очень хотели бы заработать операторы, их, как правило, не волнуют. В общем, опе-

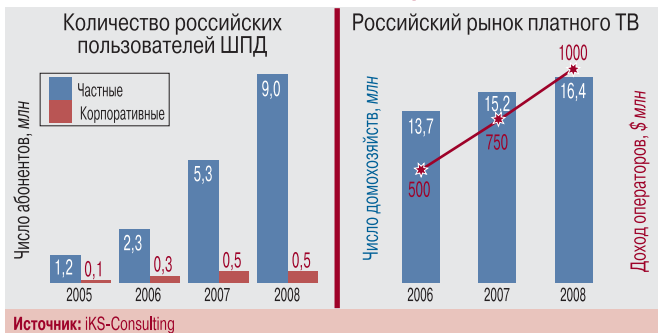
раторы поняли, что корпоративный сектор бурного роста доходов больше не обещает и чтобы развиваться дальше, нужно заняться клиентами с другого рынка, т.е. физическими лицами, или «физиками». Их интересы простираются далеко за рамки служебной необходимости, они еще не пресытились телекоммуникационными услугами, и есть хороший шанс их им продать. К тому же в массе своей они слабо разбираются в технической стороне вопроса, что предоставляет дополнительные возможности на них заработать.

Как войти, или Ключ от квартиры, где деньги лежат

У нас немало операторов, давно работающих на массовом домашнем рынке. Это и традиционные телефонисты МРК «Связьинвеста», которые «в прошлой жизни» без особого энтузиазма тянули телефонную «лапшу» по домам советских граждан, и операторы кабельного ТВ, превратившиеся в поставщиков мульти-сервисных услуг. Большинство из них уже поняли, что на обычном домашнем телефоне и строчке «антенна» в квитанции за квартплату много не заработаешь, и пытаются расширить свое присутствие в доме: модернизировав свои сети, предложить клиенту новые для себя телекоммуникационные услуги, въезжая тем самым на территорию других операторов.

Традиционные телефонисты принялись активно продвигать услуги ADSL-доступа в Интернет. В частности, бурную деятельность в этом направлении развили «ЦентрТелеком», набравший к концу 2008 г. около 700 тыс. ШПД-абонентов, и «Северо-Западный Телеком», подключивший к своей ШПД-службе 600 тыс. клиентов, а главный московский телефо-

Частники идут!



Что нужно человеку, сидящему дома перед экраном телевизора или компьютера для жизни, развлечений или образования?

Ответ на этот вопрос есть решение многокритериальной задачи индивидуально для каждого абонента. Ему нужны разные услуги. Кому-то биржевые котировки нужны для развлечения, а кому-то для образования. Главное – насколько легко эти услуги получить. В конечном итоге абонент хочет одного — качества обслуживания.

А. КОСТРОВ, руководитель отделения доступа по странам СНГ, Alcatel-Lucent

нист МГТС объявил об установке 1,5 млн ADSL-портов и готовности обеспечить доступ в Интернет всем своим абонентам. Более того, некоторые телефонные компании не закликиваются на своей традиционной технологии ADSL, имеющей скоростные ограничения, и делают ставку на технологию Ethernet, позволяющую строить сети с пропускной способностью 100 Мбит/с и 1 Гбит/с. Но и на имеющихся сетях ADSL2+ филиалы «Связьинвеста» один за другим запускают сервисы IPTV.

С другого фланга на домашних пользователей наступают **операторы кабельного телевидения**. Они увеличивают число ТВ-каналов и добавляют к ним тот же ШПД, так как их коаксиальный кабель подходит и для передачи интернет-трафика. Некоторые из них идут еще дальше. Например, компания «Национальные кабельные сети», подключая своих московских абонентов к Интернету, протягивает в их квартиры еще и Ethernet-кабель. Кабельщики тоже не прочь занять ниши услуг, имеющих спрос у домашних пользователей, предлагая им не только ТВ и ШПД, но и цифровую телефонию (иногда даже видеотелефонию), отбирая таким образом хлеб у МРК. Традиционные интернет-провайдеры, работающие по технологии Ethernet, не остаются в долгу и запускают в своих сетях телевизионные и телефонные сервисы, раз уж протокол IP позволяет передавать любые данные.

По прогнозам, число российских ШПД-частников в течение 2008–2013 гг. должно вырасти в 2,2 раза и достигнуть 21,7 млн человек. В Москве и С.-Петербурге, где проникновение ШПД достигло европейского уровня – 50–55%, домашний рынок близок к насыщению, но в остальной России ситуация иная: среднее проникновение ШПД около 15%, а без благополучных Москвы и С.-Петербурга вообще 10%. До первых признаков насыщения – а это 40–50% проникновения – довольно большой запас. Аналитики полагают, что такого уровня насыщения в крупных российских городах с учетом нынешнего кризиса можно будет достичь лишь через 3–4 года, а на остальных территориях еще позже.

На квартирный рынок, где раньше работали только проводные операторы, сейчас устремились все. Заинтересовались частниками и **беспроводные операторы**, которые изначально, в силу дороговизны радиооборудования (и в первую очередь абонентских устройств), ориентировались на корпоративных абонентов. Причем на домашнем рынке они готовы даже «изменить» своим беспроводным технологиям, справедливо пола-

гая, что клиенту все равно, по какому каналу он получит сигнал или данные, хоть по водопроводной трубе, лишь бы услуга его устраивала.

Частные VIP-абоненты появились и у **спутниковых операторов**, где цена оборудования достигает почти космических высот. Но ведь и новорусским хозяевам загородных коттеджей вдали от шума большого города и проложенных в нем многочисленных кабелей хочется приобщиться к мультимедийным интернет-сервисам и ТВ, а мобильный телефон, даже инкрустированный бриллиантами, этого не позволяет.

К конечным абонентам двинулись и такие сугубо магистральные операторы, как «ТрансТелеКом» (см. «ИКС» № 7–8'2008, с. 86, № 12'2008, с. 65) и «Ростелеком». Еще три года назад это казалось фантастикой, а сейчас они героически преодолевают трудности адаптации бизнеса для работы с частником. Например, «Ростелеком», ранее работавший на рынке физических лиц только в секторе дальней связи, заявляет о планах активного внедрения на массовый рынок ШПД, где к 2013 г. намерен занять долю в 15% в 35 крупнейших городах. Правда, на эти же города нацелены и другие операторы, в частности «ВымпелКом», который вместе с покупкой «Голден Телекома» получил начатую в 2007 г. программу постройки к 2011 г. сетей FTTB в 65 городах России, расширенной в дальнейшем до 300 городов.

В последние годы сети в регионах построили «Мультирегион», НТК, «ЭР-Телеком», «Акадо» и другие операторы (см. карту «Платное ТВ в России», «ИКС» № 9'2008,

СТРОИТЕЛЬСТВА И РЕМОНТА ЛИНИЙ СВЯЗИ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ СТРОИТЕЛЬСТВА И РЕМОНТА ЛИНИЙ СВЯЗИ

СВЯЗЬСТРОЙМЕТАЛЬ




Шкафы кроссовые оптические ШКОН-П

Для пассивных оптических сетей PON



ШКОН-ПР-32 с планарным разветвителем PLC 1x32

- Компактность и удобство монтажа, благодаря откидной панели
- Возможность транзитного ввода ОК без разрезания модулей и волокон
- Место установки: подъезды многоквартирных жилых домов
- Емкость шкафов: 1, 8, 16, 32 и 64 порта

www.ssd.ru

786-34-34

реклама
ФЕВРАЛЬ - МАРТ 2009. ИКС

с. 40–41). Пик региональной экспансии пришелся на 2007 г. и первую половину 2008-го, потом из-за кризиса начались пересмотры заявленных программ. Тем не менее большинство операторов успели завершить строительство сетей в важных для себя регионах и теперь могут сделать некую паузу в процессе активной траты денег на привлечение новых домашних абонентов.

А затраты это немалые. Клиентов зазывают, предоставляя услуги dual play и triple play, куда могут входить в разных сочетаниях доступ в Интернет, IP-телефония и ТВ (в том числе в формате HD), и делая скидки при оплате таких пакетов. Столичные операторы уже давно подключают к Сети бесплатно и, бомбардируя телефонными звонками чужих абонентов, без конца проводят акции типа «месяц бесплатно», «три месяца по цене одного» и т.п.

Что продать, или Скорость множим на объем

Не секрет, что клиент клиенту рознь. Кого-то устраивает и коммутируемый доступ с его теоретическими, но редко достижимыми 56 кбит/с. Конечно, экономный клиент лучше никакого, но операторам хочется прибыли, и побольше, а для этого абонента надо раскрутить на более дорогостоящие услуги. Если это доступ в Интернет, то надо убедить пользователя, что e-mail и обычного серфинга по Сети, для которых 1 Мбит/с хватит с лихвой, для полноценной жизни ему мало. Для скачивания из Интернета софта, музыки, фильмов и прочего «тяжелого» контента без томительного ожидания результата, а также для сетевых игр нужны более

высокие скорости. Поэтому все уважающие себя провайдеры имеют собственную локальную сеть со скоростью 10 или даже 100 Мбит/с и с более дешевым, чем во внешней сети, или вообще бесплатным трафиком.

Завлекают пользователей и богатыми ресурсами локальной сети: все теми же фильмами, музыкой и софтом. Для увеличения объема такого контента провайдеры даже объединяют свои хранилища. Например, объединенную пиринговую локальную сеть Home-iX создали компании-члены Ассоциации домовых сетей и компьютерных клубов Москвы (АДСК).

Правда, происхождение этого контента у большинства провайдеров, выросших из домовых Ethernet-сетей, обычно пиратское. Вступление в силу 4-й части ГК, касающейся защиты авторских прав, внесло некоторое смятение в ряды провайдеров, но переход на полностью легальный контент смогли позволить себе пока только крупные игроки. Операторы «второго эшелона» либо блокировали внешний доступ к своим FTP-серверам, либо вовсе закрыли их, полагая, что эта мера вряд ли заставит их клиентов уйти к конкурентам. Ну а многочисленные мелкие интернет-провайдеры в большинстве своем проигнорировали ужесточение российского законодательства, решив, что рука закона вряд ли дотянется до них в обозримом будущем.

Что купить? Всего и побольше

В локальных сетях провайдеры организуют для своих абонентов чаты, форумы, бесплатный хостинг для

Операторы «распробовали» IPTV

 Дженерал ДейтаКомм

Услуги IPTV сегодня предлагают уже многие российские операторы, однако утверждать, что рынок полностью созрел для этого сервиса, нельзя. Внедрение IPTV для операторов пока скорее расчет на будущие доходы, которые оно должно принести.

Компания «Дженерал ДейтаКомм» начала работать с этой технологией три года назад, когда в России стартовали первые проекты по развертыванию пилотных зон IPTV. Начинали с операторского оборудования, затем было принято решение о разработке абонентских приставок. К тому времени мы получили определенный опыт и стали более четко понимать, что представляет собой этот сервис и какие возможности он дает.

Наши IPTV-приставки изначально разрабатываются таким образом, что устройство даже в минимальной комплектации способно на аппаратном уровне выполнять самый широкий набор функций, просто часть из них в базовых моделях отключена. В итоге оператор, купив недорогую приставку, получает продукт с очень большим потенциалом, который в дальнейшем может быть реализован путем простого обновления ПО и покупки соответствующих лицензий. На наш взгляд, это очень важно в нынешних условиях, когда цены на IPTV довольно высоки, а



Дмитрий ТОЛПАНОВ,
начальник отдела
перспективных
проектов компании
«Дженерал
ДейтаКомм»

абоненты еще не готовы платить за дополнительные услуги, связанные с телевидением, которое долгое время было у нас бесплатным. Характерно при этом, что операторы воспринимают IPTV уже не как дань моде или заявку на соответствие определенному уровню, но и как перспективный генератор доходов. Подтверждение этому мы все чаще видим на собственной практике. Так, любая IPTV-приставка для любой платформы требует интеграции, включающей настройку ПО самой приставки и ПО операторского оборудования, с тем чтобы все механизмы и визуальные эффекты, заложенные в логике системы, обрабатывались правильно. Этот процесс предполагает тесное взаимодействие производителя обо-

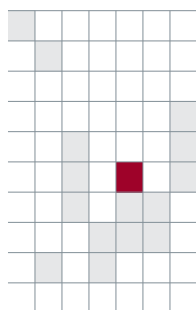
рудования, производителей IPTV-подсистем и оператора, их общую заинтересованность в успехе проекта. Радует и то, что есть операторы, которые активно участвуют в доводке оборудования под имеющуюся сеть. Они серьезно настроены на предоставление действительно качественных услуг, уже успели протестировать ряд решений и теперь знают, что такое IPTV и как нужно развивать свою сеть, чтобы она соответствовала нынешним и будущим потребностям этого сервиса. В общем, на IPTV-рынке уже появились настоящие профессионалы.

фотографий и видео. В почти стандартный набор входят антивирусные услуги (иногда бесплатные). Крупные операторы занялись продажей своим абонентам игр, музыки и фильмов, благо проблем с оплатой этого контента нет: деньги просто списываются со счета клиента. Операторы кабельного ТВ увлекают пакетами с несметным количеством каналов, аналоговых и цифровых, а интернет-провайдеры массово заводят фильмотеки, видео по запросу и разные вариации сетевых видеомagneтофонов. И чуть ли не каждый второй российский оператор сейчас занимается внедрением или уже эксплуатацией сервисов IPTV, несмотря на то что эта технология требует широкой полосы пропускания сети, высокого качества передачи информации и очень серьезных инвестиций в оборудование и контент. А вот скорых и больших прибылей IPTV-сервисы не обещают. Даже на Западе, где технология IPTV по-

явилась гораздо раньше, чем в России, несметных богатств она не приносит. По разным оценкам, в России сейчас около 200 тыс. абонентов IPTV, которые принесли своим операторам в 2008 г. \$17 млн доходов. По сравнению с 9 млн домашних пользователей ШПД и их \$2,5 млрд доходов – это мизер. Так что пока инвестиции в IPTV – это вложения в имидж.



Стремление операторов предложить квартирному абоненту как можно больше услуг в принципе понятно, даже если далеко не все эти услуги сегодня приносят прибыль. В конце концов, все мы разные и каждый выберет свое. Главное, чтобы получить эти услуги можно было легко и удобно. Тогда мы будем потреблять их в таких количествах, что оператор сможет на нас неплохо заработать. ИКС



Абонент-домашний, проблемы — профессиональные

Далеко не все компании, работающие сегодня на телеком-рынке домашних пользователей, занимались этим с самого начала своей деятельности. Обстоятельства, заставляющие операторов «сменить ориентацию» или диверсифицировать свой бизнес, разные, но, судя по всему, при правильной организации дела игра стоит свеч. Об особенностях работы на домашнем рынке говорят участники дискуссионного клуба «ИКС».

ПОЛНЫЙ ТЕКСТ Дискуссионного клуба читайте на

www.iksmedia.ru



Идем к вам домой!



«ИКС»: Чем привлекательны частники для оператора?

А. АНТОНЕНКО, «Радионет»: Частные клиенты приносят оператору самые стабильные доходы, а их количество – индикатор устойчивости оператора.

Е. СЕРЕГИНА, «Комстар-ОТС»: В отрасли связи рынок частных клиентов меньше подвержен влиянию кризиса. Мы



↑
Е. СЕРЕГИНА

поставили себе цель стать мультисервисным оператором, поэтому ориентироваться только на корпоративный рынок было бы неправильно. Кроме того, «Комстар-ОТС» взял под управление крупнейшего оператора кабельного ТВ – «Стрим-ТВ», услугами которого пользуются уже 1,8 млн домохозяйств.

А. КЛИМЕНКО, «Национальные мультисервисные сети»: Решение работать на рынке частных лиц очевидно: всегда лучше опираться на несколько сегментов рынка. Кроме того, работа и с корпоративными клиентами, и с физическими лицами позволяет организовать «обмен опытом», четче понимать спе-

цифику рынка, а значит, предлагать более интересные и востребованные продукты. Частный пользователь, как правило, менее искушен, чем корпоративный, а это открывает более широкие возможности продвижения продуктов и услуг. При «правильной» подаче продукта успех не заставит себя ждать.

Выбери меня...



«ИКС»: Чем можно привлечь современного абонента? Низкими ценами, скоростями доступа, какими-то особыми услугами?

А. АНТОНЕНКО: По нашим оценкам, низкие цены привлекают до 70% абонентов, высокие скорости доступа – до 50%, состав услуг – 10%, столько же клиентов интересуются контентом, а дополнительные платные услуги важны примерно для 5% пользователей.

О. РУМЯНЦЕВА, «Ростелеком»: Продукты и услуги для массового потребителя должны быть максимально просты, понятны и удобны в использовании. Мало предложить востребованную услугу, важно наладить качественное обслуживание клиентов и сопровождение предлагаемых продуктов. Принципиально важно, чтобы услуга была оптимальна по соотношению цена/качество, чтобы клиенту было удобно оплачивать ее и отнимало минимум времени. Преимущество у того оператора, который, с одной стороны, дает комплексную услугу клиенту, а с другой – наиболее полно учитывает его потребности уже в процессе потребления им услуги.



О. РУМЯНЦЕВА

А. МАЛИС, «ВымпелКом»: Абонентов, давно пользующихся интернет-доступом, скорее всего, при-

влекают высокие скорости передачи данных, новые сервисы или пакетные предложения, а интернет-новичков – ценовая составляющая или сочетание цены и технических характеристик.

А. КЛИМЕНКО: Завлечь клиента, например, помогают акции типа «Тест-драйв» – предоставление определенного периода бесплатного пользования услугой для оценки ее качества.

И. БОНДАРЕВА, «Омск-Инфо»: Кроме низких тарифов и высоких скоростей, абонентам нужен определенный уровень качества обслуживания. То есть предполагается, что в службу технической поддержки можно дозвониться, а пришедшие монтажники не только не матерятся, но и излагают свои мысли по всем правилам русского языка. Платный контент в принципе интересен пользователям, но мы привыкли всё получать даром, поэтому спрос на него небольшой. Как ни странно, но прямые акции (новые тарифные планы, снижение цен) у нас не приносят результатов.



И. БОНДАРЕВА

Поехали...



«ИКС»: Какая скорость доступа нужна сегодня домашним интернет-пользователям? Будет ли она кардинально меняться в ближайшие годы?

В. БОБКОВ, «Дальсвязь»: Среднему пользователю нужно до 1 Мбит/с. Тем, кто активно использует файлообменные и мультимедийные сервисы, – до 10–12 Мбит/с, но скоро потребность вырастет до 25 Мбит/с. В ближайшем будущем мы, развивая услуги интерактивного ТВ, планируем довести ее до 70 Мбит/с.

А. ЛЯХОВ, «АМТ»: Скорость домашнего интернет-доступа еще долго будет расти. Более того, я не думаю, что этот рост остановится в принципе. Сейчас верхняя разумная планка – 25 Мбит/с, тогда как для среднестатистического пользователя достаточно и 1 Мбит/с.

А. БАЛЫБИН, ZyXEL Россия: Скорости много не бывает, а ее ограничение для конечного пользователя зачастую сводится не к возможностям оборудования, а к стоимости контракта. Если, например, в Москве за 1000 руб./мес. можно получить безлимитку в 20 Мбит/с, то на юге России только 256 кбит/с. Технологически мы как производитель готовы к любому повышению скорости: ADSL2+ у нас поддерживается, для ЕТТН скорость маршрутизации достаточная, клиентские устройства PON также есть.

Д. ХРИСТОЛЮБОВ, Huawei Technologies CIS: Пользователь пользователю рознь. Кто-то (а таких

пока большинство) комфортно чувствует себя на 2 Мбит/с. Ну а кое-кто способен загрузить любой предоставленный ему канал (пиринговые сети, онлайн-игры, потоковое видео). Для доступа в Интернет нужна скорость 2–5 Мбит/с, для IPTV – 5 Мбит/с, для голосовых услуг – 0,2 Мбит/с, т.е. в сумме – максимум 10 Мбит/с. Более широкая полоса потребуется тогда, когда появится разнообразный русскоязычный HDTV-контент. Технологическая база уже есть, достаточные скорости сможет обеспечить архитектура FTTx.



Д. ХРИСТЮБОВ

Для медных сетей увеличить полосу пропускания можно путем внедрения VDSL2.

О. РУМЯНЦЕВА: На мой взгляд, оптимальным является безлимитный доступ в Интернет по доступной цене на скорости от 1 Мбит/с. Сегодня это легко можно получить в Москве и С.-Петербурге. В других же регионах либо дорого, либо просто отсутствует (там безлимитные тарифы предлагаются на более низких скоростях). Кардинальные изменения в ближайшие годы возможны при условии устранения цифрового неравенства между регионами и Москвой.

Держи его...



«ИКС»: Итак, домашний абонент «пойман», снабжен услугами и каналом нужной ширины. Сложно ли теперь удержать его?

О. РУМЯНЦЕВА: Домашний абонент, в силу определенной консервативности и инертности, не склонен к спонтанной смене оператора. Основным стимулом к «перемене мест» может быть плохое качество услуги.

В. БОБКОВ: Есть два типа пользователей – рациональные и иррациональные.



В. БОБКОВ

Рациональные, пытающиеся оптимизировать свои расходы на связь, более склонны к оттоку. Для них мы вводим пакетные предложения, где предусмотрены скидки, в результате чего пользоваться набором услуг от одного оператора выгоднее, чем, например, получать голос от одного оператора, а ШПД от другого. Кроме того, для повышения лояльности клиента применяется дифференциация сервиса и обслуживания в зависимости от сегмента, в который попадает абонент.

П. БАСОВ, «Северо-Западный Телеком»: Главными причинами смены оператора для большинства абонентов являются не устраивающие их та-



П. БАСОВ

риффы, качество связи, зона обслуживания и ассортимент услуг. На наиболее конкурентных рынках, например в Санкт-Петербурге, абонент может выбирать среди нескольких доступных интернет-провайдеров, в том числе предоставляющих услуги мобильного Интернета. Поэтому и операторы, и абоненты здесь более активны. В регионах, где конкуренция не так сильна, очевидна определенная инертность как операторов, так и абонентов.

А. КЛИМЕНКО: Всегда есть клиенты, имеющие склонность к смене оператора. Однако для рынка ШПД их не может быть слишком много, так как переход связан с процедурами подключения и отключения, необходимостью перезаключения договоров и т.д. У нас отток абонентов составляет порядка 1%, и этот показатель мы считаем очень хорошим. Комплексной программы по повышению лояльности абонентов у нас, к сожалению, пока нет, но мы начинаем над ней работать.



А. КЛИМЕНКО

«Чайникам» посвящается...



«ИКС»: Рынок домашних пользователей имеет свою специфику не только для операторов, но и для производителей. Что необходимо учитывать при разработке и продвижении на рынок оборудования, предназначенного именно для частного пользователя?

Д. ХРИСТЮБОВ: Основным определяющим фактором для домашнего пользователя является цена. Правда, не всегда удается сделать доступное по цене устройство (например, при внедрении новых техно-

логий, таких как GPON или STB для IPTV). Здесь на встречу клиенту может пойти оператор, предоставляя пользователям дорогостоящее абонентское оборудование в аренду.

А. ЛЯХОВ: В первую очередь домашний пользователь обращает внимание на цену терминала, стоимость и качество услуг. Принципиально важна простота подключения к услуге и ее использования. Оператор обязан ориентироваться на технически неграмотного пользователя, иначе услуга не получит массового распространения. Абонентский терминал должен быть таким, чтобы пользоваться им и производить его настройку мог любой член семьи. В идеале должно быть так: абонент покупает в магазине модем или IP-телефон, приходит домой, включает устройство в розетку и начинает пользоваться услугами своего оператора.



А. ЛЯХОВ

западных), но, думаю, в ближайшее время ситуация кардинально изменится. Тем более что соответствующие рекомендации уже разработаны ведущими стандартизирующими органами, например Broadband Forum.

А. БАЛЫБИН: Значительная доля оборудования для доступа в Интернет в России, в отличие, например, от европейских стран, продается не через провайдера, а через розничные сети. С одной стороны, это открывает дорогу на рынок множеству разных моделей, в том числе довольно дорогим нишевым устройствам, а с другой – предъявляет повышенные требования к внешнему виду, комплектации, удобству настройки и качеству технической поддержки оборудования.

С. ЛУКАНИН, «АМТ»: Большое количество услуг обычно требует множества настроек, с которыми пользователь часто не в состоянии справиться. Поэтому оптимальны решения, в которых клиентские устройства доступа находятся под управлением оператора. При первичном подключении система управления определяет принадлежность устройства тому или иному пользователю и производит соответствующие настройки. Такой подход пока не распространен на российском рынке (в отличие от



С. ЛУКАНИН

А. КОСТРОВ, Alcatel-Lucent: Показателей успешности устройств, предназначенных для домашнего пользователя, очень много. Очевидно одно: необходимо освободить абонента от участия в процессе настройки оборудования. Оператор, взявший на себя эту миссию, безусловно, будет иметь конкурентное преимущество. Как ни была бы сложна предлагаемая техника, абонент не должен чувствовать это на себе.



А. КОСТРОВ



«ИКС»: Действие кризиса уже ощутили на себе многие отрасли экономики. Вряд ли рынок домашних телекоммуникаций будет «тихой гаванью». Считаете ли вы, что новые услуги первыми попадут под сокращение?

А. АНТОНЕНКО: Существует стереотип, что в период кризиса должны быть сокращены инновационные услуги, требующие значительных инвестиций. Но мы, понимая, что новые услуги могут дать дополнительные доходы и значительно повысить ARPU, намерены продолжить инвестиции в программу IPTV, хотя и планируем некоторую оптимизацию этого проекта.



А. АНТОНЕНКО

ной задачей оператора будет готовность удовлетворить его за счет своевременного введения инновационных решений.

А. ЛЯХОВ: Действительно, некоторые операторы уже начали замораживать проекты развития своих сетей, что, безусловно, затормозит эволюцию связи в РФ. Однако я не думаю, что развитие как таковое остановится, скорее всего, снизится темп и внедряться будут только те услуги, которые гарантированно принесут доход оператору.



А. МАЛИС

А. МАЛИС: Разумеется, в период кризиса Интернет в классическом понимании будет по-прежнему интересовать людей. Однако дополнительные опции могут стать предметом экономии для потребителей. Но всегда надо помнить, что с началом восстановления экономики образуется колоссальный объем отложенного спроса и основ-

С. НЕСТЕРОВИЧ, ChronoPay: Кризис 1998 г. показал, что инновационные услуги, наоборот, оказались более востребованными по сравнению со среднерыночным уровнем. Думаю, так будет и на этот раз. Кризис дает толчок инновациям, потому что пока кризиса нет, меньше стимулов смотреть вперед, а больше опираться на проверенное и давно известное.



С. НЕСТЕРОВИЧ



«ИКС»: А как сами домашние абоненты реагируют на кризис?

И. КЛОЧКО, «Арктел»: Мы уже почувствовали сокращение потребления услуг пользователями. Домашние клиенты начали снижать скорости интернет-доступа или отказываться от безлимитных тарифов в пользу тарифов с включенным трафиком. Они также стали экономить на телефонных переговорах, в том числе путем перехода на IP-телефонию.

П. БАСОВ: Если абонент пользуется услугами связи и дополнительными сервисами длительное время, он, скорее всего, полностью не откажется от своих привычек. Хотя ради экономии семейного бюджета, возможно, произойдет частичное сокращение потребления услуг.



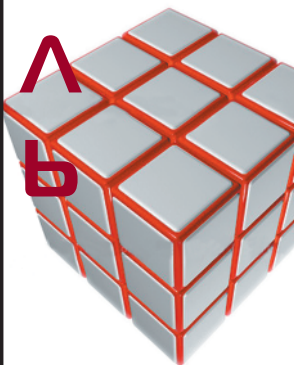
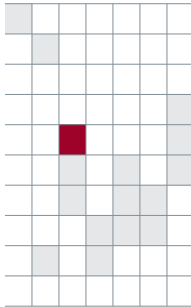
И. КЛОЧКО

О. РУМЯНЦЕВА: Я считаю, что основным критерием отказа от сервиса будет не инновационность, а его избыточность.

С. НЕСТЕРОВИЧ: Думаю, что пользователи не станут существенно сокращать потребление услуг связи. В кризисных ситуациях абоненты склонны экономить на более дорогих развлечениях, чем телефон, Интернет и телевизор.

А. КОСТРОВ: Хочется отметить, что и без кризиса абоненты отказываются от потребления услуг, неудобных в использовании или требующих слишком сложной настройки. Главная задача оператора – обеспечить удобство и простоту использования услуги. И тогда никакой кризис не страшен. ИКС

М
О
Д
Е
Л
Ь



Дадим домашнему пользователю телекомфорт

Интернет и цифровое ТВ уже не воспринимаются как высокие технологии, они становятся банальными услугами массового спроса. Маркетинговая политика оператора, нацеленная исключительно на продвинутую и технически грамотную аудиторию, не дает нужного результата. Наш потребитель — обыватель, и интересуют его прежде всего простота и удобство пользования.

Высокий уровень технологий важен по умолчанию, но видится лишь в качестве отправной точки для выстраивания эффективной стратегии бизнеса. Вероятно, это объясняется «исторической памятью» интернет-провайдеров. Многие из них, даже расширяя спектр своих услуг цифровым ТВ и телефонией, не перестают акцентировать внимание потребителя на технических характеристиках продуктов. Массовому пользователю это не нужно. Человек приходит домой, включает компьютер, загружает Интернет... В большинстве случаев он не знает, какова скорость доступа в сеть. Еще меньше его заботит, по какой технологии эта сеть подключена и работает. Интернет — это транспорт, и нужен он для того, чтобы добраться до цели: зайти на интересующий тебя

сайт, скачать фильм, посмотреть почту. То же с телевидением. Кабель? Спутник? Декодер? Гибридное устройство? Нет. Обывателю будет достаточно, если оператор предложит ему несколько десятков каналов и удобный интерфейс, и чтобы кнопки на пульте были функциональные и удобные. Еще лучше, если, не покидая дивана, можно будет заказать фильм из



Ольга КОНОНОВА,
директор по маркетингу ОАО «Национальные кабельные сети»

МОДЕЛЬ

ФЕВРАЛЬ - МАРТ 2009. ИКС

кинотеки или посмотреть в записи пропущенную программу...

Мы начинали как оператор социального ТВ. Реконструировав свою московскую сеть и запустив коммерческие услуги под новым брендом, мы были свободны в выборе позиционной ниши. Предлагая рынку высокотехнологичные доступ в Интернет, цифровое ТВ и телефонию, в своих коммуникациях под брендом «ОнЛайм» мы намеренно отходим от темы высоких технологий. Мы провайдер телекомфорта: ратуем за простой и удобный стиль жизни современного пользователя телеком-услуг. Такое позиционирование позволяет более оптимистично взглянуть на конкуренцию, ведь мы выбиваемся из традиционного коммуникационного поля мультисервисных провайдеров. Мы ассоциируем себя с потребительскими брендами, условно говоря, с IKEA, ведь для современного человека покупка мебели и Интернета — это события одного порядка: они не требуют глубокого понимания технологий, а лишь призваны сделать нашу жизнь комфортнее.

Если от бренда перейти к обсуждению других ингредиентов востребованной услуги, то стоит отметить, что для большинства абонентов цена по-прежнему остается крайне важным критерием при выборе и Интернета, и ТВ. Наша позиция: услуга должна быть не только проста в пользовании, но и доступна по цене. Абонентская плата — чуть ниже рынка, стоимость подключения — минимальная. Кроме того, пользователь имеет возможность взять дорогостоящее абонентское оборудование в аренду: «входной билет» не должен быть грабительским барьером.

Еще один залог успеха — постоянное наращивание услуг. Рынок телекоммуникаций и технологии развиваются столь стремительно, что сегодня сложно пред-

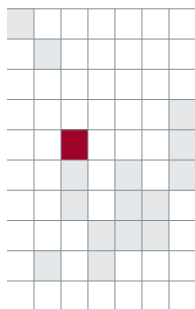
положить, какую услугу придется продавать завтра. Поэтому в интересах операторов занять как можно более широкую нишу на рынке, не загоняя себя в рамки узкого позиционирования. Выбрав для себя нишу провайдера телекомфорта, мы решили и эту задачу, ведь простой и удобной может и должна быть любая телекоммуникационная услуга.

Мы также располагаем и технической базой для наращивания продуктов: единая платформа управления услугами triple play интегрируется с дополнительными услугами, которые повышают и ARPU, и конкурентоспособность. В нашем портфеле есть услуги «видео на заказ», «телеэфир по запросу» и др.

Разумеется, не все новые услуги начинают приносить прибыль сразу, но среди них есть такие, которые очень важны для имиджа мультисервисного оператора. Например, недавно запущенная нами видеотелефония. Конечно, в Интернете есть Skype с функцией видеозвонка, но для простого обывателя интерфейс телефона привычнее. Безусловно, видеотелефония — это нишевая услуга, рассчитанная на людей с доходами выше среднего, а таких клиентов у оператора, работающего на массовом рынке, все же меньшинство. Кризис также может скорректировать понятия о «среднем» уровне доходов.

Будучи адептами телекомфорта, мы ставим телеком в один ряд с любым потребительским сервисом. Скажем, в гостиничном бизнесе есть 5-звездочные отели, рассчитанные на высокодоходную аудиторию, и мотели категории В&В (постель + завтрак) — минимум услуг, но вполне достойного качества. Почему у нас не может быть подобных решений? Вот мы и думаем о запуске новых «бюджетных» продуктов, нацеленных на массового пользователя: для него цена входного билета и абонентская плата будут еще ниже. Телекомфорт оценит каждый! ИКС

И
Г
Р
О
К
И

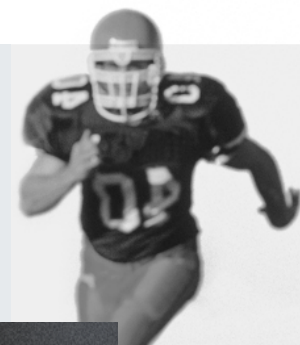


Частник как неизбежность

Неисповедимы пути операторов к домашнему клиенту. В одних случаях неизбежно, в других неожиданно для самих себя в наши квартиры приходят операторы, чьи интересы совсем недавно были далеки от дома.

Мы начинали работу как беспроводной оператор, ориентированный на корпоративный рынок. У нас есть собственная опорная сеть передачи данных, охватывающая весь

Омск, поэтому нам проще продавать каналы связи операторам-партнерам, которые оказывают услуги конечным пользователям — физическим лицам. На рынок частников мы вышли в



↑
Инна БОНДАРЕВА,
генеральный директор компании «Омск-Инфо»

некотором роде случайно, но в итоге этот шаг оказался закономерным.

Наша «домашняя» история оказалась, можно сказать, новогодней. Руководителю одного банка, нашему клиенту, нужно было организовать канал связи в новой квартире. Произошло это под Новый год и выглядело как подарок к празднику для корпоративного клиента. Но так получилось, что одной квартирой не ограничились, заключили договор с ТСЖ, развешили объявления и подключили к Интернету все соседние дома. И опять же на этом не остановились, пошли в новостройки и коттеджи, благо что наша беспроводная сеть позволяет подключить абонента в любой точке города.

Изначальная ориентация компании на индивидуальный подход к клиенту сохранилась и при выходе на рынок домашних пользователей.

Наша частники – в основном те физические лица, которых не устраивает уровень сервиса на массовом рынке, или руководители предприятий, являющихся нашими корпоративными клиентами. Последним адресована услуга под условным названием «и домой заодно». Им, как правило, нужен удаленный доступ в корпоративную сеть и к банковскому счету, ну и Интернет для детей – школьников или студентов, причем всё с максимально высокими скоростями передачи данных.

Доля частных абонентов в нашей клиентской базе сегодня не превышает 10%, но они заметно изменили жизнь компании. Кстати, оказалось, что активная реклама других операторов, продвигающих дешевые тарифы для домашних клиентов под лозунгом «Интернет за 350 рублей», иногда мешает нам продавать услуги на корпоративном рынке. Поэтому наличие частников и специальной линейки тарифов для домашних клиентов стало неизбежным.

Хорошо, что работы на корпоративном и домашнем фронтах оказались разнесены по времени: с частника-

ми обычно приходится общаться вечером, когда рабочий день закончен и они попрощались со службой технической поддержки.

Конечно, бизнес-модели работы с юридическими и частными лицами разные, но мы намеренно не стали создавать в компании два направления, чтобы методы работы со всеми нашими клиентами не различались, а «юрики» и «физики» получали услуги одинакового качества. В частности, сроки реагирования на проблемы клиентов у нас единые. К частнику выезжаем и «лечим» операционную систему от вируса в течение тех же 24 часов, что и для корпоративных клиентов.

Разумеется, уровень компьютерной подготовки у корпоративных клиентов и у домашних пользователей разный. Последние попадают в неприятные си-



Сроки реагирования на проблемы «юриков» и «физиков» у нас одни и те же — 24 часа

туации чаще всего из-за собственной компьютерной неграмотности. Но уровень их подготовки все время растет, они, как правило, уже понимают необходимость защиты и обычно не отказываются покупать лицензионное антивирусное ПО. Да, есть клиенты, к которым приходится постоянно ездить для лечения компьютера от вирусов, но в таких случаях главное – не раздражаться. Во всяком случае рублем мы их не наказываем, эти работы включены в абонентскую плату и предусмотрены договором по круглосуточному доступу в Интернет.

Не различаем мы частных и корпоративных клиентов и по принципам оплаты. Домашний пользователь тоже может пользоваться услугами в кредит и оплачивать фактически потребленный трафик в течение следующего месяца без напоминания и отключения от услуги без предупреждения. Мы доверяем всем своим клиентам. ИКС

Частник как случайность



Игорь КЛОЧКО,
зам. генерального
директора
ОАО «Арктел»

На рынке физических лиц компания «Арктел» давно известна своими карточками для дальней телефонной связи. Юридическим лицам мы традиционно предоставляем более широкий спектр телекоммуникационных услуг, в том числе комплексные решения по телефонизации офисов и бизнес-центров и организацию выделенного доступа в Интернет.

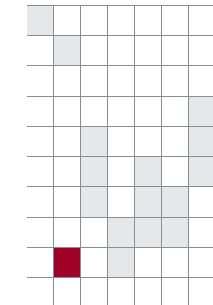
Заниматься частными клиентами на рынке ШПД и прочих домашних услуг связи мы не планировали. Это произошло, можно сказать, само собой. В какой-то мо-

мент застройщики и инвесторы, с которыми мы работали в московских бизнес-центрах, начали строительство жилых домов и коттеджных поселков. И позвали нас как партнера, с которым у них уже сложились рабочие отношения, обеспечить средствами связи и эти объекты. Вот так мы оказались в жилом секторе.

С технической точки зрения все выглядит традиционно. В Москве у нас есть собственная оптоволоконная сеть с несколькими центральными узлами. В жилом доме или коттеджном поселке мы создаем местный узел связи и протягиваем к нему оптоволоконный кабель от ближайшего центрального узла. Разводка от местного узла по квартирам или коттеджам выполняется при помощи медного кабеля (витой пары), по которому мы одновременно предоставляем домашнее

ТВ, доступ в Интернет и телефонную связь. Клиент может выбрать то, что ему нужно. У нас нет лицензии на предоставление ТВ-услуг, поэтому мы предоставляем их как агент операторов «Космос ТВ» и «НТВ Плюс».

Получается, что домашних клиентов мы не выбираем и никак не заманиваем, просто ориентируемся на тех, кто живет в жилом комплексе, куда привел нас наш партнер-застройщик. ИКС



GPON как интенсивный путь развития домашнего ШПД



Самый востребованный на рынке домашних пользователей ИКТ-продукт — это, пожалуй, широкополосный доступ к инфокоммуникационным услугам. Однако сегодня развитие ШПД скорее экстенсивное (рост числа пользователей), чем интенсивное (наращивание пропускной способности).

Даже в благополучной Великобритании, где по заказу BBC News в ноябре 2008 г. было проведено исследование среди 180 тыс. пользователей, реальная средняя скорость интернет-доступа не превышала 3,6 Мбит/с. Но если сейчас большинство пользователей ШПД более-менее удовлетворены производительностью своего канала связи и не видят особого смысла доплачивать за 40–50 Мбит/с, скоро все изменится. Чем шире канал, тем больше разнообразных услуг сможет получить абонент. Не за горами время, когда в каждой второй семье появится по активному онлайн-геймеру, не говоря уже о многочисленных любителях скачивать полнометражные фильмы в формате HD. Аналитики из eMarketer ожидают, что в 2009 г. ежемесячный трафик, создаваемый только видеоприложениями для ПК, превысит суммарный трафик данных за весь 2006 г. Поэтому основная борьба на рынке разворачивается вокруг пропускной способности домашнего канала связи — кто предложит самую широкую полосу, чья стратегия модернизации сети окажется самой эффективной, у кого будут самые низкие операционные расходы?

Одной из самых «быстрых» технологий доступа сегодня является GPON. Она вызывает наибольший интерес у операторов

в сочетании с технологией FTTC (оптика до распределительного шкафа) или как самостоятельное решение для домашнего доступа (оптика до дома, FTTH). По прогнозам компании Heavy Reading, число пользователей GPON в мире возрастет с 20 млн в конце 2008 г. до 90 млн в 2012 г. Своей популярностью GPON обязана прежде всего тому, что она уже сейчас готова к передаче новых приложений и услуг, бурный спрос на которые еще впереди, в частности для IPTV и видео в формате HD, как с широкоэмитательной (broadcast), так и с однонаправленной (unicast) передачей.

В дальнейшем производительность GPON будет расти вместе с потребностями в пропускной способности, от нынешних 2,5 до 10 Гбит/с в прямом канале и от 1,25 до 2,5 Гбит/с — в обратном. Кроме того, сеть GPON позволяет сократить ежегодные операционные издержки на 80% по сравнению с использованием медной пары, так как пассивные промежуточные узлы и абонентское оборудование не потребляют электричества и практически не требуют обслуживания.

Распространение GPON на массовом рынке пока еще ограничено от-

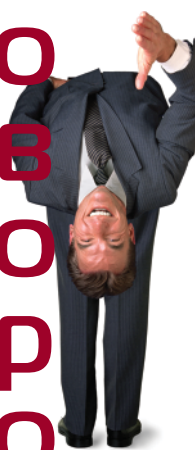
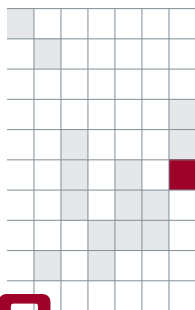


Светлана СКВОРЦОВА, старший менеджер по маркетингу, Ericsson

носительной (по сравнению с ADSL) дороговизной абонентского оборудования, но тем не менее все больше операторов в России привлекает возможность эффективно предоставлять массовые конвергентные услуги по IP-передаче голоса, данных и видео. Поэтому уже в 2009 г. следует ожидать начала

активного внедрения пассивных оптических сетей с пропускной способностью до 10 Гбит/с. Производители оборудования уже готовы предложить такие решения. Например, система Ericsson EDA 1500 GPON может обслуживать на такой скорости до 7100 домохозяйств. ИКС

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОРТОТЫ



«Эльдорадо» домашнего VSAT'a

На рынок домашних пользователей двинулись и VSAT-операторы. Правда, сейчас их антенны-тарелки можно увидеть только на загородных домах «VIP-частников», но операторы все же надеются на лучшие времена.

Анализ деятельности наших зарубежных собратьев по цеху говорит о том, что доля частных пользователей там составляет 50% более. В США, родине и Мекке VSAT, доля частных у некоторых операторов достигает 85–90% (например, в сети Hughes Network System). Естественно, частные пользователи есть и у нас, но это скорее пока экзотика – 5–8% от общего числа клиентов. Правда, этот сектор растет высокими темпами и будет расти дальше, но рост со скоростью 100% в год, увы, всего лишь «эффект малой стартовой базы».

Тормозом для развития VSAT в России является прежде всего чудовищный ценовой разрыв между стоимостью VSAT-сервиса у нас и в США/Запад-

ной Европе, причем не в номинальных рублях или долларах, ибо такое сравнение принципиально неверно, а в цене, приведенной к средней зарплате. Так вот, за подключение (оборудование + монтаж + включение + регистрация терминала) и двухгодичный пакет услуг по минимальному безлимитному тарифу житель США отдаст \$1750, или 40% своей среднемесячной зарплаты, а россиянин 190–200 тыс. руб., или минимум 15 средних зарплат (средняя зарплата по России сегодня составляет 13 тыс. руб.). Разница почти в 40 раз! Так же негативно на развитие рынка частных влияет и достаточно долгая процедура регистрации VSAT-терминалов, хотя подвижки в этой области есть.

Для VSAT-оператора методы работы на рынках корпоративных и частных пользователей сильно разнятся. В первом случае вы имеете дело с системным администратором или начальником ИТ-отдела, т.е. с профессионалом, который понимает особенности VSAT с полуслова. Частник — это, условно говоря, «блондинка с ноутбуком». Здесь совсем другой уровень запросов и вопросов: «Можно ли выбрать антенну под цвет крыши или хотя бы спрятать ее за трубу?». Безусловно, этот ди-



Сергей ПЕКТЕРЕВ,
генеральный директор,
ЗАО «Сетьтелеком»
(сеть AltegroSky)



Всего 15 средних зарплат – и вы в российском Эльдорадо домашнего VSAT'a

алог есть крайний случай, но частные клиенты, как правило, это другие требования к сервису, сервисной поддержке и рекламе. Поэтому нам пока интереснее работать на корпоративном рынке и зарабатывать на нем деньги, в том числе и для будущего

антенн с нынешних 1,2 м до 80–90 см, благодаря чему стоимость подключения должна снизиться минимум на 30%.

Бум спутникового Интернета в США и Европе в последние год-два связан именно с появлением VSAT-терминалов в Ka-диапазоне, где используются антенны диаметром 66–78 см, передатчики мощностью 0,5–1 Вт и более простые спутниковые терминалы типа SkyWay от Hughes и SurfBeam производства Viasat. Мы же пока вынуждены ставить нашим немногочисленным домашним клиентам полностью профессиональные комплекты (антенна 1,2 м, передатчик мощностью 2 Вт и модем HughesNet 7000) со всеми вытекающими последствиями в виде цены комплекта и работ по установке относительно большой антенны. ИКС

Реально выход на рынок частных лиц произойдет тогда, когда диаметр антенн уменьшится до 80–90 см

реального выхода на рынок частных лиц, который, я надеюсь, состоится в обозримом будущем. Думаю, процесс этот начнется с запуска в 2011 г. спутника «Экспресс-АМ4» с первыми в России транспондерами Ka-диапазона, что позволит уменьшить диаметр

Домашний VSAT засиделся на низком старте

Единственный заметный пласт домашних пользователей спутниковой связи в России – это владельцы приемных VSAT, обеспечивающих доступ в Интернет с использованием обратного канала по наземным или сотовым сетям. Что же касается интерактивных VSAT, то сколько-нибудь серьезного рынка частных и домашних пользователей этих услуг спутниковой связи в России сегодня нет.



Александр УГЛОВ

Перспективы развития этого сегмента более чем туманны. Причин тому – объективных и субъективных – много, и главные из них острейший дефицит национальной спутниковой емкости; разрешительный способ получения разрешений на работу VSAT; высокая стоимость трафика, спутниковых терминалов и разрешений для них как следствие выше упомянутых факторов.

Некоторые российские операторы спутниковой связи, успешно работающие на корпоративном рынке, уже достигли солидного объема абонентской

пример, в Европе и Америке, пока не наблюдается. Реклама и последующее широкое потребление продукта и услуг может начаться только тогда, когда этот продукт появится в магазинах и лицензия на его использование будет лежать в упаковке с оборудованием, как это делается в Европе и Америке. Кстати, приемные VSAT «НТВ Плюс», «Триколор ТВ» и т.д.) у нас уже продаются именно так: коробка с оборудованием, инструкцией по сборке и эксплуатации и картой доступа.

Стоит отметить, что 2007 г. благодаря нацпроекту «Образование» стал годом количественного прорыва в развитии российской индустрии VSAT. Но уже в 2008 г. возникли тотальные проблемы, связанные со сменой источника финансирования проекта, т.е. перевода его финансирования на региональные бюджеты. Более того, оказалось, что эффективность использования в этом проекте задействованных ресурсов, в частности спутникового сегмента, весьма низкая. Просто далеко не все школы оказались готовы использовать услугу в

Регионы уже ищут возможность отказаться от дорогостоящей спутниковой связи в пользу местных провайдеров

полном объеме. А почему бы тогда не подумать о том, чтобы в рамках этого проекта подключать и домашних пользователей, чтобы облегчить финансовое состояние проекта за счет более эффективного использования задействованной и столь дефицитной спутниковой емкости, продажи оборудования и льготного оформле-

полном объеме. А почему бы тогда не подумать о том, чтобы в рамках этого проекта подключать и домашних пользователей, чтобы облегчить финансовое состояние проекта за счет более эффективного использования задействованной и столь дефицитной спутниковой емкости, продажи оборудования и льготного оформле-

ния разрешений? Ведь школы занимают ресурс сети в основном в дневное время, а домашние пользователи обычно начинают работать вечером. Тем более что регионы, защищая свой бюджет, уже ищут возможности отказаться от дорогостоящей спутниковой связи в пользу услуг местных провайдеров.

Хотелось бы напомнить, что в России, считающей себя родиной радиосвязи, радиоволны распространяются точно так же, как и в остальном мире, поэтому, как бы это ни было противно некоторым нашим чиновникам от связи, нет никаких естественных

препятствий без ущерба для себя и остального человечества принять европейские нормы применения VSAT. Это дало бы сильнейший толчок развитию индустрии VSAT, в том числе сегмента домашних пользователей VSAT. Если эти нормы позволяют существовать и развиваться сетям VSAT в европейских условиях высочайшей плотности населения и бизнеса, то Россию они тем более устроят. За это уже около 15 лет (!) борются и сама российская индустрия VSAT, и Global VSAT Forum, и Национальная ассамблея спутниковой связи. ИКС

История с географией и регистрацией, или Мы за равенство



Олег ВАТУЛИН,
первый заместитель
гендиректора,
ООО «РусАт»

В России принята программа перехода к 2015 г. на цифровое ТВ. В европейской части страны можно, конечно, организовать наземное цифровое вещание, а вот за Уралом без спутникового не обойтись. Но там фактически нет непосредственного спутникового ТВ-вещания, так как на спутнике «Ямал-200», который обслуживает эту территорию, стоят маломощные транспондеры,

требующие приемных антенн диаметром 1,8 м. Частный пользователь такую антенну не поставит, ему нужна антенна как минимум вдвое меньших размеров.

Аналогичная ситуация со спутниковым интернет-доступом с использованием VSAT-станций. Есть технологии, позволяющие снизить стоимость этих станций до \$1000 и уменьшить размер антенны, что было бы привлекательно для массового потребителя-частника, но работать эти технологии могут только с высокоэнергетическими спутниками типа Intelsat и Eutelsat. А под российские спутники нужна приемопередающая ан-

тенна диаметром 1,8 м, которая стоит больше, чем весь спутниковый терминал. Да и куда ее ставить, с такими размерами?! На лужайке перед домом ее можно поставить в США, где угловая высота спутника большая, а на наших широтах она составляет 10–15°, и ей будет мешать соседний дом или забор. Значит, ее место на крыше, но при таких размерах это требует отдельного строительного проекта, иначе антенна не выдержит ветровых нагрузок.

Ситуация усугубляется тем, что разрешительная процедура для регистрации VSAT-станций для использования с иностранными спутниками стоит \$3500 (при цене самой станции с 1,2-м антенной \$2500), а под россий-



Под российские спутники

нужна антенна диаметром 1,8 м, которая стоит больше, чем весь спутниковый терминал

ский спутник — 5600 руб. Такой «асимметричный ответ» есть, наверное, только у нас в стране. Вот поэтому в США, где полно оптических линий связи, за последний год установлено 600 тыс. VSAT-терминалов, в Индии (!) — около 100 тыс., а в России всего 25 тыс. терминалов за все годы существования этой технологии. ИКС

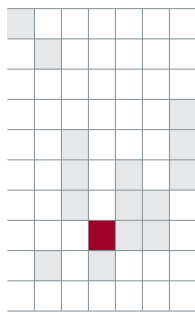


Мурад СОФИЗАДЕ,
генеральный директор,
ЗАО «Айпинэт»

VSAT-ОПТИМИЗМ

Рынок частных VSAT-пользователей начал активно развиваться года два назад. Мы заметили определенный спрос со стороны владельцев загородных домов и других частных лиц, когда топ-менеджеры компаний-клиентов начали интересоваться услугами связи для своих домов. Первоначально это было 2–3% от общего числа подключений при отсутствии какой-либо стимуляции с нашей стороны.

После запуска активной рекламной кампании для частных клиентов количество подключений увеличилось и достигло порядка 7–8%. Не так уж много, но мы, запуская рекламную кампанию, на большее и не рассчитывали. Доля доходов от частных пользователей тоже невелика — не более 5%. Но мы считаем этот рынок интересным и прогнозируем, что количество частных клиентов в 2009 г. возрастет до 10–12%.



Последняя миля как творческая мастерская для оператора связи

Оператору связи, который выходит на рынок конечных пользователей, предстоит работать в особой технологической, правовой и общественной среде, а среди его партнеров появляются фигуры, чьи интересы и реакция не всегда ожидаемы и понятны.



Алексей МИШУШИН,
канд. юрид. наук

По своему облику и интересам круг знакомцев оператора последней мили очень разнообразный, если не сказать — пестрый. В их числе поставщики телекоммуникационного оборудования и ПО, операторы магистральных сетей и межрегиональные компании, если до квартир и офисов пользователей приходится дотягиваться ADSL-доступом по уже организованным абонентским линиям. Не обойтись и без контактов с «народными избранниками» — председателями ТСЖ, ЖСК и т.п., которые, как правило, далеки от современных технологий связи, Интернета, договорной практики, но от их решения зачастую зависит выход на будущих абонентов. Взаимодействие с ними требует от оператора необычайной гибкости, координации движений, а также незаурядных творческих способностей. Какие же правовые особенности возникают у операторов на последней миле?

Просто о сложном

Первая сложность — технологическое разнообразие способов широкополосного доступа к абоненту. Алгоритм поведения диктуется суровыми аббревиатурами ADSL, FTTH, PON, HFC, PLC и др. У каждой технологии индивидуальные особенности, которые необходимо оговорить в договоре с пользователем услугами связи. Во-первых, это целесообразно сугубо из утилитарных соображений, поскольку оператор и абонент, урегулировав заранее договор, будут лучше понимать, что им требуется друг от друга и какой результат ожидать в итоге. Во-вторых, ст. 10 Закона РФ «О защите прав потребителей» обязывает исполнителя предоставить потребителю достоверную информацию об услу-

гах, обеспечивающую возможность их правильного выбора. Такая информация в обязательном порядке должна содержать сведения об основных потребительских свойствах и условиях приобретения услуг, правилах и условиях их эффективного и безопасного использования.

В целях надлежащего информирования пользователя услугами связи рекомендую в заключаемом договоре приводить определение используемой технологии доступа. Следует избегать неизвестных русскому языку понятий или наукообразных фраз, поскольку потребитель вправе не знать современных технологий доступа и законов построения мультисервисных сетей связи. Определяйте услугу по возможности проще и лаконичнее.

Следующий момент, о котором стоит упомянуть в договоре, — физические или иные ограничения, свойственные используемой технологии доступа и способные объективно повлиять на потребительские характеристики получаемой услуги. Используйте ADSL или HFC? Тогда не забудьте про асимметричность скорости передачи данных, свойственную данным технологиям, и обусловливаемые ею ограничения в обратном канале. Если работаете на основе типового договора, условия которого не варьируются в зависимости от территориального места расположения абонента, рекомендую в случае с ADSL оповестить о скоростных ограничениях, определяемых длиной абонентской линии. Потребительские качества доступа по технологии Wi-Fi в значительной мере определяются близостью абонента к точке доступа и отсутствием помех в прохождении сиг-

нала. Разворачивая сеть HFC, следует информировать абонента о чувствительности обратного канала связи к помехам и о возможных негативных последствиях для получаемой услуги. Потребитель вправе знать все о предоставляемом ему сервисе. Информирование абонента о свойствах оказываемой услуги обеспечит защиту ваших интересов перед лицом Россвязькомнадзора, Роспотребнадзора или суда, позволит избежать административных штрафов или предупреждений о приостановлении действия лицензии.

Чрезвычайно важно заранее распределить обязанности и ответственность между оператором связи и пользователем при подготовке помещений, где будет происходить подключение пользовательского оборудования. В зависимости от технологии требования к сторонам договора будут различными. При предоставлении беспроводного доступа от оператора не потребуются проведения работ, связанных с прокладкой кабеля в помещениях пользователя, тогда как при использовании ADSL, HFC или других проводных технологий может встать вопрос о необходимости вскрытия и закрытия плинтусов, сверления отверстий в стенах и перекрытиях и т.п.

Последние коррупционные метры

Помимо информирования абонента об особенностях различных технологий доступа, стоит поразмышлять о размещении средств связи в местах массового нахождения потребителей услуг связи: бизнес-центрах, гостиницах, коттеджных поселках, многоквартирных домах. Последняя миля в этом отношении «дарит» оператору возможность проявить творческие и коммуникативные таланты его персонала. Из мира ИТ и стройных методик ведения бизнеса специалисты вынуждены порой погружаться в пучину имущественных и личностных конфликтов между членами ТСЖ, сталкиваться с выпрашиванием «безвозмездной помощи» их председателями, лимитированным режимом работы бизнес-центров, косностью представителей бывших госпредприятий, приютивших на своих площадях арендаторов — потенциальных пользователей услугами связи.

ФЗ «О связи» не обязывает собственника здания или сооружения на недискриминационной основе пускать к себе оператора связи, даже если на территории имущественного комплекса собственника есть желающие получать услуги связи. Вопрос о возможности размещения оборудования в бизнес-центре, многоквартирном доме, на крупном промышленном предприятии, имеющем десятки арендаторов, замыкается на личность управляющего таким комплексом, что в некоторых случаях порождает почву для коммерческого подкупа. Именно на последней миле оператор связи может на собственном опыте убедиться, как глубоко укоренился этот порок в обществе.

Последствия неговорчивости оператора связи с подобными управляющими легко предугадать. Оператор будет лишен права на размещение своих средств связи

на территории собственника здания и, соответственно, утратит доступ к потребителю. Другой возможный исход — оказаться в здании на правах временщика, не заинтересованного в серьезном инвестировании в местную сеть связи и высоком качестве обслуживания абонентов. Оба варианта безрадостны для всех: оператора связи, его абонентов, бюджета.

Трудно не согласиться с ранее высказанной на www.iksmedia.ru идеей А. Богатова о желательности нормативного обязывания владельца недвижимости заключать с оператором связи возмездный договор, предусматривающий право использовать недвижимость для размещения оборудования сетей связи. Подобная мера усилила бы конкуренцию среди операторов в борьбе за предпочтения конечного пользователя, т.е. нас с вами, что, в свою очередь, обусловило бы снижение цен и повышение качества услуг. Не соглашусь с автором идеи лишь в деталях. На мой взгляд, возложение обязательств на владельца недвижимости правильнее осуществлять посредством изменения не ФЗ «О связи», как предлагается, а ГК РФ. Право собственности как важнейшего правового института, права и обязанности собственника и иного законного владельца, условия и порядок ограничения права собственности, в том числе сервитуты регулируются гражданским правом и его важнейшим источником — ГК РФ. Поэтому претензии на чужую собственность связистов, а также всех иных поставщиков сетевой инфраструктуры следует регулировать именно в ГК. Нежелательно раздергивать на различные отраслевые интересы и законы цельный и весьма стабильный кодекс.

Не так страшен жилищный кодекс...

Наконец, еще одним поводом для споров на последней миле является иногда требуемое управляющими многоквартирными домами письменное согласие всех членов ТСЖ или собственников общего имущества на право размещения оборудования в здании. При этом не забывают сослаться на Жилищный кодекс РФ! Такой поворот может поставить оператора связи в тупик. Вдобавок к своей профессиональной деятельности заниматься еще и сбором подписей собственников?

Спешу успокоить сомневающихся. Возникновение подобной ситуации действительно предусматривается, например, в ст. 164 ЖК РФ, в случае, когда управление многоквартирным домом осуществляется непосредственно собственниками помещений такого дома. На практике же такой вариант мне встречать не доводилось. Вероятно, он чрезвычайно редок либо вообще пока не реализован. Получив от представителей многоквартирного дома предложение заручиться согласием всех собственников на размещение своего оборудования, следует внимательно разобраться с моделью управления домом и реальным наличием письменно закрепленных ограничений компетенции управляющего. Прогнозирую, что на деле реальных правовых препятствий для заключения договоров на размещение оборудования оператора связи в доме не имеется. ИКС



Ведущая темы
Ирина БОГОРОДИЦКАЯ

ждет ваших комментариев
в своем блоге на
www.iksmedia.ru



«Каждое искусство имеет свои законы, тайны и приемы... Непосвященному кажется странным, что врач, вместо того чтобы сразу приступить к операции, проделывает множество странных вещей с больным, например берет кровь на исследование и тому подобное...» (М. Булгаков. Театральный роман).

Бизнес системной интеграции, который можно сравнить с коллективными видами творчества, с одной стороны, или с командными видами спорта – с другой, что, можно сказать, почти одно и то же, также имеет свои особенности.

Национальные: в России это искусство пока не так востребовано, как, например, на Западе; у отечественных интеграторов дистрибуция подчас составляет 90% бизнеса. Преимущества западной модели, служащей проводником в светлое будущее, где услуги занимают большую часть ИТ-рынка, в отличие от непрозрачного отечественного настоящего, пока очевидны не для всех.

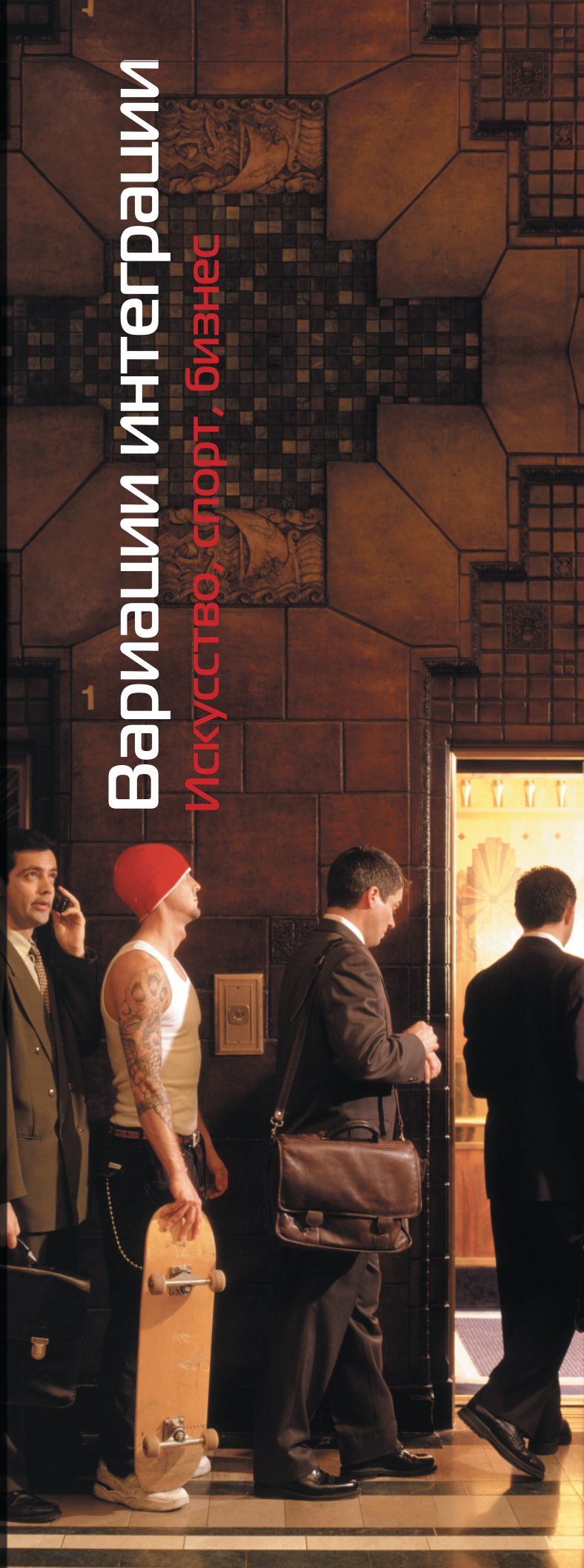
Ментальные: нашему заказчику требования исполнителя проекта подчас кажутся нелепыми и несущественными.

Подлинное искусство динамично. Заметные изменения (см. «ИКС» № 11'2005, с. 36) претерпели технологии, бизнес-модели, люди, а также взаимоотношения интегратора и заказчика – в них все больше доверия.

Системная интеграция в эпоху кризиса расцветает или, наоборот, сникает, уступая место голой экономике? Или экономии? Оптимизации! Интеграторы, прошедшие боевое крещение девяносто восьмью годом, когда бизнес у многих упал в разы, готовы к тому, что ИТ-бюджеты заказчиков сожмутся на 15–20%, а их собственные доходы в лучшем случае сохранятся на уровне 2008 г., хотя возможно и падение – на 20–30%. В долларах. А в рублях может быть и рост. Сегодня они получили великолепную возможность продемонстрировать свое мастерство. Кризисы приходят и уходят, а искусство, как и бизнес, вечно.

Вариации интеграции

Искусство, спорт, бизнес



фокус

Сборная России



Если представить себе, что на рынке ИТ-услуг играют национальные команды, то у сборной России пока не самые высокие рейтинги: менее 1% мирового рынка. Зато какой потенциал! Мы растем быстрее всех в мире: по оценкам IDC, в 2007 г. объем ИТ-услуг увеличился по сравнению с 2006 г. на 47,2% – до \$4,4 млрд. Итоги 2008 г., не успевшего в полной мере вкушать всей прелести финансового кризиса, скромнее. По предварительным оценкам Минэкономразвития, российский ИТ-рынок вырос по сравнению с 2007 г. на 17,8% – до 580 млрд руб.; доля ИТ-услуг – 27,2%. По данным же аналитического центра REAL-IT, за 2008 г. рынок вырос лишь на 12,7%, последнем квартале 2008 г. рост против IV квартала 2007 г. снизился до 7,3%. В то же время на фоне других сегментов положение рынка ИТ-услуг более устойчивое, а доля системной интеграции вообще растет: 34,5% в III квартале, 44,6% – в IV квартале при годовом росте 34,6%.

Российские интеграторы образуют структуру не очень маленькую, но и большой ее не назовешь. С чем ее сравнить – со сборной по футболу? Или с «Лыжной России»? Рядом с мировыми рынками российский «ростом не вышел». Самые большие отечественные компании насчитывают 3–4 тыс. человек. А штат крупного европейского интегратора – 30–40 тыс. человек. В обсуждении проекта платного въезда в Москву, например, принимал участие британский системный интегратор, где работают 20 тыс. человек.

В сборной постоянная текучка; рынок системной интеграции не структурирован, единой классификации услуг нет, считается трудно. Мы будем говорить о системной интеграции в широких пределах: это собственно системная интеграция, ИТ-консалтинг, аутсорсинг и т.д. – всё, чем занимаются компании, называющие себя системными интеграторами или не называющие себя таковыми, но фактически оказывающие эти услуги.

Состав национальной сборной весьма разношерстный. Ее костяк образуют отечественные игроки: IBS, «Техносерв», КРОК, «Оптима», ЛАНИТ, «Компьюлинк», «Ай-Теко», ЕРАМ Systems, R-Style и др. Есть и «приглашенные форварды»: сервисные подразделения IBM, HP, Ericsson, Orange, APC, Symantec, SAP, Columbus, Teradata и др. → см. 61–63 Их несомненное

преимущество – доступ специалистов к всемирным базам знаний, участие в интернациональных проектах, собственная методология ведения проекта. Например, концепцию ITIL/ITSM (IT Service Management – решения по управлению деятельностью ИТ-организаций, ITIL – набор руководящих принципов по внедрению ITSM), сфокусированную на предоставлении услуг, знают почти все российские заказчики. Некоторые внедряют ее, но используют, бывает, лишь на 10% – для регистрации звонков. К высшей ступени управления – IT Governance – подобрались самые смелые → см. 62–63

Весомую долю в копилку побед системной интеграции вносят регионы. Сегодня это житница

Структура российского рынка ИТ-услуг



новых заказов и дешевых специалистов, рынок сбыта и возможность развивать бизнес в менее конкурентной среде. У некоторых столичных компаний доля региональных заказов поднялась до 60%. Строя свои мультисервисные сети связи, федеральные операторы тиражируют решения центральных офисов на филиалы.

Своя игра

Трудно переоценить роль заказчиков, потребителей ИТ-услуг, выступающих в качестве группы поддержки национальной сборной по системной интеграции. Они готовы пользоваться самыми современными сервисами. Их запросы стали более сложными и многомерными. В процессе совместной работы с интегратором и вендором они осваивают новые технологии. Для них важны как типовый набор услуг, так и «тюнинг» – решения, разработанные под их запросы. В свою очередь, исполнители проектов получают дополнительные очки за опыт и компетенцию, фиксированные сроки реализации проекта и прозрачную ценовую политику.

Но и у заказчиков своя игра. В вопросе о том, что можно отдавать стороннему исполнителю, а что надо оставлять себе, они разделились на две команды. Большинство убеждены, что ключевые компетенции,

Динамика ИТ-рынка по сегментам, %

| Сегмент рынка | III кв. 2008 г. | IV кв. 2008 г. |
|---------------------------|-----------------|----------------|
| Компьютерное оборудование | 9 | -1,6 |
| Программное обеспечение | 18,3 | 7 |
| ИТ-услуги | 26 | 17,3 |

Источник: REAL-IT, 2009

Структура потребления услуг ИТ-аутсорсинга



Источник: CNews Analytics, 2009

критичную для компании инфраструктуру, бизнес-анализ, архитектуру нельзя доверять никому – опасно. Но компании, работающие по международным стандартам, уже отдают, например, на аутсорсинг информационную безопасность → см. 60-61. Оказывается, это на 30% дешевле, а главное – надежнее.

На аутсорсинг чаще всего передают универсальную функциональность, поддержка которой своими силами – трудоемкий, рутинный процесс: ЦОДы, управление рабочими станциями, сервисное обслуживание, поддержку пользователей и т.д. ИТ-сервисы высвобождают ИТ- и людские ресурсы для решения непосредственных задач бизнеса, т.е. повышают его эффективность, а в итоге – выживаемость.

Пример консалтинга в интересах отрасли. Появление закона «О персональных данных» обернулось проблемами практически для всех телеком-компаний. Поэтому команда «большой тройки» решила привлечь к анализу возникающих в связи с этим законом рисков и угроз для операторов и клиентов консалтинговую компанию. Чтобы понять, как оптимально исполнять требования регуляторов, сформулированные в законе. Исполнитель был выбран на конкурсной основе.

Однако у «болельщиков» есть и претензии к «игрокам». Отечественным интеграторам необходимо изменить отношение к стоимости услуг. Кроме того, предпочитая работать по прототипной задаче, предлагая готовые и «подкрученные» решения, они теряют клиентов.

Времена изменились. Если до кризиса заказчики делали упор на рост, широкое внедрение инноваций, то сегодня встает новая задача – оптимизация расходов. Проекты на долгосрочной основе уступают место краткосрочным.

Смещаются акценты, ужесточаются требования... Однако экономить на технологическом развитии сетей, на техподдержке пользователей, качестве услуг и клиентского сервиса, на контенте – на всем, что связано с клиентским бизнесом, заказчики ИТ-услуг, играющие по-крупному, никогда не будут: от этого напрямую зависит лояльность уже их потребителей.

Голосование

Услуги ИТ-консалтинга – это:

| | |
|--|---------|
| неоправданные траты | / 29,2% |
| необходимый сервис — работает на эффективность | / 45,8% |
| в условиях кризиса — непозволительная роскошь | / 25,0% |

Источник: **IKSMEDIA.RU**

Тренды российского рынка системной интеграции

- Технологизация – повсеместное внедрение технологий в России, обусловленное распределенностью бизнеса, создает предпосылки для динамичного роста ИТ-услуг.
- Растет доля региональных проектов. Игроки частично выносят свой бизнес в регионы.
- В структуре доходов системных интеграторов, начинавших с дистрибуции, увеличивается доля услуг: сегодня они строят сервисные предложения под свое ПО и «железо».
- Крепнет движение от чисто сервисной деятельности к накоплению/производству ПО и оборудования.
- Вендоры развивают собственные сервисные подразделения.
- Интеграторские компании нацелены на сложные, комплексные проекты, включающие централизацию управления, поддержку, дополнительные услуги, в том числе обучение заказчика по определенной специализации.
- Крупные интеграторы стараются формировать собственные склады, что настраивает заказчика на долгосрочные отношения, когда проект внедрения плавно перетекает в поддержку и сопровождение.
- Заказчики все больше внимания уделяют сервисам и привыкают все больше за них платить.
- Набирает силу специализация по технологиям и отраслям. В стоимости проекта увеличивается доля компетенций и экспертизы.
- Дефицит ИТ-кадров привел к росту заработной платы специалистов в два с лишним раза и соответственно к повышению цен на ИТ-услуги.
- Инвестиции в компетенции наращиваются: в 2008 г. некоторые игроки вдвое увеличили бюджеты на обучение.
- Рынок стремится к консолидации, но из-за кризиса это движение затормозилось, так как финансовая неустойчивость не позволяет оценить реальную стоимость активов.
- Российские заказчики стали больше работать с представительствами западных компаний.
- Расширяется использование международных стандартов.
- Российские заказчики явно недооценивают ряд ИТ-сервисов, в первую очередь аутсорсинг и ИТ-консалтинг, помогающие в условиях кризиса осуществить оптимизацию бизнеса.
- Акцент в интеграторских проектах смещается от внедрения новой функциональности к оптимальному использованию существующих ИТ-ресурсов.
- Рынок не прозрачен: российские интеграторы большую часть реализованных проектов не обнаруживают.
- Практически нет специализированных решений для SMB.
- Вектор технологического развития по-прежнему задается на Западе. ИКС

РАКУРС

Интегратор и оператор: трудности перевода

Заказчик – ключевая фигура любого бизнеса. Рынок системной интеграции растет, в том числе и благодаря тому, что растут аппетиты заказчиков, меняются их приоритеты. Еще недавно и подумать было нельзя, чтобы допустить аутсорсера в свою инфраструктуру, тем более в святая святых – систему информационной безопасности! В ракурсе – интеграция глазами заказчика.

СЛОЖИТЬ два вектора

Цели заказчика и интегратора в проекте внедрения ИТ-системы нередко расходятся. Но альтернативы услугам системной интеграции нет, считает руководитель ИТ-департамента компании ТТК Леонид ИВАНОВ.

Системная интеграция в ортогональной проекции

– Каковы отношения участников проекта?

– Интересы заказчика и исполнителя, по сути, ортогональны. Проект будет удачным, только если эти два вектора удастся сложить. Заказчик нацелен на качественный результат, на дальнюю перспективу. Интегратору нужно все сделать быстро, в хорошем смысле дешево и получить результат, который максимально удовлетворял бы заказчика. Его перспектива, естественно, краткосрочная...

– Но интеграторы говорят: мы заинтересованы в долгосрочных проектах?..

– Конечно, заинтересованы! Но каждый шаг заказчика должен соизмеряться с вектором его перспективных задач, приближать его к их решению. Пусть это не получается сразу, но двигаться он хочет в нужном ему направлении. А интегратор, кивая на ТЗ, может сделать шаг в неверном направлении, но во временных рамках проекта. И через

какое-то время заказчик, естественно, вновь обращается к интегратору. А это новый этап, новый договор... и новый бюджет.



Леонид ИВАНОВ

Со своими проще договориться

– И все же вы идете к интегратору. Почему?

– В первую очередь это необходимость сконцентрировать на проекте значительные ресурсы. У нас высокопрофессиональная ИТ-команда, но все загружены текущей работой. В этой ситуации интегратор нас выручает, взяв на себя основную часть трудозатрат. Нам остается только согласовать ТЗ и технический проект, посмотреть, что получилось, устранить замечания и принять работу. Поэтому при внедрении новой системы с привлечением интегратора численность ИТ-департамента обычно вырастает незначительно.

Голос рынка



Михаил БЕРМАН

Михаил БЕРМАН, директор департамента ИТ, «Национальные кабельные системы»: Нельзя говорить о какой-либо разнице между отечественными системными интеграторами и их зарубежными коллегами, между центром и регионами, ведь методология общая для всех. Надо стремиться к унификации. Это заложено, скажем, в решениях SAP – поэтому они распространены во всем мире и стоят дорого.

В качестве примера – случай из практики НКС. Когда готовили концепцию мультисервисных услуг triple play, мы обсуждали, как правильно их организовать, структурировать и связать между собой. В итоге поняли, что не стоит изобретать велосипед – это лишняя трата времени, денег, да и эффективность подобного проекта сомнительна. Вот почему было

принято решение взять за основу системы SAP.

Сергей РЫБАКОВ, директор по ИТ, «Глобус-Телеком»: Мы предпочитаем работать с единой «точкой входа», объединяющей усилия бизнес-аналитиков, консультантов, поставщиков решений. Если системный интегратор не обладает необходимыми компетенциями, заказчику приходится брать этот участок на себя, что ведет к децентрализации управления проектом.

Практика сотрудничества показывает, что зарубежные компании обладают большим опытом реализации коммерческих проектов в условиях высокой конкуренции, их подход к управлению проектами отточен и формализован. Отечественные компании выигрывают за счет использования знакомой им специфики.



Сергей РЫБАКОВ

АнтиКризис

Большая часть ИТ-бюджета компании – это поддержка существующих систем. Поэтому сократился он незначительно. Ведь если штат компании, парк систем, количество транзакций не уменьшаются, то что сокращать? Чем все эти работники, без компьютеров, будут заниматься? И расходы на аренду дата-центра, где установлены серверы биллинговой системы, тоже снижать нельзя. В телекоме ИТ – критически важный фактор.

Часто системный интегратор помогает внедрять те новые технологии, опыта работы с которыми у нас недостаточно. Так, например, было в проекте создания автоматизированной системы расчетов за услуги дальней связи, где в пользовательский интерфейс CRM-системы подтягивается информация из биллинга. В ТТК для работы с корпоративными клиентами есть CRM-система на платформе IBM Lotus, но, когда понадобилось внедрить промышленное решение Oracle для массового клиента, мы воспользовались услугами отечественного интегратора.

– Мысли поменять поставщика услуг, сравнить с другим не возникало?

– Речь идет о единственном в своем роде внедрении в России, поэтому новый поставщик, даже если окажется такого же класса, должен пройти тот же путь, ему надо будет опять учиться вместе с нами.

– ...а обратиться к зарубежным компаниям?

– Такие мысли есть всегда. Когда мы проводим внутренний конкурс по выбору исполнителя проекта, всегда рассматриваем предложения западных фирм. Но со своими проще. Допустим, возникли обстоятельства, которые трудно было учесть заранее. Как реагирует интегратор на

необходимость вносить изменения? С нашим это всегда предмет переговоров, но договориться можно. «Западник», скорее всего, откажется выполнять работы в рамках действующего бюджета.

– Их услуги намного дороже?

– Дороже. Но если бы мы видели в России команды, которые выполняют работу с таким же уровнем качества, мы бы ориентировались на них. Сотрудничество с зарубежными компаниями, как правило, начинается, когда уже деваться некуда.

Компетенция на первом месте

– По каким критериям выбираете интегратора?

– На первом месте – компетенция. Допустим, есть небольшая компания, не раскрученная, но ее потенциал виден. Она пока не задирает цены. Рядом интегратор такого же класса, может, чуть выше и с именем. Я бы выбирал не раскрученных, но с потенциалом.

На втором месте опыт интегратора. Впрочем, опыт – вещь своеобразная, ведь архитектура ИС каждой компании-заказчика, философия работы все равно различаются. Учитывается наличие реализованных проектов, особенно критичен сегодня финансовый фактор.

– Какова доля услуг интегратора в ИТ-проекте?

– Для системной интеграции ИТ-инфраструктуры при строительстве, например, корпоративной сети, это 30–40%. А при интеграции крупной информационной системы эта доля сопоставима со стоимостью самого продукта, а иногда в разы превышает ее, т.е. от одной до трех единиц стоимости внедряемого ПО. ИКС

Безопасность — на аутсорсинг

Четыре года назад «ВымпелКом» первым, наверное, в России привлек аутсорсера к мониторингу информационной безопасности. Дмитрий УСТЮЖАНИН, руководитель департамента ИБ, и Александр АСМОЛОВСКИЙ, руководитель службы контроля ИБ, не сомневаются, что профессиональные аутсорсеры в вопросах безопасности эффективнее внутренней ИТ-службы.

Заплатил аутсорсеру – и спи спокойно?

Представления о том, что можно отдавать стороннему исполнителю, а что нельзя, постепенно меняются. Одним из драйверов, добавивших бизнесу адреналина и заставивших всех по-новому взглянуть на себя, стал кризис. От принципа «ключевые сайты, т.е. здания, где размещается критически важная для бизнеса инфраструктура, должны быть в собственности компании», пришлось отказаться и подумать: может, не покупать огромный дата-центр за сотни миллионов долларов, а взять его в аренду?

«ВымпелКом», работающий по международным стандартам, считает, что отдавать бизнес-процессы на аутсорсинг не только допустимо, но в ряде случаев и экономически обоснованно. Это распространяется и на область информационной безопасности. Аутсорсинг хорош своей прозрачностью: определив, что делает поставщик услуг, и прописав SLA, заказчик может сравнить, сколько придется платить «на сторону» и в какую сумму обошлись бы собственные специалисты.



**Дмитрий
УСТЮЖАНИН**



**Александр
АСМОЛОВСКИЙ**

Поэтому отдельные компоненты единого центра оценки состояния информационной безопасности «ВымпелКома» (Security Operating Center, SOC), обеспечивающего доступность 24×7, было решено подключить к ресурсам консалтинговой группы IBM по вопросам безопасности (Internet Security System, ISS). Все процессы в ней открыты и прозрачны: о выявлен-

ных инцидентах и процедурах составляются отчеты, доступные заказчику в любое время; на границе SOC ведется реальный мониторинг событий.

Начиная проект с ISS, мы подсчитали, что содержание этой службы своими силами обошлось бы нам на 30% дороже. Но главное, необходимый высокий уровень качества обеспечить «за свой счет» просто нереально: у нас нет таких специалистов, их нужно учить (а после обучения думать, как бы они не ушли к конкуренту). Однако без четкого управления поставщиком услуг со стороны внутренней службы ИБ и контроля за соблюдением обязательств и SLA не обойтись. Ответственность за безопасность компании никому делегировать нельзя. Аутсорсер может только помочь выполнить эту задачу эффективнее.

Знания и опыт напрокат

К услугам ИТ-консалтинга приходится обращаться, когда у компании недостаточно компетенций в какой-то области. Так было, например, когда «ВымпелКом» решал задачу разделения обязанностей и минимизации полномочий персонала по доступу к финансовым системам и ресурсам. Это требование пришло к нам вместе с законом Сарбейнса–Оксли (SOX), выполнять который мы должны, поскольку акции компании торгуются на американской бирже. Таких знаний тогда не было не только у «ВымпелКома», но и вообще ни у кого в России (за исключением, наверное, банковской сферы).

База знаний, используемая сегодня, создана «большой четверкой» американских аудиторских компаний. Работавший непосредственно с «ВымпелКомом» российский интегратор на проектной стадии привлекал за оке-

АнтиКризис

В кризис должны перестраиваться все. Интеграторы, которые оперируют старыми понятиями о ценах на свои услуги, просто не выживут. Им нужно показать готовность к взаимовыгодному сотрудничеству и продемонстрировать возможность роста практически с нуля.

анских специалистов, разбирающихся и в финансах, и в ИТ, и в безопасности. Провести такую экспертизу внутри телеком-компании практически невозможно.

По законодательству США, функционирование системы контроля качества услуг компании должно подтверждаться независимым аудитом, для которого обязательно наличие сертификации по американскому стандарту качества услуг SAS 70 (Statement on Auditing Standards № 70). Данное требование распространяется и на аутсорсера. Если у него нет заключения внешних аудиторов о качестве внутренних процессов, в том числе об обеспечении безопасности его систем, компенсирующие меры контроля ИБ должен внедрить оператор.

SAS 70 – идея хорошая, ее надо развивать, но не просто копируя на российскую почву. Можно создать российский аналог такой сертификации – чтобы законодательно обязать поставщиков соблюдать правила, предъявляемые к операторам персональных данных. Например, продавать программные продукты, в которых были бы изначально заложены функции соответствия ФЗ 152 «О персональных данных». Необходимо выстраивать систему сертификации поставщиков услуг, программных решений и т.д. Тогда в процесс будут вовлечены все – сейчас же ответственность только на операторе связи. ИКС

МОДЕЛЬ

Remember Tomorrow: помни будущее

На рынке системной интеграции работают не только специализированные компании — доля ИТ-услуг постоянно растет в бизнесе вендоров, в первую очередь зарубежных. Каковы модели этого «суббизнеса» в российских реалиях?



МОДЕЛЬ

Оптимизация = консолидация + виртуализация

Руководитель подразделения системной интеграции IBM в России и СНГ Валерий КОРНИЕНКО считает, что задача интегратора вне зависимости от того, на каком рынке он работает – мировом или российском, помочь заказчику эффективнее использовать уже имеющуюся у него ИТ-инфраструктуру.

Вид на рынок с колокольни IBM

– **Каковы, на ваш взгляд, тенденции российского рынка системной интеграции?**

– Самая яркая, с нашей точки зрения, тенденция последних лет – российские заказчики все больше доверя-



Валерий КОРНИЕНКО

ют свои консалтинговые, интеграционные проекты международным компаниям. Уходят в прошлое мифы, что ИТ-подразделения зарубежных компаний не видят российской специфики, что их услуги неэффективны и намного дороже, чем у местных интеграторов.

– У мифов есть своя мифическая достоверность...

– Год назад мы провели сравнение стоимости часа работы российских и наших ИТ-специалистов, и оказалось, что услуги IBM дешевле.

– Не верю!

– Дело в том, что в своей деятельности мы можем использовать решения и методики, накопленные в глобальных базах знаний IBM на основе уже выполненных по всему миру проектов. Кроме того, в различных странах у IBM есть центры Global Delivery. Нормо-час работы специалиста в них при одинаковом качестве предоставляемых услуг (мониторинг SAP-систем, удаленная поддержка операционной системы и др.) зачастую в 2–3 раза дешевле, чем российского специалиста, занимающегося тем же.

– В чем особенность бизнеса сервисных подразделений зарубежных компаний?

– Работая в глобальных масштабах, в том числе в регионах как со стабильной, так и с быстроразвивающейся экономикой, IBM может анализировать выполненные проекты с точки зрения эффективности использованных в них решений, чтобы предложить заказчику возможность оптимизации своих ИТ-ресурсов при минимальных затратах.

– Об оптимизации говорят все. Что вкладывает в это понятие IBM?

– Оптимизация, например, серверной инфраструктуры в понимании IBM – это консолидация серверов и систем хранения данных, их виртуализация. Консолидация и виртуализация позволяют заказчикам, расходуя меньше, получать больше и представляют собой технологическую базу для того, чтобы управлять ИТ-инфраструктурой было проще. Это также разработка и внедрение ITSM-проектов.

От натурального хозяйства к коммунальному

– Какова доля услуг системной интеграции в бизнесе IBM?

– В 2008 г. доля ИТ-услуг в обороте IBM по всему миру составила 55–57%. В России эта доля меньше, но замет-

АнтиКризис

Кризис дает возможность системным интеграторам, предоставляющим услуги по оптимизации ИТ-инфраструктуры, продемонстрировать рынку свои оптимизационные сервисные продукты. Консультант должен подсказать заказчику, чем можно пожертвовать, чтобы основной бизнес функционировал столь же эффективно, как раньше, или найти пути улучшения функционирования бизнеса без значительных затрат.

но растет. Такова общая тенденция российского рынка ИТ-услуг: заказчик все больше внимания уделяет сервисам и все больше привыкает за них платить.

– Когда-то люди вообще не понимали, как можно платить за сервисы...

– Было такое время. Но затем ИТ-службы начали считать эксплуатационные затраты и увидели, что выгоднее часть работ отдать внешнему исполнителю, который построит оптимальную с точки зрения затрат, эффективности и SLA модель, и платить за эти работы как за коммунальные услуги.

– Какую часть бюджета ИТ-проекта составляет стоимость собственно системной интеграции?

– Это во многом зависит от степени зрелости ИТ-службы и бизнес-процессов заказчика. Работы, включающие поставку «железа», софта, интеграцию, составляют примерно 35–50% общей стоимости ИТ-проекта в том случае, если заказчик продумывает жизнь системы на годы вперед, а не только на период внедрения.

– Какие возможности сокращения расходов обеспечивает ИТ-консалтинг?

– Грамотный консультант поможет заказчику развиваться даже в условиях кризиса, без избыточных капиталовложений, не закупая новое «железо» и софт – более эффективно эксплуатируя существующую инфраструктуру.

Можно реструктурировать общее сокращение расходов за счет управляемого снижения качества услуг – чтобы бизнес-процессы это снижение ощутили на себе как можно меньше. Консультант сможет четко оценить оптимальное сокращение под конкретную ИТ-инфраструктуру и ИТ-службу. **ИКС**

Как сэкономить на переменных

ИТ-инфраструктура любой компании требует постоянного обновления. Но расходную часть, утверждают руководитель ITSM-практики НР Илья ХАЕТ и руководитель практики инфраструктурных решений Сергей УТИНСКИЙ, всегда можно перевести в доходную. Надо только знать как.

Из-за кризиса компаниям приходится снижать расходы, и они повсеместно урезают свои инвестиционные бюджеты. Но по общемировым меркам инвестиционная составляющая в ИТ-бюджете – это лишь 20%. Как сократить операционную составляющую?

Помощь системного интегратора в этом вопросе особенно весома, если у него есть опыт реализованных проектов не только для заказчиков, но и для себя самого.



Илья ХАЕТ



Сергей УТИНСКИЙ

АнтиКризис

В кризис к обычным рискам добавляются риски финансовой стабильности исполнителей проекта. Решающим фактором становится время. Если раньше заключались в основном проекты на год, полгода, квартал, то сейчас заказчики предпочитают короткие, но перспективные внедрения.

ИТ-перестройка: проверено на себе

ИР постоянно занимается совершенствованием собственной ИТ-инфраструктуры. Последние три года ее трансформация была направлена на создание глобальных ЦОДов следующего поколения, технологии управления портфелем решений, повышение эффективности работы персонала, создание хранилища данных корпоративного уровня. В ходе этой перестройки 85 ЦОДов были объединены в шесть ЦОДов нового поколения, количество серверов сокращено на 40% при одновременном увеличении вычислительной мощности на 250% — за счет применения технологий виртуализации и повышения энергоэффективности. Упразднено более 700 витрин данных и создано единое корпоративное хранилище данных. Более 6 тыс. бизнес-приложений консолидированы примерно в 1,5 тыс. стандартных приложений.

В результате расходы на сеть сократились на 50%, а ее пропускная способность увеличилась втрое. Внутренние расходы на ИТ с 4% дохода в 2005 г. снизились до 2% в 2009 г., а доход компании за три года с начала трансформации увеличился на \$25 млрд.

Однако, чтобы сэкономить на ИТ, компании пришлось сначала вложиться в ИТ. А выжидательная позиция, которую сегодня заняли некоторые заказчики, отказ от инвестиций в ИТ могут аукнуться им упущенной выгодой от проектов по оптимизации.

Экзотика? Мода? Норма!

Сокращения расходов можно добиться, например, просто положив сервер на склад. Но как без этого актива ре-

шать задачу обеспечения непрерывности ИТ-процессов? Бизнес никто не отменял, и он по-прежнему требует информационной поддержки. Это особенно критично в кризис. Значит, нужно более рационально управлять ИТ-деятельностью, причем как инфраструктурой (серверами, приложениями, базами данных, сетями доступа, бэкапами и т.д.), так и людьми, процессами.

Сегодня все процессы строятся вокруг ITSM — концепции, на которой построена библиотека ИТЛ, описывающая лучшие практики работы ИТ-служб. ITSM позволяет сократить расходы на ИТ без снижения функциональности и обеспечить непрерывность бизнес-процессов. Например, с помощью ITSM-аудита можно составить перечень сервисов, которые целесообразно вывести из эксплуатации.

ITSM и ИТЛ появились на российском рынке давно — более 10 лет назад. Но лишь в последнее время они получили широкое признание. Сегодня на рынке есть проработанное ПО и масса открытых материалов, на их основе реализовано много проектов. Внедрение принципов ITSM — по-прежнему сложная задача, и нередко проекты достигают только частичного успеха. Однако даже это в большинстве случаев — серьезный шаг вперед.

Следующая ступень — переход к технологии IT Governance. Фактически IT Governance — это стратегическое управление деятельностью ИТ. На этой ступени определяется, как правильно организовать структуру, корпоративные стандарты, как сформировать портфель проектов, какую финансовую модель применить, как взаимодействовать с бизнес-направлениями. Интерес к IT Governance обострился в связи с принятием закона Сарбейнса-Оксли в США, требований Basel II в Европе и т.д.

ИР начинает выводить на российский рынок решения IT Governance и IT Transformation. Некоторые заказчики уже внедряют их отдельные элементы. Времена полномасштабного внедрения как IT Governance, так и IT Transformation-проектов в России еще впереди. ИКС

игроки**Интеграция с региональным оттенком**

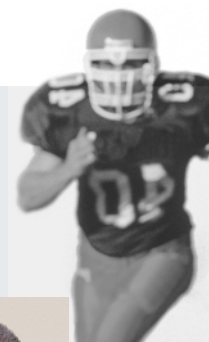
Системные интеграторы все активнее выносят отдельные направления бизнеса за пределы Москвы, чтобы в локальной ИТ-среде сформировать для себя надежный кадровый ресурс и клиентскую базу, привнести в нее новые технологии и услуги.

Проблемы роста

Строго говоря, системной интеграции как отрасли — с достаточными объемами бизнеса и соответствующим числом специалистов — в России пока нет. Есть направление с определенными тенденциями, находящееся на этапе формирования основных услуг, компетенций, стандартов. Пройдет за-

метный период времени, прежде чем рынок дойдет до этапа зрелости.

У бизнеса ИТ-услуг много проблем — рынок непрозрачный, не структурирован, компании, работающие на нем, не капитализированы. По сравнению с мировыми рынками мы еще мелковаты. Самые крупные российские интеграторские компании насчитывают 3–4 тыс.



Тагир ЯППАРОВ,
генеральный директор
компании «АйТи»

человек; в «АйТи», например, работают полторы тысячи. А крупный европейский интегратор – это 30–40 тыс. человек, оборот \$3–4 млрд. У нас таких игроков нет.

Ряд услуг в России просто технически невозможно предоставлять. Например, нет полномасштабного аутсорсинга, поскольку эта услуга связана с масштабами бизнеса. Кто, скажем, может предложить аутсорсинг ЛУКОЙЛу (где работают 9 тыс. ИТ-специалистов) или РЖД (более 10 тыс.)?! Если только «сборная России по системной интеграции». Чтобы с нами разговаривали как с потенциальным провайдером, нужен консорциум.

Но игроки будут укрупняться – тому есть рыночные причины. Если у больших по российским меркам компаний (от 800 человек) есть инструменты, позволяющие строить долговременные отношения с банком, и поэтому им выживать проще, то средним фирмам (100–300 человек) такие инструменты недоступны. Их бизнес обычно строится на нескольких серьезных клиентах, и из-за такой «клиентозависимости» они в зоне риска. Поэтому средние компании будут стремиться к консолидации с более крупными. Но это только тенденция. Реальных М&А-сделок масштаба слияния IBS и Borlas, которые происходили до середины прошлого года, пока, скорее всего, не будет. Сейчас активы оценивать трудно: нет осмысленной цены, да и денег свободных.

Россия – глобальный рынок

Ключевой фактор развития сервисной индустрии в стране – технологизация, т.е. повсеместное и максимально полное внедрение технологий. Ведь такой распределенности бизнеса, как в России, нет нигде в мире. Это фактически глобальный рынок, и работать здесь нужно по тем же правилам, по каким работают международные компании. «АйТи» рассматривает управление бизнесом с точки зрения модели с единым пулом ресурсов и единым пулом проектов

АнтиКризис

Основная сложность текущего этапа – непрогнозируемая ситуация на рынке, из-за чего трудно строить операционную модель. У компаний нет реального представления, как планировать бюджет. Пока еще много эмоций. Все говорят о сокращении инвестиционных бюджетов, о том, что не будут больше покупать «железо», запускать мегапроекты. Однако сервисные бюджеты никто сокращать не собирается!

по всей стране. В соответствии с этой моделью мы выводим инженерный состав в регионы – там сегодня сосредоточено примерно 35% специалистов компании. Эффективность такой структуры очевидна: помимо расширения клиентской базы, это еще и экономия на заработной плате, которая в регионах в полтора раза ниже.

Если первоначально мы строили региональную сеть в основном для выполнения местных контрактов, то сейчас создаем региональные информационные центры по компетенциям, чтобы иметь ресурсы для поддержки глобальных проектов не только в Москве. У нас есть центр компетенции по промышленной инфраструктуре в Красноярске, открылся центр компетенции по ЦОДам в Уфе. Это серьезные траты, но они окупаются за счет того, что за три-четыре месяца мы сможем собрать команду специалистов нужного профиля для любого контракта.

Кадровый вопрос

Рынок системной интеграции в последние два года был в зоне дефицита кадров. За это время заработная плата ИТ-специалистов выросла в два с лишним раза, что, естественно, привело к заметному повышению цен на услуги. Оплачивать столь быстрый рост заказчики не могут. Так развитие рынка стало ограничиваться возможностями по увеличению персонала.

Если специалистов не хватает, надо искать новые

Аутсорсинг для регионов

Поддержку функций, неспецифических для региональных компаний или офисов федеральных операторов, выгоднее передать аутсорсеру, считает гендиректор IBS DataFort Денис КАЛИНИН.

Основной спрос на услуги аутсорсинга в регионах наблюдается со стороны территориально распределенных компаний. Выстраивать для каждого региона индивидуальную модель обслуживания или создавать соответствующую структуру внутри себя дорого. А аутсорсинг позволяет избежать дублирования функций персонала и дополнительных издержек по управлению на местах, обеспечить единый стандарт качества и управляемость сервиса во всех региональных офисах.

Что именно передавать на аутсорсинг – это всегда вопрос экономической эффективности для конкретного бизнеса. Компании разного размера могут позволить себе разный набор услуг — от инцидентного сервиса, управления рабочими



↑ Денис КАЛИНИН

станциями до аутсорсинга бизнес-процессов. Наш опыт показывает, что всегда выгодно поручить аутсорсеру управление инфраструктурой заказчика, размещенной в ЦОДе провайдера, управление рабочими станциями, технический сервис (инсталляции, ремонты оборудования) и поддержку пользователей (Help Desk, Service Desk). Это неспецифические функции, одинаковые в любом бизнесе, а их выполнение своими силами – трудоемкий, рутинный процесс. Наиболее востребованная услуга ИТ-аутсорсинга в

регионах – комплексная поддержка офисов. Аутсорсинг серверных мощностей (предоставление заказчику вычислительных мощностей, возможно, разделяемых с другими заказчиками), поддержка СУБД или, например, управление бизнес-приложениями требуют более кастомизированного подхода, и эффект зависит уже от конкретных параметров бизнеса. ИКС

способы формирования кадров и их ввода в компанию. Традиционный метод – перекупать – означает низкую лояльность, дороговизну и т.д. Надо создавать специалистов самим. «АйТи» организовала несколько учебных центров, привязанных к университетам. Например, недавно наш Региональный ресурсный центр

(РРЦ «АйТи») запустил на базе Уфимского государственного авиационного технического университета бесплатный учебный курс «Основы разработки приложений Lotus Domino», по окончании которого слушателям будет выдан сертификат «АйТи» и предоставлена возможность трудоустройства в РРЦ «АйТи». ИКС

Сценарий

ИТ-КОНСАЛТИНГ не роскошь!



Особенно сегодня, когда на смену подходу «Заверните всё!» приходит «Давайте посчитаем». Оценить перспективы развития рынка ИТ-консалтинга «ИКС» пригласил специалистов компании «Инфосистемы Джет» Бориса АЛЬТЕРМАНА, руководителя группы консалтинга, и Андрея ШАПОШНИКОВА, руководителя группы системной архитектуры.

Во времена бурного развития бизнеса также бурно росла и ИТ-инфраструктура. Нарастание инфраструктуры, внедрение новых прикладных систем, резервирование данных – в это инвестировалось немало средств.

Сегодня акцент смещается в сторону оптимизации. На первый план выходят анализ эффективности использования существующих ИТ-ресурсов и оценка возврата инвестиций. Главный вопрос: как экономить?

В сложившейся ситуации роль ИТ-консалтинга только возрастает, ведь полностью остановить развитие и обслуживание ИТ-инфраструктуры невозможно. Конечно, можно сократить затраты на некритичные для функционирования бизнеса системы, но компания, которая, например, должна обеспечивать доступность ИТ-сервисов в режиме 24 × 7, вряд ли откажется от своевременной замены оборудования, резервирования данных, их защиты и многих других решений.

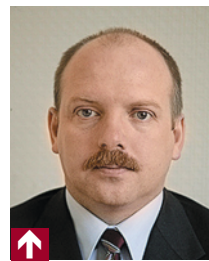
В условиях, когда ИТ-бюджет урезают, а развиваться надо, задача консультанта – оценить возможности информационной системы заказчика, понять, что и как нужно оптимизировать, и на основе этого анализа предложить клиенту лучшее решение по использованию и даже, не исключено, наращиванию вычислительных мощностей при одновременном сокращении затрат.

Назвать это роскошью будет неправильно.

«Наши клиенты работают на высококонкурентных рынках и очень дорожат своей репутацией. Обращаясь к нам, они предъявляют высокие требования к обеспечению непрерывности бизнеса своих компаний. Наша задача в каждом случае – предложить оптимальный комплекс услуг, в который входят обслуживание существующих ИТ-систем, безопасность и управление ИТ-сервисами. Шаблонных методов в этом вопросе нет. Все зависит от специфики бизнеса компании и ее финансовых возможностей. Решение разрабатывается в каждом случае индивидуально», – отмечает Б. Альтерман.



Борис АЛЬТЕРМАН



Андрей ШАПОШНИКОВ

«В нынешних финансовых условиях большинство компаний вынуждены сокращать расходы на ИТ, но при этом им важно, чтобы производительность основных бизнес-приложений оставалась на должном уровне. В такой ситуации обращение к профессионалам, способным грамотно реализовать проект по оптимизации ИТ-инфраструктуры, позволит получить существенную экономию», – поддерживает коллегу А. Шапошников.

Внешнему консультанту проще решать и задачи организационного обеспечения бизнеса. Ориентируясь на мировые практики и на собственный опыт, он может дать рекомендации не только по реорганизации ИТ-процессов, но и предложить, например, переобучение, перераспределение функций персонала в рамках будущей оптимизации бизнес-процессов и т.д.

Возрастет ли спрос на ИТ-консалтинг в период финансовой нестабильности? Однозначного ответа специалисты рынка не дают. С уверенностью можно сказать только то, что кризис сместит акценты бизнеса от вопросов стремительного развития ИТ-инфраструктуры к оптимизации использования построенных решений и повышения эффективности их функционирования. В этих условиях консультанты должны быть готовы динамично адаптироваться к новым требованиям заказчиков и предлагать инструменты для планирования, прогнозирования и оптимизации. Компании с более гибким подходом и высоким качеством предоставления услуг смогут не только остаться на плаву, но и увеличить свою долю на рынке. ИКС

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ «ИКС»

Цена риска

Российский рынок системной интеграции замер — но не в предвкушении сумасшедшего роста доходов, а в ожидании. Компании даже запущенные проекты завершать не торопятся. Норма прибыли падает, норма убытков взлетает китайской петардой. Приходится маневрировать между возможным и жизненно необходимым.

О судьбах системной интеграции в эпоху всеобщего системного кризиса:

Виктор АВДЕЙ, исполнительный директор, «Интелайн Про Консалт»

Борис БОБРОВНИКОВ, генеральный директор, КРОК

Кирилл ВРОНСКИЙ, директор по стратегическому развитию, Telecom Design

Дмитрий ЕРШОВ, заместитель директора, учебный центр «Информзащита»

Сергей КАРПУНИЧЕВ, генеральный директор, Columbus IT Russia

Игорь КИМЯЕВ, технический директор, «Интелайн Про Консалт»

Валерий КРАМАР, технический директор, «Телесофт-РС»

Сергей СТАСЕВИЧ, директор по развитию бизнеса, направление «Телеком», Teradata

Юлия ХИТЬКОВА, руководитель отдела маркетинга решений, «Энвижн Груп»

ПОЛНЫЙ ТЕКСТ
 Дискуссионного клуба см. на
www.iksmedia.ru



«ИКС»: Каковы наиболее востребованные услуги системной интеграции?

Ю. ХИТЬКОВА: Это стратегические сервисы, касающиеся создания системы управления компанией в целом (не путать с ERP – это частный случай). Для крупных корпораций важной задачей становится централизованное управление всеми активами, а также технологический контроль, мониторинг и управление.

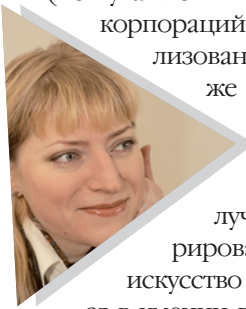
Правда, из-за ограниченности бюджетов идеальная ИТ-картина получается не всегда. Приходится маневрировать между желаемым и возможным, и искусство системного интегратора заключается в умении подвести заказчика к разумному компромиссу. Для этого надо обладать большим набором компетенций по многим областям ИТ, что может себе позволить только крупная ИТ-компания. Из более 500 работающих на рынке компаний таких – два-три десятка.

В. АВДЕЙ: Успешно продвигается бизнес по управлению проектами, особенно если он связан с интеграцией различных областей – строительство, ИТ-

оборудование, энергетика, кондиционирование, сети, вентиляция, системы безопасности и др.

В. КРАМАР: Как правило, клиент начинает с небольшой услуги, чтобы оценить деловые качества консультанта. Если покажешь себя с лучшей стороны, можно рассчитывать и на заказ целого комплекса сервисов.

К. ВРОНСКИЙ: Новая тенденция на рынке, вызванная кризисом, – интерес к стратегическому аутсорсингу. Он характерен для мультирегиональных корпораций, когда аутсорсеру передается на обслуживание существенная часть ИТ-инфраструктуры и связанных с ИТ процессов и систем. Чтобы заказчики могли сохранить юридический и управленческий контроль над передаваемыми на аутсорсинг активами, создается совместное предприятие. Причем договор предусматривает, что заказчик всегда может выкупить компанию.

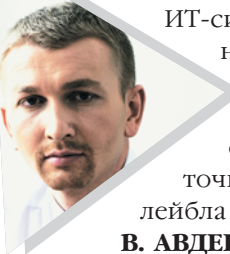


«ИКС»: ИТ-консалтинг — атрибут роскоши или необходимый элемент бизнеса?

С. КАРПУНИЧЕВ: Без профессиональных ИТ-систем профессионально делать бизнес невозможно. ИТ-консалтинг помогает выбрать решения, которые отвечают реальным потребностям бизнеса, а не являются избыточной красотостью, внедренной ради лейбла или по капризу руководства.

В. АВДЕЙ: Для малых предприятий, чей профиль далек от ИТ, это спасение, ведь держать в штате ИТ-специалистов по сегодняшним меркам – роскошь.

В. КРАМАР: ИТ-консалтинг – не роскошь, а жизненная необходимость. Добросовестный консультант поможет решить проблему, с которой клиент до сих пор не сталкивался, предложит оптимальное решение, обеспечит, если необходимо, сопровождение нового сервиса, обучение персонала. Все это разные стороны одного процесса – повышения качественных показателей работы ИС клиента.



**«ИКС»: Как отразилось на вашей компании смещение бизнеса в регионы?**

В. АВДЕЙ: Положительно. Сложно, далековато, зато есть где приложить свои знания и квалификацию. Доля региональных заказов у нас превышает 60%.

С. СТАСЕВИЧ: Смещение бизнеса в регионы, где конкуренция выше, чем в Москве, заставило нас скорректировать стратегию в России. В первую очередь мы развиваем партнерские отношения с интеграторами, имеющими представительства в регионах, а в Москве по-прежнему будем выполнять проекты своими силами.

В. КРАМАР: У региональных заказчиков масштабы бизнеса меньше, а следовательно, и порядок цен другой. Там ниже требования к «показателям применения» (производительности, времени реакции и т.п.), графический интерфейс может быть не столь изыскан. Главное – чтобы основной функционал работал как часы.

И. КИМЯЕВ: Состав и наполнение услуг системных интеграторов для региональных клиентов зависят от самого региона. В регионах с развитой структурой промышленно-хозяйственной деятельности небольшие интеграторы предлагают СКС, телефонию, сетевые технологии, хостинг и пр., а филиалы столичных фирм – ERP, CRM, ЦОД и т.п.

Там, где промышленность представлена одним-двумя монопромышленными субъектами, рынок локальных поставщиков ИТ-услуг либо отсутствует, либо находится в зачаточном состоянии, а информационная поддержка возложена на ИТ-подразделения самих предприятий. При крайней необходимости (развертывание ERP, CRM, ЦОДа) компания покупает у внешних организаций услугу как товар «под ключ» – без разбиения на консалтинг, проектирование, поставку, монтаж и т.д.

**«ИКС»: Что заставляет вашу компанию заниматься образовательной деятельностью?**

Д. ЕРШОВ: Сначала учебный центр «Информзащита» готовил специалистов к работе с продуктами, поставляемыми нашей компанией. По мере развития рынка информационной безопасности центр стал обучать новым технологиям защиты информации сотрудников предприятия в рамках внутрикор-

поративного обучения. С расширением спектра учебных курсов образовательная деятельность была выделена в отдельный вид бизнеса, вышла на самоокупаемость, стала приносить доход.

**«ИКС»: Что принес кризис системным интеграторам?**

Б. БОБРОВНИКОВ: Это проверка на прочность: бизнеса, процессов, команды, продуктового портфеля, проектной работы, мобильности принятия решений. Это проверка на адаптивность – готовность работать по новым правилам. Кризис сбивает нор-

му прибыли – он задает норму убытков.

С. КАРПУНИЧЕВ: Сегодня заказчики заняли выжидательную позицию – даже в отношении уже запущенных проектов, так как не уверены, что смогут успешно их завершить. На это накладывается и негативный фон цепочки неплатежей, подорвавшей финансовые планы многих компаний.

**«ИКС»: А в чем плюсы кризиса? И можно ли минусы преобразовать в плюсы?**

Б. БОБРОВНИКОВ: Кризис выявляет скрытые несовершенства и позволяет оптимизировать бизнес-процессы, а кроме того, он сплачивает команду.

В. АВДЕЙ: С рынка уходят монстры и необоснованно раздутые ИТ-компании. Появляются узкоспециализированные, которые создадут новые организационные структуры – более мобильные, менее уязвимые и более продвинутые.

С. КАРПУНИЧЕВ: Плюсы – это выход на новые рынки сбыта: региональные, продуктовые,

отраслевые. Это возможность сделать наконец то, до чего руки раньше не доходили: свернуть неприбыльные направления, сократить неэффективных сотрудников, ужесточить контроль за управлением средствами и планированием расходов.

С. СТАСЕВИЧ: В кризис большое значение приобретает качество клиентской базы. Как известно, 20% наиболее прибыльных клиентов приносят 80% прибыли, поэтому важно определить, кто является прибыльным клиентом, чтобы приложить все усилия для его удержания, а от кого можно отказаться. ИКС