



**Ведущая темы
Лилия ПАВЛОВА**

Уходящий год стал переломным для российского рынка унифицированных коммуникаций (Unified Communications – UC). Появились первые комплексные проекты UC, расходы на них закладываются в бюджеты компаний следующего года. Сама жизнь заставляет переводить большое количество каналов деловых коммуникаций в новое качество их использования. Как заметил в начале этого года самый богатый человек планеты, для успешности бизнеса в нынешнем десятилетии, основной характеристикой которого он назвал высокую скорость изменений под воздействием ИТ, любой компании необходимо «все внутренние процессы сделать электронными и интегрировать друг с другом». По сути, речь идет о UC.

Пул основных игроков сформировался – это гиганты двух индустрий, телекоммуникационной и софтверной. Каждый стремится максимально использовать свои сильные стороны, а слабые усилить альянсами, в которые непременно входят производители систем видеоконференцсвязи. Аналитики прогнозируют высокий темп роста рынка UC в ближайшие годы – с \$8,5 млрд в 2011 г. до \$39,7 – 30 – 24,5 млрд к 2013 – 2014 – 2015 гг. Разброс цифр свидетельствует о том, что четкой шкалы «что есть UC» не существует, однако их порядок говорит сам за себя.

Что касается российского рынка UC, то посчитать его объем пока никто не берется, хотя частично технологии унифицированных коммуникаций большинство крупных компаний России уже используют. Эксперты «ИКС» подводят итоги реализованных проектов, анализируют характер спроса и предложения, предлагают варианты оценки эффективности внедрения этих решений. А также формулируют рекомендации компаниям, которые намерены участвовать в высокоскоростной гонке на трассе UC. Которых не устраивает альтернатива оказаться на обочине.



ИС. Средство передвижения бизнеса

38 Challenge-фактор

Дискуссионный клуб

Модель

45

Концептуальный поворот

Игроки

47

Игра на опережение

48

ИС становится облачной услугой





ФОКУС



Другого пути нет?



Формирование рынка унифицированных коммуникаций стало ответом крупнейших разработчиков ПО и телеком-вендоров на стремительный рост числа различных, но разрозненных способов заочного делового общения. Который, заметим, был «организован» теми же вендорами.

Офисная и IP-телефония, электронная почта, аудио-, видео- и веб-конференции, голосовая почта, системы обмена мгновенными сообщениями и т.д. и т.п. – в какой-то момент оказалось, что все эти блага рабочей жизни имеют оборотную сторону. Gartner, например, подсчитала, что на переключение между этими каналами (скажем, если человеку нужно позвонить автору письма, полученного по e-mail) каждый сотрудник еженедельно тратит 37 минут. Как сократить эти потери времени, как унифицировать (объединить, интегрировать) многочисленные каналы общения? Из этой простой вроде бы задачки к середине 2000-х выросла концепция унифицированных коммуникаций, а с ней – новый сегмент рынка. Он «весит» уже с десяток миллиардов долларов, но его название каждый игрок пишет по-своему. Если стараться сохранить нейтралитет, то можно воспользоваться определением Gartner. Согласно ему средства унифицированных коммуникаций призваны поддерживать взаимодействие отдельных людей, групп и компаний с применением различных коммуникационных каналов, управляемых из единого центра таким образом, что пользователь может оперативно выбрать тот вариант общения, который доступен в данный момент и наилучшим образом обеспечивает решение конкретной задачи. И все же, поскольку «базовую» терминологию UC устоявшейся не назовешь (коммуникации называют еще «объединенными», «универсальными», «интегрированными», «оптимальными»), мы предложили экспертам «ИКС» дать свое определение

Толковый словарь ИКС

Унифицированные коммуникации – это...

• возможность использования всех коммуникационных систем через единый интерфейс

• средство, позволяющее эффективно, удобно и быстро взаимодействовать, находясь в любом месте, имея в своем распоряжении любое техническое устройство

• реальный способ повысить эффективность работы пользователей, сократить непроизводительные простоти

• комфортность выбора оптимального способа связи из единого интерфейса

• набор коммуникационных приложений, использующих различные медиаканалы и работающих как единое целое

• удобство и для сотрудников, и для клиентов

• быстрый доступ к связанным данным – получение необходимой информации в минимальные сроки и максимально компетентно

• стратегия построения единой универсальной среды общения и взаимодействия, инструмент обеспечения бизнес-процессов

• индивидуальная рабочая среда, объединяющая все возможные методы и средства коммуникаций и формирующая пространство для оптимизации совместной работы

• неминуемое будущее
• всего лишь маркетинговый термин, описывающий современную коммуникационную архитектуру, способствующую эффективной работе предприятия или организации

• уже не роскошь, а средство передвижения бизнеса. Если вы не хотите отстать от конкурентов, вы придетете к этому. Другого пути нет.

Источник: опрос «ИКС»



на конкурсной основе. Победитель получил право дать заголовок этому обзору.

Плюс-минус несколько миллиардов

Аналитики считают рынок UC по-разному. Например, Forrester Research делит его на два уровня – базовый (IP-телефония + электронная почта + мгновенные сообщения) и расширенный (то же + ВКС, системы телеприсутствия + мобильность). По оценкам этой компании, в 2011 г. объем мирового базового рынка UC составит \$3,5 млрд, расширенного – более \$5 млрд (т.е. всего \$8,5 млрд); к 2015 г. прогнозируется рост соответственно до \$10 и \$14,5 млрд – в целом \$24,5 млрд.

Эксперты Wainhouse Research ожидают, что к 2014 г. рынок унифицированных коммуникаций вырастет до \$30 млрд. Другая компания, In-Stat, прогнозирует, что уже к 2013 г. его мировой оборот достигнет \$39,7 млрд. По мнению же IDC, только в регионе EMEA объем рынка UC в 2010 г. составил \$5,7 млрд, а к 2015 г. вырастет до \$16,6 млрд.

Каким образом в структуре этого рынка распределяются доли услуг и программно-аппаратных решений – аналитики не говорят, однако IDC прогнозирует, что SaaS-решения в области унифицированных коммуникаций будут на подъеме и к 2015 г. станут преобладающими, особенно в сегменте решений для среднего и малого бизнеса, поскольку самостоятельное управление такими сервисами обходится предприятиям намного дороже аутсорсинга. Gartner в своем последнем отчете, вышедшем в августе нынешнего года, в качестве важных тенденций на рынке UC также выделяет растущий интерес к облачным моделям.

Что касается российского рынка UC, то посчитать его объем пока никто не берется, хотя очевидно, что в России с ее многочисленными территориально распределенными компаниями потребность в унифицированных коммуникациях не меньше, чем во всем мире. Об этом свидетельствуют и вендоровское представительное собрание на российской территории, и экспертное сообщество «ИКС» (учитывая, что в России действует двухуровневая система продаж продукции зарубежных вендоров, наиболее широким взглядом на рынок обладают их партнеры – системные интеграторы, представители которых предоставили свою экспертизу).

Квадрантура круга

В круг поставщиков решений для UC во всем мире входят несколько десятков вендоров, но в группе лидеров «магического квадранта» Gartner – не более шести компаний. В течение последних пяти лет Gartner регулярно публикует отчеты по рынку UC, разделяя его на шесть продуктовых сфер: Voice & Telephony – голосовая и телефонная связь, PBX- и IP-PBX-сервисы (в это направление входит и видеотелефония); Conferencing – голосовые, видео- и веб-конференции, используемые по отдельности или совместно; Messaging – системы обмена сообщениями, включающие электронную и голосовую почту, унифицированную обработку сообщений различных форматов; Presence & IM – системы

обнаружения присутствия и службы мгновенных сообщений; Clients – поддержка клиентского интерфейса; Communication Applications – приложения для совместной работы, решения для контакт-центров и приложения уведомлений. Кроме того, при выборе решения как один из ключевых критериев учитывается возможность интеграции продуктов разных вендоров (communication-enabled business processes).

В группе лидеров «магического квадранта» с 2007 г. неизменно присутствует Microsoft, с 2008 г. – Cisco, с 2009 г. – Avaya, в 2007 г. и 2008 г. членом этой группы была Nortel (с 2009 г. UC-бизнес компании перешел к Avaya). Alcatel-Lucent упустила лидерство только в 2010 г., но в 2011 г. восстановилась, в 2008 и 2009 гг. в лидерах держалась также корпорация IBM (в последние два года – не значится); Siemens Enterprise Communications вошла в группу в 2008 г., оставалась там в 2009 г., была

Цена вопроса

в каждом конкретном случае складывается из многих входящих: существующей на предприятии ИТ-инфраструктуры, типа УАТС, используемых каналов связи, числа фиксированных и мобильных абонентов, требуемых функций с учетом их масштабируемости. Диапазон цен – от нескольких до сотен тысяч долларов. Стоимость UC-решений часто рассчитывается исходя из средней стоимости одного IP-порта, однако для одного и того же продукта в зависимости от набора требуемых функций цена за порт может отличаться в несколько раз – например, от \$80 до \$400, не считая стоимости абонентского устройства.

исключена в 2010 г. и вернулась в 2011 г. Таким образом, сегодня «большая пятерка» лидеров играет в следующем составе: Microsoft, Cisco, Avaya, Alcatel-Lucent, Siemens Enterprise Communications.

Круговорот альянсов

«Альянсное движение» вендоров сопутствует UC-рынку с его младых ногтей. Даже неологизм такой прижился – «кооперация», – отражающий процессы кооперации поневоле, когда конкурирующие компании объединяют свои усилия, чтобы предложить рынку пакетные решения с возможностью интеграции продуктов участников альянсов. В 2010 г. был организован Unified Communications Interoperability Forum (UCIF) для создания и тестирования профилей взаимодействия решений, внедрения методик и лучших практик обеспечения совместимости продуктов разных производителей. В UCIF состоят около 20 компаний, в числе которых AudioCodes, Broadcom, HP, Juniper Networks, Logitech, Microsoft, Polycom, Siemens Enterprise Communications и др.

В 2010 г., когда Cisco решила проблемы соперничества с Tandberg в сфере систем видеоконференций связи и TelePresence радикальным способом поглоще-



ния, Microsoft заключила долгосрочное соглашение с Polycom, стремясь составить в области ВКС конкуренцию новообразованному тандему. В свою очередь компания Polycom, позиционирующая себя в качестве производителя UC-решений, реализовала идею их интеграции с продуктами других вендоров – Microsoft Lync и IBM Sametime. Помимо UC-решений корпоративного уровня Polycom развивает направление для операторов связи и провайдеров услуг, с помощью которых те могут предоставлять UC-сервисы своим клиентам на базе облачных технологий. Компания выступила главным инициатором создания консорциума Open Visual Communication Consortium (OVCC). Сейчас этот открытый глобальный альянс в сфере видеокоммуникаций объединяет 14 международных поставщиков услуг связи. Polycom заявила, что на базе ее UC-платформы партнеры по альянсу OVCC смогут самостоятельно разрабатывать и предоставлять новые услуги связи.

Создание альянсов эксперты «ИКС» оценивают как явление, с одной стороны, позитивное, поскольку они хорошо решают интеграционные задачи для своего круга участников. С другой стороны, как отмечает Алексей Сомов (Softline), это затрудняет, а порой делает невозможной интеграцию альтернативных решений, которые уже есть у заказчика. Помимо этого, альянсы ограничивают его выбор. Вячеслав Седых («Техносерв») видит в вендорских альянсах больше плюсов, чем минусов: не всегда один производитель может на одинаково высоком уровне развивать два крупных направления, альянсы же позволяют сделать действительно качественный, сбалансированный продукт. Главное, чтобы нарастающая гонка технологий не привела к выпуску недостаточно проработанных продуктов, предостерегает Сергей Данилов («Инфосистемы Джет»), ведь производители иногда просто не могут себе позволить длительное время отлаживать продукт, а вынуждены сразу выводить его на рынок, иначе свободную нишу тут же захватят конкуренты. Кроме того, по его мнению, есть риск, что крупные альянсы могут просто «задавить» интересные начинания небольших игроков, целиком по-

UC-востребованность

Как показал опрос 62 представителей госструктур, образовательных учреждений, руководителей предприятий, СИО и сотрудников ИТ-отделов компаний различных сфер деятельности, проведенный российским разработчиком и производителем систем видеоконференцсвязи TrueConf, более трети (33,6%) организаций ощущают потребность в интеграции видеосвязи с корпоративной АТС. 41,6% респондентов отметили необходимость организации видеосвязи через интернет-браузер; 25,6% заинтересованы в создании корпоративной системы ВКС в облаках; 17,6% – указали на потребность в ПО видеосвязи с поддержкой ОС Linux, 9,6% – с поддержкой ОС Mac OS X. Опираясь на результаты этого опроса, TrueConf начала освоение новых для себя рыночных сегментов – унифицированных коммуникаций, облачных сервисов ВКС и интеграции с мобильными устройствами. За счет этого компания планирует увеличить оборот в 2011 г. на 200%.

делив между собой сферу деятельности. Вместе с тем, как считает Юлия Майорова (Orange Business Services), важно обеспечить потребителю единую точку входа, которая позволит ему получить решение «под ключ» и не превратить свой бизнес в площадку для тестирования совместимости продуктов разных поставщиков.

Сегодня без создания вендорских альянсов решения, как признает Ольга Снопова (TopS BI), перестают быть конкурентоспособными. Однако бизнес и необходимость получения прибыли диктуют свои правила – и некоторая открытость вендоров по отношению друг к другу, возможность интеграции систем разных производителей нередко приводят к дополнительным затратам со стороны заказчика на интеграционные модули и перенастройку имеющихся систем. «Кроме того, – замечает она, – не исключено, что, интегрировав системы

«Большая пятерка»-2011

Alcatel-Lucent. В нынешнем году компания сообщила о выходе новой коммуникационной платформы OpenTouch, которая базируется на открытых стандартах и представляет собой комплекс решений и продуктов для организации коммуникаций в масштабах предприятия. Платформа OpenTouch позволяет развертывать многопользовательские мультимедийные системы, поддерживающие различные терминальные устройства и приложения для совместной работы. В комплекс продуктов OpenTouch входят решения для обмена сообщениями и передачи голоса и видео через

смартфоны, планшеты и настольные компьютеры, которые обеспечивают пользователям возможность работы в единой среде с помощью различных устройств.

Avaya. Основа решения для UC – пакет Avaya Aura, который включает компоненты Communication Manager, Application Enablement Services, System Manager, Session Manager и Presence Services. Кроме того, в арсенале Avaya есть отдельные продукты Modular Messaging и Meeting Exchange и портфель решений для контакт-центров. Приобретение в декабре 2009 г. бизнеса Nortel Enterprise Solutions по-

зволило заметно расширить портфолио решений, в котором выделяется SIP-платформа Nortel Agile Communication Environment. В этом году компания усилила пакет Aura, добавив в него пользовательский интерфейс Flare с возможностями индивидуальной настройки.

Cisco. Особое внимание компания уделяет двум критически важным направлениям – голосовой связи и телеконференциям. В этом году Cisco расширила интегрированные возможности своего пакета UC версии 8.x, а также объединила свои видеорешения с продуктами приобретенной в 2010 г. Tandberg. Для интеграции с продукта-



УС разных производителей, вы потеряете в функционале по сравнению с моновендорным решением». С другой стороны, подчеркивает Константин Грибах (Cisco), теперь заказчики чаще предпочитают получать не просто оборудование, а законченное системное решение для поддержки своего бизнеса, что выводит задачу на совершенно новый уровень: от вендора требуется предложить не просто собственные хорошие продукты, но и схему их взаимодействия с продуктами других производителей в рамках определенного бизнес-решения.

Экспертиза спроса

Казалось бы, оценки и прогнозы рынка оптимистичные; вендоры наперегонки предлагают новые, все более удобные UC-решения – а сказать, что они идут нарасхват, будет явным преувеличением. Та же Gartner признает, что хотя интерес к UC со стороны предприятий растет, но им трудно начать внедрение продуктов унифицированных коммуникаций. Эксперты объясняют это так: поскольку сегмент UC формировался из двух ранее практически не пересекавшихся областей – коммуникационно-сетевой и программной, компании просто не могут понять, как вступить на этот путь. Кроме того, большинство из них уже вложили немалые средства в свою коммуникационную инфраструктуру, и революционные нововведения их не привлекают (к тому же нередко предлагаемые продукты сложны для развертывания и могут потребовать организационных изменений). Наконец, требования бизнеса часто основаны либо на принципах быстрого возврата инвестиций, чего в данном случае ожидать трудно, либо на обосновании стратегических инвестиций, для чего нужны четко сформулированные критерии эффективности затрат. А это тоже непросто. В помощь таким предприятиям Gartner еще в 2009 г. выпустила исследование «Разработка дорожной карты для корпоративных унифицированных коммуникаций» с обзором имеющихся на рынке решений и продуктов, а также планами работы в этой области основных поставщиков на ближайшие пять лет. Однако отчет-2011 сопровождается теми же комментариями, что и два года назад.

Между тем экспертная оценка участников российского рынка UC хоть и не балует цифрами, но дает вполне ясное представление о точках пересечения спроса и предложения унифицированных коммуникаций. По отраслевому признаку тяготение к UC-решениям отмечается в первую очередь среди самих ИТ-компаний – наиболее продвинутых в плане коммуникаций и к тому же предлагающих эти решения либо как услугу, либо как платформу.

К UC-лояльным отраслям можно отнести также телеком, финансы и страхование, нефтегаз, энергетику, международные перевозки, медиабизнес, ритейл и госсектор (в части ВКС). В целом же эксперты отмечают, что тяготение компаний к унифицированным коммуникациям обусловлено не отраслевой принадлежностью, а рядом других характеристик, на основе которых можно составить

Коллективный портрет заказчика UC-решений в России:

- ❖ численность сотрудников – свыше 500;
- ❖ наличие территориально распределенной филиальной сети;
- ❖ большой процент мобильных сотрудников;
- ❖ большое количество удаленных сотрудников (возможно, не имеющих своих рабочих мест в офисе);
- ❖ сотрудники работают в разных часовых поясах и не имеют возможности ежедневно общаться лично;
- ❖ работа на высококонкурентном рынке.

В определении элементов UC – лидеров по востребованности предприятиями эксперты разделились. Одни ставят во главу рейтинга IP-телефонию (в том числе контакт-центры) и электронную почту, которые стали популярны еще до появления понятия объединенных коммуникаций, другие – инструменты обеспечения мобильности пользователей и видеосервисы, позволяющие проводить многоточечные видеоконференции. Далее следуют расширенные решения, включающие и мгновенные сообщения, и статус присутствия, и интеграцию

ми других фирм, в первую очередь с Microsoft OCS, компания выпустила ПО Cisco UC Integration for Microsoft Office Communicator (CUCIMOC).

Microsoft. Основные UC-решения компании – Exchange Server, Office Communications Server (OCS) и Active Directory. В продвижении UC-платформы корпорация опирается на свои позиции в других сферах ИТ-рынка, в том числе таких, как клиентские ОС, электронная почта и поддержка групповой работы, а также на глобальную партнерскую сеть и стратегические соглашения о сотрудничестве с вендорами из различных

специализированных областей. В этом году корпорация усилила направление телефонии, выпустив Lync – новую версию продукта OCS. Кроме того, компания фактически реализовала на практике UC как сервис (UCaaS) в своем Office 365, который включает Lync-Online.

Siemens Enterprise Communications

Основа UC-решений – пакет OpenScape: OpenScape Office, OpenScape Video, OpenScape UC Server 2010, OpenScape Fusion. В этом году пакет дополнен решением OpenScape UC Application, которое может быть интегрировано в различные ИТ-среды и с

различными бизнес-приложениями, а также программным продуктом для организации видеоконференций OpenScape Desktop Videoconferencing. Последний является частью обновленного решения OpenScape UC Suite – мультимедийной платформы корпоративного класса на базе SIP-протокола нового поколения. Обновление также затрагивает продукт OpenScape Voice в части поддержки протокола IPv6 и протокола безопасности SDSE. Благодаря использованию стандартного SIP-протокола система совместима с пользовательскими терминалами LifeSize, Polycom и Tandberg.



с телефонией, и видеотелефонией, пересылку файлов, проведение удаленных совещаний, совместную работу и unified messaging. Такие решения ориентированы на крупный бизнес, так как компании SMB просто не имеют ресурсов для реализации подобных проектов, да и бизнес-преимущества от их внедрения для SMB неочевидны. Поэтому SMB в целях экономии рабочего времени сотрудников и оптимизации бизнес-процессов чаще всего используют IP-телефонию, чтобы оптимизировать работу на самых важных участках – в отделах продаж и службах по работе с клиентами. При этом SMB интересуют уже не просто отдельные сервисы, а целостные решения – скажем, виртуальные АТС, которые полностью охватывают все структурные подразделения территориально распределенных организаций, включая мобильных и удаленных сотрудников в общее рабочее поле. В перспективе для SMB будут наиболее удобны облачные сервисы UC, которые начинают в России появляться.

Что касается определения эффективности UC-решений, то помимо изначально поставленной цели сокращения времени сотрудника на организацию того или иного вида коммуникаций эксперты отмечают: снижение совокупной стоимости владения коммуникационной инфраструктурой оптимизацию бизнес-процессов, сокращение времени на поиск необходимой информации и принятие решений, уменьшение затрат на командировки и тренинги, повышение уровня обслуживания клиентов.

По наблюдению К. Грибаха, внедрение UC на большинстве предприятий начинается с замены старой традиционной офисной телефонии на современное IP-решение.

В таком случае предприятие сразу получает понятные экономические преимущества, методика подсчета которых уже хорошо отработана и ясна (сокращение расходов на поддержку и сопровождение решения, на телефонный трафик и каналы связи). Вторая категория заказчиков – это предприятия, устанавливающие конкретные приложения, которые традиционно принято также относить к UC. Как правило, это приложения для автоматизации контакт-центров и системы телеприсутствия. Мотивация внедрения подобных решений тоже вполне понятна, а выгоды хорошо просчитываются в рамках отдела, для которого оно делается. Третья, наиболее прогрессивная, категория – это предприятия, выбирающие инструментарий для повышения эффективности сотрудничества. Однако, признает К. Грибах, сегодня нет единой системы расчета ожидаемого экономического результата от внедрения подобных решений – в каждом случае необходимо учитывать множество факторов повышения эффективности сотрудничества, что всегда требует много труда и времени.



Сапожники в сапогах

- Huawei предлагает под брендом e-Space платформу для UC-услуг, которая в то же время служит компании для организации взаимодействия ее многочисленных офисов по всему миру.
- В KPOK один из основных элементов UC, IP-телефония, исторически строилась на базе продуктов Cisco, остальные компоненты реализованы на платформе Microsoft. ВКС – от Polycom.
- Softline использует все элементы UC от Microsoft. Звонки осуществляются с помощью Lync, который показывает статус присутствия и занятости абонента. Совещания с региональными представительствами также планируются и проводятся через Lync с демонстрацией необходимых материалов.
- В ZyXEL внедрена собственная разработка – универсальная коммуникационная система X8004, которая объединяет в себе контакт-центр, сеть VoIP на базе протокола SIP, SMS-службы, средства поиска и переадресации.

Сейчас осваивается функция распознавания голоса. Она позволит перейти на новый уровень UC для внутриофисной работы и добиться большего удобства для клиентов контакт-центра.

- В Avaya «играют» в бизнес-коммуникации посредством общения аватаров в виртуальной 3D-среде – на основе корпоративной платформы для рабочих групп собственного производства web.alive – и утверждают, что такая форма дистанционного группового общения стимулирует участие в обсуждении [см. с. 11](#).
- Alcatel-Lucent широко применяет средства для совместной работы и организации аудио- и видеоконференций и проведения вебинаров (обучающих семинаров через веб), а также тесную интеграцию с различными платформами современных смартфонов, что позволяет сотрудникам не только всегда оставаться на связи, но и активно участвовать в бизнес-процессах компании.

■ Cisco использует все технологии совместной работы, которые разрабатывает. Это полный спектр UC-решений, вплоть до TelePresence.

- Мобильные сотрудники Siemens Enterprise Communications вооружены сервисом единого номера (ONS). Кроме того, в компании популярны сервисы мгновенного обмена сообщениями, soft-телефон, функции определения статуса присутствия и доступности, а также модуль интеграции с MS Outlook, ускоряющий работу с контактами.
- В холдинге IBS применяют различные элементы UC. ВКС – один из основных инструментов, позволяющих снизить затраты при внедрении проектов и каждодневном общении внутри рабочих групп.
- Digital Design с разной степенью интенсивности действует все элементы UC. Активно – телефонию, обмен сообщениями, конференц-связь. В планах на ближайшее будущее – полный отказ от аппаратной телефонии.



UC: дюжины рекомендаций по внедрению



Общий подход состоит из четырех этапов. Начать стоит с обследования, по результатам которого делается вывод об ожидаемых удобствах для пользователей, экономической целесообразности внедрения, желаемом потенциале развития и гибкости системы, а также о том, какие технологии лучше применять и будут ли использованы открытые стандарты. Затем осуществляется проектирование и, наконец, реализация проекта.



В территориально распределенных компаниях лучше **начинать с центральных объектов**, а затем переходить в регионы.



Важно правильно определить **возможность интеграции** решения UC с существующей инфраструктурой компании. Система UC должна **органично встраиваться в имеющуюся в компании инфраструктуру**, задействовать существующие элементы; новые элементы UC должны расширять функционал систем, а не дублировать его.



Для крупного бизнеса при необходимости следует провести **перестройку бизнес-процессов**, чтобы эффективно интегрировать в них корпоративные коммуникации. Иначе проект может оказаться либо красивой игрушкой для руководства, либо «долгостроем» с непонятными результатами.



Для крупного бизнеса **планирование стратегии развития коммуникационных сервисов** на ближайшие несколько лет поможет нарастить конкурентные преимущества, сэкономив в дальнейшем массу времени и средств. На этом этапе незаменим квалифицированный интегратор с большим опытом работы в сфере UC, подтвержденным высокими партнерскими статусами ведущих вендоров и богатым списком выполненных проектов. Хороший показатель компетенции интегратора – предварительная демонстрация решения на стенде, pilotный проект с последующим постепенным внедрением в промышленную среду.



На этапе проектирования надо точно определить, **что именно заказчик хочет видеть реализованным под именем UC**, ведь это понятие такого же уровня, как и ServiceDesk или ITIL. Далее идут технические вопросы, найти решение которым гораздо проще.



С точки зрения технической реализации необходимо обеспечить: **согласование требуемой пропускной способности каналов связи** и кабельной инфраструктуры; **внедрение телефонии** (например, решения, когда используется IP или SIP-телефония) с соответствующим качеством обслуживания.



При развертывании систем ВКС необходимо соответствующим образом **определить приоритет трафика**, особенно для важных бизнес-процессов (например, совещаний, планерок и т.д.).



Не стоит внедрять все сервисы сразу, **эффективней добавлять функциональность постепенно**. Как правило, вначале внедряются такие сервисы, как мгновенные сообщения и статус присутствия, следом – аудио-, видеоконференцсвязь, а уже потом – телефония.



Для B2B целесообразно после миграции речевых услуг **внедрять телеконференцию с использованием виртуальной «белой доски»**. Для крупных ритейловых бизнесов (B2C) более удачным решением станет развертывание IP-контакт-центра.



Для SMB с их ограниченными ресурсами и зачастую плохо определенными бизнес-процессами путь к UC **лежит через облачные сервисы**. Их использование даст предприятиям SMB возможность платить только за действительно используемые сервисы и тем резко снизить инвестиционные риски и избавиться от массы неподъемных для малого бизнеса проблем, возникающих при реализации подобных проектов.



Не секрет, что многие сотрудники скептически относятся ко всему новому, особенно когда дело касается повседневных процессов. Фактически при внедрении **нужно разрушить некоторые стереотипы взаимодействия с компьютером** и аккуратно построить новые: вместо телефонной трубки дать мышку, вместо привычных способов поиска человека привить культуру календарного планирования и научить пользоваться статусом присутствия, раскрыть весь потенциал возможностей UC и разработать сценарии работы для ключевых ролей в информационном взаимодействии. Только такая связка технологии и методологии обеспечит максимальный экономический эффект, который в большинстве случаев уже через полгода позволит окупить затраты на внедрение.

Источник: заочная рабочая группа экспертов «ИКС»

UC переходят в наступление



Сергей ПРОКОПЕНКО

Enterprise Communications намного вправо и вверх. Что, по-вашему, так впечатлило аналитиков?

– В последние два года мы произвели ряд действительно революционных обновлений в линейке продуктов, которые относятся к технологии UC. Во-первых, сам термин расширили и теперь используем формулировку UCC: унифицированные коммуникации и совместная работа (collaboration). Конечно, и сами по себе унифицированные коммуникации полезны, повышают производительность труда сотрудников. Но делая упор на инструменты коллективной работы, предприятия могут получать измеряемую отдачу от внедрения этих решений. Сотрудник видит на своем терминале статус присутствия коллег и может быстро запускать сессии совместного обсуждения документов с внесением в них правок, с подключением видеосвязи. Нам удалось это показать на реальных проектах у заказчиков, и, видимо, это было адекватно воспринято аналитиками.

Также мы разработали ряд других новых продуктов, например решения для организации ВКС: мы предложили свой программный MCU-сервер, который позволяет организовывать видеоконференции на наших платформах. Это полностью программное решение, поэтому оно отличается низкой стоимостью, гибкостью функций, высокой масштабируемостью. Выпущен также продукт OpenScape Desktop Video conferencing для эффективного использования сотрудниками сеансов видеосвязи и конференций на своих рабочих местах. А система обмена сообщениями интегрируется в почтовую систему, и пользователь может видеть в своем окне не только электронную почту, как обычно, а все полученные сообщения (SMS, факс, голосовые сообщения). К слову, в нашей компании сотрудники коммерческого отдела отметили это приложение как наиболее часто используемое и полезное.

– И все же: в чем революционность, ведь videotехнологии и совместная работа над документами уже широко используются в UC?

– Любые групповые коммуникации, будь то селекторные совещания или коллективные видео-

Сама жизнь диктует необходимость перехода на решения унифицированных коммуникаций, считает Сергей ПРОКОПЕНКО, ведущий менеджер по продукции компании Siemens Enterprise Communications.

– В этом году в своем «магическом квадранте» по решениям UC компания Gartner переместила Siemens

конференции, раньше требовали предварительной организации подготовленными техническими специалистами. Теперь же вся совокупность инструментов UC приближена к уровню рядовых пользователей, не имеющих специальной квалификации. Вот мы с вами могли бы не встречаться для интервью, а связаться посредством решений UC от Siemens Enterprise Communications. При этом вам даже не обязательно устанавливать у себя наше ПО. Вы бы просто получили на свой почтовый ящик приглашение со ссылкой, перейдя по которой открыли бы окно и увидели меня, документы, в которые могли бы вносить свои правки, задавать вопросы, беседовать. Такая возможность особенно ценна, если требуется временно привлечь квалифицированного специалиста, скажем, консультанта, находящегося в другом городе и не имеющего времени на переезды и т.п. Рынок очень позитивно это воспринял. За последние год-полтора только в России несколько десятков заказчиков решили внедрять эти инструменты коллективной работы. При этом в прошедшем году около 15% проектов были реализованы для клиентов, с которыми мы не работали раньше.

– Старым заказчикам придется покупать новые версии продуктов?

– Один из элементов политики компании – защита инвестиций заказчиков. Практически по всем продуктам мы предлагаем специальные программы, которые позволяют на выгодных условиях обновлять купленный некогда продукт. Это относится и к «железным» решениям, и к программным. В случае с UC в дополнение к этой стратегии защиты инвестиций мы предлагаем заказчикам, у которых уже развернуты наши UC-решения, по выходу их новых версий получить через специальный бета-портал тестовые лицензии и опробовать новые продукты на своей инфраструктуре, прежде чем оценивать целесообразность модернизации. Заказчикам, использующим беспроводные технологии на базе стандарта DECT, специальное решение в составе HiPath Cordless IP дает возможность переходить на UC с сохранением радиосегмента вместе со всеми привычными им радиотрубками. Кроме того, таким образом заказчики могут оптимизировать работу своих сотрудников. А мы, со своей стороны, выпустили новые модели телефонных аппаратов под разные рабочие места, трубки для мобильных решений.

Возвращаясь к вопросу о «магическом квадранте», хочу заметить, что здесь, возможно, сыграл роль подход к такому параметру, как ТСО. По оценкам аналитиков, наше решение OpenScape UC имеет самые низкие показатели полной совокупной стоимости владения на современном рынке унифицированных коммуникаций. Дополнительным аргументом в нашу пользу могут служить широкие возможности выбора вариантов развертывания решения: можно купить решение, установить его на своей сети при помощи, скажем, нашей сервисной службы или наших авторизованных партнеров либо своими силами – и дальше эксплуатировать самостоятельно; можно по модели хостинга инсталлировать его на объекте провайдера мультисервисных услуг – и получать необходимые сервисы от провайдера; можно по облачной модели получать сервисы по модели SaaS, оплачивая их в соответствии с объемом использования.

Облачное решение может быть интересно при проведении крупных мероприятий – саммитов, региональных встреч, – когда на неделю-две съезжаются сотни журналистов, и в городе возникает потребность в дополнительных телефонных номерах, учетных записях электронной почты, мобильных пользователей и т.д. По такой модели можно обеспечить финансирование решения на две недели, а затем провайдер перебросит те же лицензии на другие объекты для других заказчиков. Надо сказать, еще три года назад облачных UC практически не было, а сейчас они активно внедряются, в том числе и в России. Кроме того, с прошлого года мы предлагаем заказчикам оптимизировать свои затраты на UC путем виртуализации наших решений на базе стандартных технологий виртуализации. Это помогает избежать больших серверных фабрик, позволяя на одном-двух серверах устанавливать полнофункциональные решения, и ведет к значительной экономии при их внедрении.

– В чем специфика работы на российском рынке унифицированных коммуникаций?

– Чтобы заинтересовать как можно больше потенциальных заказчиков, предлагаем не только мощные тяжелые UC-решения, но и довольно простые, не требующие большого объема интеграторских работ. Понимая, что решение практически невозможно продавать как коробочное, мы разработали широкий спектр возможностей попробовать и оценить его. Сюда входят пилотные проекты, оценочные лицензии, которые заказчик может получить бесплатно и, пользуясь ими, проверить, как продукты работают в его сети. Новые версии доступны через портал бета-тестирования. Мы выделяем своих специалистов для обучения партнеров, заказчика, в чем-то переучиваемся сами. Так, в общении с заказчиками мы перешли с технических терминов на финансовые, организационные – стараемся понять их

бизнес-модели и понятно объяснить, как наши решения могут быть в них встроены, показать измеряемый эффект от внедрения продуктов в показателях ТСО и срока возврата инвестиций. В совокупности эта аргументация позволяет продвигать технологии перед специалистами финансовых департаментов заказчиков, что немаловажно.

Что касается других особенностей работы, стремимся соблюдать партнерский уровень во взаимоотношениях с заказчиками и партнерами, делиться информацией. Регулярно стали проводить семинары, организуем посещения демоцентров в Германии и в Москве. У нас как у вендора накоплена большая экспертиза в сфере внедрения новых продуктов и модернизации существующих решений по всему миру. Практикуем поездки российских заказчиков в западные компании, уже внедрившие решения, и на основе полученной информации заказчики могут уберечь себя от рисков, не повторять чужих ошибок. Вообще, роль партнеров повышается: в 2011 г. увеличилось количество авторизованных партнеров компаний, и мы планируем дальнейшее углубление их компетенции по унифицированным коммуникациям, а также развитие партнерской сети в регионах России и странах СНГ.

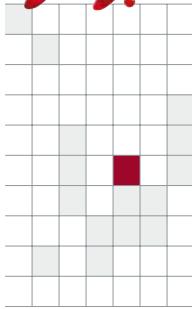
– Как бы вы охарактеризовали сегодняшнее состояние российского рынка унифицированных коммуникаций?

– Судя по запросам, которые мы в этом году начали получать от заказчиков, я склонен думать, что начался переломный момент. Раньше были конференции, встречи, презентации, все вендоры говорили про UC, партнеры соглашались, заказчики кивали, но проектов было очень мало. В этом году к нам поступают запросы совсем иного качественного и содержательного уровня. Сложно сказать, что повлияло на позиции UC с точки зрения заказчиков, но взгляд их совершенно изменился. Приходит понимание, что решения унифицированных коммуникаций действительно эффективны и окупают себя в бизнесе.

– Спрос созрел или предложение улучшилось?

– Жизнь заставляет. К новым технологиям людей – просто людей – подталкивают везде: дома, в дороге, на отдыхе. Если дома практически у каждого есть возможность подключиться к кабельному ТВ и смотреть программу в HD-качестве, если человек постоянно пользуется смартфоном – у него появляется естественное желание, чтобы и на работе было не хуже. В начале 90-х на работе и электронной почты не было, а сегодня молодой специалист этого просто не поймет. Если у него при прочих равных условиях будет выбор между компаниями, где есть все привычные ему коммуникационные инструменты и где их нет, – как вы думаете, куда он пойдет работать?..

Беседовала **Лилия ПАВЛОВА**



унифицированным коммуникациям, особенно в области внедрения комплексных решений, немного, так как само направление появилось относительно недавно. Кроме того, часто заказчик не осознает необходимости разработки комплексного проектного решения. А без планирования проект оказывается под угрозой. Поэтому рано или поздно компания приходит к выводу, что нужно привлекать партнеров.

Еще одна сложность – выбор платформы для реализации проекта. Компаний, в которых систему нужно строить с нуля, очень мало: как правило, некая инфраструктура уже существует. К примеру, в компании уже есть IP-телефония, электронная почта и ВКС – все от разных вендоров. Внедряя ИС, которые объединяют все эти технологии, нужно определиться с платформой, на которой будет осуществляться интеграция.

Илья АСРИЯН, ведущий инженер, Siemens Enterprise

Communications в России и СНГ: Для многих заказчиков проблемой становится смешанная комму-

Challenge-фактор



Еще не отшлифованы решения «традиционных» проблем ИС-проектов – а уже накатывает девятый вал новых трендов с их новыми задачами. Не проблемами – а, по выражению одного из участников Дискуссионного клуба, «челленджами».

Проблемы в головах, платформах и сетях



«ИС»: Какие проблемы наиболее типичны при внедрении решений ИС? Ваши рекомендации?

Станислав ЧЕРКОВ, руководитель направления унифицированных коммуникаций, КРОК: Проблемы могут возникнуть при попытке самостоятельного внедрения ИС. Дело в том, что специалистов по уни-

фикационная и ИТ-инфраструктура. Далеко не все вендоры готовы предложить решение, реально унифицирующее работу разных систем. Другой существенный момент – культура взаимодействия. Не все сотрудники готовы начать жить в мире, где телефон не может быть занят, отправленное голосовое сообщение обязательно будет прослушано, а помимо электронной почты и телефона есть новые виды сервисов, которые по умолчанию доступны для всех. Но проведение обучающих семинаров и воля руководства обычно исправляют ситуацию.

Алексей СОМОВ, руководитель инфраструктурных про-

ектов департамента решений Microsoft, компания Softline: Проблемы обусловлены, главным образом, неравномерно развитыми каналами связи и наличием у заказчиков разрозненной телекоммуникационной инфраструктуры, а также низким уровнем культуры общения. Справиться

с ними можно путем модернизации каналов связи, использования медиашлюзов, развития и стандартизации инфраструктуры. Низкий уровень культуры общения можно повысить с помощью обучения сотрудников компаний-заказчиков.

Михаил КИРИЛЛОВ, директор по ИТ, Zyxel: Основная проблема – интеграция ИС и ИС. Тут ключевую роль играет качество, удобство и надежность открытых интерфейсов обеих систем.

Алексей ШАЛАГИНОВ, ди-

ректор по решениям подразделения Enterprise, Huawei Technologies: Труднее всего, как и при лю-

С. ЧЕРКОВ:

«Компаний, в которых систему нужно строить с нуля, очень мало: как правило, некая инфраструктура уже существует»



И. АСРИЯН:

«Не все сотрудники готовы начать жить в мире, где телефон не может быть занят, отправленное голосовое сообщение обязательно будет прослушано»





бом новом проекте, протекает процесс миграции на новую платформу. Облегчить его можно с помощью профессиональных услуг Managed Services.

Вадим ДИЧ, руководитель проектов, Digital Design: Внедрение унифицированных коммуникаций затрудняет то, что в сознании людей UC – не единая сущность, а набор отдельных инструментов, и они используют их соответствующим образом, просто потому, что не умеют по-другому. Путь решения этой проблемы только один – просветительская деятельность, обучение.

Андрей КОВЯЗИН, руководитель группы сетевых решений, «Компания КОМПЛИТ»: Некоторые руководители не верят в эффективность своевременной коммуникации. Дескать, раньше писали бумажные письма, затем электронные, и ничего страшного не случилось без унификации. Работаем, показываем и убеждаем на собственном примере.

Алексей ЯНКЕВСКИЙ, менеджер по развитию бизнеса, IBS Platformix: Основная проблема UC –

отсутствие каналов связи с необходимым качеством обслуживания. Голосовой, а тем более видеографик, требует «широких» каналов с хорошей пропускной способностью. Решение этой задачи вполне стандартно: аудит имеющихся каналов, обязательное их резервирование, отслеживание технической службой заказчика соответствия заявленной оператором полосы пропускания ее реальным значениям, а также соответствующая настройка пограничного оборудования.

Андрей ДВУРЕЧЕНСКИЙ, специалист по голосовым решениям департамента корпоративных решений, Alcatel-Lucent:

При реализации крупных проектов основные трудности вызывают совмещение и интеграция решений от разных производителей. Зачастую производители разрабатывают свои собственные стандарты и протоколы, что усложняет взаимодействие со сторонними системами. Наиболее верным подходом в данном случае видится поддержка открытых технологий

и стандартов. Это позволит оборудованию работать совместно вне зависимости от его производителя.

Испытание комфортом



«ИКС»: В UC начинают доминировать новые тренды ИКТ – виртуализация, использование социальных сетей, повсеместное проникновение видеотехнологий и мобильность. Какие дополнительные преимущества и какие новые проблемы они создают?

Алексей БЕССАРАБСКИЙ, руководитель отдела маркетинга, «Манго Телеком»: Виртуализация и мобильность – очень важные тренды. Зачастую они делают возможным само существование многих проектов, поскольку, с одной стороны, снижают издержки, а с другой – дают проекту ощущение бизнес-преимущества. Социальные сети и видеотехнологии, на мой взгляд, пока еще не совсем тренд в UC, а скорее «тренд разговоров» о UC. Хотя, конечно, для определенных компаний важны именно социальные сети и видео. С точки зрения рынка эти тренды интересны тем, что постоянно стимулируют появление новых игроков, решений, сервисов, т.е. не дают рынку стоять на месте или развиваться односторонне.

Вячеслав СЕДЫХ, директор департамента продвижения технических решений, «Техносерв»:

Виртуализация, видеотехнологии и мобильность дают существенную экономию на затратах и усиливают эффект от коммуникаций. Полноценная презентация для партнеров из другой страны, проведенная через сайт по организации ВКС, дает практически тот же эффект, что и личная встреча. Тем более с зарубежными партнерами, где такой формат общения привычен.

Активная работа с соцсетями – это мощный маркетинговый инструмент, влияние которого мы только-только начали ощущать.

При всех этих плюсах есть и существенные минусы – прежде всего они связаны с информационной безопасностью, как компаний, так и потребителей услуг.

Сергей ДАНИЛОВ, руководитель группы проектирования голосовых решений, «Инфоси-



А. СОМОВ:

«Низкий уровень культуры общества можно повысить с помощью обучения сотрудников компаний-заказчиков»



А. КОВЯЗИН:

«Некоторые руководители не верят в эффективность своевременной коммуникации»



А. БЕССАРАБСКИЙ:

«UC – достаточно сложный продукт, поэтому позволить себе систему с открытым исходным кодом могут только компании, возглавляемые гиками-энтузиастами»





стемы Джет»: Социальные сети стали мощным инструментом общения – и у бизнеса появился стойкий интерес к взаимодействию с этой средой. Значит, предлагаемые UC-решения должны эту потребность бизнеса учитывать в своем развитии, уделяя первоочередное внимание вопросам безопасности. Все же социальные сети – открытая среда, а у любого бизнеса есть масса конфиденциальной информации, и использование социальных сетей не должно добавлять новых рисков. Поэтому работа с социальными сетями порождает скорее не проблемы, а требования к повышению уровня безопасности UC-решений.

А. ЯНКЕВСКИЙ: Проникновение UC в различные сферы социальной жизни дает два основных преимущества: мобильность (нет привязки к стационарным устройствам) и независимость (доступ к серверу можно получить с разных устройств). Однако основной проблемой было и остается должное обеспечение информационной безопасности. Так, авторизация с портативных устройств затруднена, поскольку такие устройства (смартфоны, КПК и планшеты) в подавляющем большинстве (у физических лиц) не имеют USB-интерфейса для подключения цифрового ключа. А необходимое шифрование трафика снижает пропускную способность используемого канала связи, повышая тем самым требования к полосе пропускания и надежности. Более того, виртуализация сервисов UC, в частности в государственном секторе, ограничена правовыми нормативными актами РФ, что является еще одним фактором, тормозящим развитие UC.

Ольга СНОПОВА, ведущий технический эксперт департамента контакт-центров и унифицированных коммуникаций, Tops BI: Изобилие новых технологий осложняет выбор и создает проблему отсутствия единого корпоративного стандарта даже в рамках одной компании. Это касается прежде всего бесплатных сервисов, которые на первый взгляд предоставляют абсолютно такой же функционал, как и платные продукты круп-

ных вендоров. Плюсом в данной ситуации можно считать то, что прогрессивные технологии уже проникли в умы пользователей

в их повседневной нерабочей жизни и становятся немаловажной движущей силой для внедрения подобных технологий и в бизнесе. Поэтому грамотные специалисты ИТ-интегратора должны предлагать решения, которые, с одной стороны, обеспечат весь необходимый, удобный и уже привычный функционал, а с другой – будут отвечать корпоративным стандартам безопасности и надежности.

Константин ГРИБАХ, системный инженер-консультант, Cisco: Я бы сказал, что все-таки эти новые тренды призваны помогать решать проблемы, а не создавать новые.

В. ДИЧ: Все эти явления, несмотря на то что они обусловлены совершенно разными факторами, объединяет то, что они расширяют сферу применения UC, порождают новые сценарии использования, привлекают новых заказчиков, и это нам на руку. А проблемы... Я бы тут использовал слово challenge – это не совсем проблемы, это появление интересных технологических задач, решение которых сулит нам новые возможности.

Александр БЕЖАН, директор по развитию бизнеса Microsoft департамента инфраструктурных решений, «Айти»: Эти тренды не были бы столь успешными, если бы они не давали явных преимуществ для конечного пользователя или организации. Несколько лет назад

незаметно для всех у нас дома появились десктоп-устройства, вычислительные мощности которых значительно превышают те, что предоставляет работодатель. Еще через несколько лет мы стали носить в карманах

похожие устройства, обеспечивающие доступ к некоторым корпоративным приложениям (почта, календарь, справочник сотрудников и др.). Вместе с этим появился опыт использования мобильных приложений и устройств, который завтра нам пригодится в корпоративной среде. Сегодня школьники гораздо охотнее пользуются для коммуникаций социальными сетями, чем классической почтой. Для

С. ДАНИЛОВ:

«Социальные сети стали мощным инструментом общения – и у бизнеса появился стойкий интерес к взаимодействию с этой средой»



О. СНОПОВА:

«Вряд ли компании масштаба Enterprise согласятся на внедрение решения, которое не имеет ни официальной гарантийной, ни сервисной поддержки, ни полноценной документации»



А. ЯНКЕВСКИЙ:

«Виртуализация сервисов UC, в частности в госсекторе, ограничена правовыми нормативными актами РФ»



А. БЕЖАН:

«Аналитики Gartner считают, что уже через несколько лет крупные организации откажутся от привычных рабочих станций в пользу управляемых мобильных устройств»





них это так же непонятно, как для нас отправить документ по факсу вместо электронной почты. Аналитики Gartner считают, что уже через несколько лет крупные организации откажутся от привычных рабочих

станций в пользу управляемых мобильных устройств, а компании обзаведутся собственными витринами корпоративных приложений по аналогии с Microsoft Marketplace, Google Market или Apple App Store.

Плюс-минус open source



«ИКС»: Какова ваша оценка рыночных перспектив UC-решений с открытым кодом?

А. БЕССАРАБСКИЙ: Осторожная. UC – достаточно сложный продукт, поэтому позволить себе систему с открытым исходным кодом могут только компании, возглавляемые гиками-энтузиастами (если говорить об SMB). Для прочих стоимость установки и обслуживания окажется слишком высокой, а устойчивость бизнеса – слишком низкой. А крупные компании предпочтут уже хорошо знакомые и отработанные решения ведущих вендоров, так как смысла рисковать ради небольшой экономии нет.

А. ШАЛАГИНОВ: Решения с открытым кодом имеют свою определенную нишу – они предназначены в первую очередь для провайдеров облачных услуг. А поскольку cloud computing оценивается как весьма и весьма перспективный технологический и бизнесовый тренд, то и решения UC с открытым кодом имеют хорошие перспективы.

О. СНОПОВА: Подобные решения в области UC, как и в любых других областях, конечно же имеют право на жизнь. Однако надо понимать, что свободное программное обеспечение (СПО) занимает свою нишу – вряд ли компании масштаба Enterprise согласятся на внедрение решения, которое не имеет ни официальной гарантийной, ни сервисной поддержки, ни полноценной документации. А как только ре-

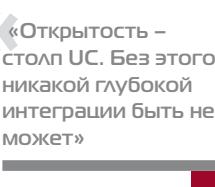


«Полноценная презентация для партнеров из другой страны, проведенная через сайт по организации ВКС, дает практически тот же эффект, что и личная встреча»

В. СЕДЫХ:



«Открытость – столп UC. Без этого никакой глубокой интеграции быть не может»



ту, продукты с открытым кодом серьезно проигрывают фирменным разработкам именно в архитектурном плане. То есть мало создать один качественный продукт, необходима определенная экосистема продуктов с открытым кодом, позволяющая реализовать на их основе комплексное решение, способное адекватно решать задачи предприятия в области совместной работы. С другой стороны, большинство вендоров успешно используют в своих решениях ПО с открытым кодом.

К. ГРИБАХ: По моему опыту, продукты с открытым кодом серьезно проигрывают фирмам разработкам именно в архитектурном плане. То есть мало создать один качественный продукт, необходима определенная экосистема продуктов с открытым кодом, позволяющая реализовать на их основе комплексное решение, способное адекватно решать задачи предприятия в области совместной работы. С другой стороны, большинство вендоров успешно используют в своих решениях ПО с открытым кодом.



«Продукты с открытым кодом серьезно проигрывают фирмам разработкам в архитектурном плане»

К. ГРИБАХ:



В. СЕДЫХ: Главная задача разработчиков таких систем – сделать свой продукт как можно более массовым, а уже затем попытаться его капитализировать. То, что это возможно, мы видим на примере Linux и Skype. Но

ми взаимодействия и протоколами обмена. Неважно, как работает система внутри, важно, как она взаимодействует с внешним миром.

А. ДВУРЕЧЕНСКИЙ: Будь то система с открытым или закрытым кодом – в любом случае будущее за открытыми стандартами взаимодействия и протоколами обмена. Неважно, как работает система внутри, важно, как она взаимодействует с внешним миром.



Забыть протоколы?



«ИКС»: Согласны ли вы с утверждением, что со временем большинство предприятий (даже крупного бизнеса) откажутся от специализированных аппаратных платформ с патентованными протоколами и перейдут на UCaaS?

В. ДИЧ: Полностью согласен. Это как раз тот путь, по которому должны развиваться подобные сервисы, и они очень быстро начнут вытеснять корпоративные решения. Сейчас интерес к облачным технологиям очень высок, но пока еще сильна осторожность. Думаю, что преодоление этого психологического барьера – вопрос двух-трех лет.

А. ШАЛАГИНОВ: От специализированных аппаратных платформ с патентованными протоколами откажутся в первую очередь именно предприятия крупного бизнеса, поскольку крупный бизнес хорошо умеет считать деньги, иначе он до крупного просто не дорастает. ИТ-платформа, в том числе и UC, на самом предприятии – это затраты, как капитальные, так и операционные. Модель «UC в облаке» позволяет исключить капитальные, оставить только операционные затраты, причем сделать их более прозрачными (а в ряде случаев и уменьшить). Финансовая ситуация на предприятии, таким образом, улучшается. Бухгалтерия лучше понимает, на что тратятся деньги, и яснее видит эффект этих затрат. Функционал ИТ-сотрудников на предприятии коренным образом меняется. Они сильнее вовлекаются в основной бизнес, начинают думать о том, как повысить его эффективность, а не о том, какой более передовой протокол внедрить на сервере.

К. ГРИБАХ: Вопрос здесь не столько в использовании каких-то специализированных/фирменных платформ, а в финансовой схеме. В создание и поддержку собственной коммуникационной системы предприятие должно вкладывать серьезные деньги. Сюда входят как капитальные затраты на приобретение решения, так и операционные затраты на его сопровождение. Сервисная модель подразумевает, по сути, абонентскую плату за пользова-

ние коммуникационными сервисами. На самом деле подобная модель совсем не нова и появилась она отнюдь не сегодня. Просто новые разработки в области построения виртуализированных ЦОДов и в области продуктов UC позволили существенно расширить список предоставляемых сервисов и серьезно снизить цены на услуги соответствующих провайдеров.

С. ДАНИЛОВ: Будет ли повсеместно внедрена эта идея – покажет время. Тут на первое место выходит вопрос обеспечения надежности и безопасности предлагаемых решений. Видимо, для небольших и средних компаний такой подход будет иметь смысл. Добавит подобное решение преимущества и глобальным распределенным компаниям. Но говорить о повсеместном «ходе в облака», наверное, еще рано.

Юлия МАЙОРОВА, директор по развитию бизнеса, Orange Business Services в России и СНГ: Очевидно, что облачные вычисления – это следующий этап развития информационных технологий и логическое продолжение использования Интернета для доступа к информации из любой точки земного шара. Унифицированные коммуникации не являются исключением. Еще полтора-два года назад мало кто был готов переходить в облака (по крайней мере в России). Однако уже сегодня мы видим, что компании осознают реальные преимущества облаков и потребления сервисов в сравнении с покупкой коробочных программных

моделей гибридного облака будет более востребована клиентами из крупного бизнеса, а в SMB будут больше распространены сервисы, предоставляемые на базе публичных облаков.

В. СЕДЫХ: Модель «UC в облаке», бесспорно, перспективна, вопрос только, как она будет преодолеться в различных сегментах бизнеса. Уверен, что для крупных компаний и корпораций эти

В. ДИЧ:

«Интерес к облачным технологиям очень высок, но пока еще сильна осторожность. Думаю, что преодоление психологического барьера – вопрос двух-трех лет»



А. ШАЛАГИНОВ:

«От специализированных аппаратных платформ с патентованными протоколами откажутся в первую очередь предприятия крупного бизнеса»



Ю. МАЙОРОВА:

«Модель гибридного облака будет более востребована клиентами из крупного бизнеса, а в SMB будут больше распространены сервисы, предоставляемые на базе публичных облаков»



А. ДВУРЕЧЕНСКИЙ :

«При реализации крупных проектов основные трудности вызывают совмещение и интеграция решений от разных производителей»





облака будут частными, чтобы сохранить конфиденциальность бизнеса. По этой же причине UC могут быть востребованы в закрытом облаке при взаимодействии государства с населением. А вот для SMB – это вполне может быть UCaaS.

А. ДВУРЕЧЕНСКИЙ: Тенденция переноса UC в облако все больше и больше набирает обороты. Мы одними из первых предложили «отвязать» UC от конечного оборудования, т.е. все сервисы можно получить из любой точки мира с помощью тонкого клиента с любого устройства.

О. СНОПОВА: «UC в облаке» предлагают, в первую очередь, телеком-провайдеры, обладающие качественными каналами связи и необходимыми компетенциями в области коммуникаций, или сами производители систем UC, например Microsoft и Cisco. Однако до тех пор, пока не будет доступных по цене и соответствующих по качеству каналов связи по всей территории страны, пока провайдеры не будут на законодательном уровне гарантировать безопасность размещаемых в облаке данных, критичные для бизнеса сервисы компании в облака не отпустят. ИКС

Проекты



UC: сделаем сами?

Все ИТ-задачи компания **Europlan** решает самостоятельно, и за 13 лет лишь два раза обратилась к помощи системных интеграторов. Так произошло и в нынешнем году при реализации проекта UC.

– В чем особенности этого UC-проекта?

– Мы давно планировали перейти на стандартную IP-телефонию по всей филиальной сети Europlan. Однако не были уверены в надежности и экономической эффективности технологии и колебались, решение какого вендора выбрать. Исторически в компании были развернуты информационные сервисы на базе продуктов Microsoft – электронная почта, служба каталога. После тщательного анализа было принято решение остановиться на UC-платформе Microsoft OCS, что обеспечивало сохранение уже сделанных инвестиций. Однако OCS слишком «привязана» к ПК, а многие сотрудники психологически не были готовы «звонить по компьютеру». И вот, когда в прошлом году была выпущена новая версия этой платформы, Lync Server 2010, поддерживающая VoIP, а также появились продукты партнеров Microsoft: системы конференц-связи, ПК, ноутбуки, беспроводные гарнитуры и телефоны, все стало убедительнее. Когда что-то можно пощупать, понажимать на кнопочки – все более привычно и понятно. Решение было принято. Чтобы минимизировать риски, прибегли к помощи партнеров. В марте этого года КРОК совместно с нашими системными администраторами реализовал пилотный проект в цент-

ральном офисе и двух филиалах, санкт-петербургском и пермском. Дальше мы будем действовать самостоятельно. Сейчас разворачиваем систему по всей нашей филиальной сети и планируем к концу года эту работу завершить. В результате вся телефония в компании и другие UC-сервисы – мгновенные сообщения, совместная работа над документами и пр. – будут реализованы на моновендорной основе.

– И видеоконференцсвязь?

– ВКС на этой платформе возможна, но у нас редко используется, нет особой потребности. Для нас самое главное – рабочий стол и телефония. Переносить экран, показывать презентации или обучающие программы – это да, а вот в глязах смотреть не очень нужно.



↑ **Андрей КУЗНЕЦОВ,**
директор по ИТ
компании Europlan



Справка ИКС

Europlan – крупнейшая в России автолизинговая компания, основанная в 1999 г. Центральный офис расположен в Москве, сеть филиалов охватывает более 70 регионов. В компании работает 1,5 тыс. сотрудников, из них более 500 – в центральном офисе.



- Экономику проекта посчитали?

– Все говорят, что IP-телефония уменьшает расходы на МГ/МН-звонки. Однако экономия на междугородных звонках не стала для нас решающим фактором, поскольку до этого мы постоянно оптимизировали свои расходы по фиксированной и мобильной связи. Главное в UC то, что мы получили единую коммуникационную систему, где каждый пользователь может вызвать абонента из контактной книги, собрать любую конференцию, провести обучение и т.д., не обращаясь к системному администратору.

- Квалификация тысячи сотрудников на местах позволяет справиться?

– В нашей схеме все сложные настроочные действия производятся в центре. В регион отправляется «коробочка» (скажем, шлюз), которую там нужно воткнуть в телефонную сеть, а мы отсюда подключаемся, настраиваем ее, и у них все работает. У нас, в принципе, нет в подразделениях по стране системных администраторов;

потребность в сколько-нибудь квалифицированных специалистах возникает, если нужно, скажем, физически включить сервер. Все остальное делается удаленно.

- И сколько у вас сотрудников в ИТ-департаменте?

– По системному администрированию – 10 человек. И ими мы закрываем всю страну. Конечно, людей всегда не хватает; естественно, хотелось бы больше. Но практически все ИТ-проекты мы выполняем своими силами, компетенция сотрудников позволяет. А к решению точечных сложных вопросов, как в данном проекте, привлекаем интеграторов. Хотя нужно отметить, что к подрядчикам мы предъявляем высокие требования и предпочитаем четко обозначенные по срокам и результатам проекты. Хорошо, когда проект сдается вовремя, а не затягивается для «развития отношений». В целом интеграторы, конечно, помогают. Одна беда – не хотят они четко по частям сдавать проект, т.е. расставаться с заказчиком.

На UC-стройплощадках года



Госслужащие предпочитают ВКС

В новом здании центрального аппарата Федеральной миграционной службы (ФМС России) на Чистопрудном бульваре создан единый мультимедийный комплекс для проведения различных мероприятий в режиме видеоконференцсвязи, в том числе с участием иностранных делегаций и с возможностью подключения подразделений службы в других городах. Сюда входят территориальные органы в Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге, Новосибирске и Хабаровске, а также конференц-зал здания центрального аппарата в Боярском переулке в Москве.

Комплекс охватывает кабинет директора ведомства, переговорную комнату и зал Коллегии ФМС России, вмещающий одновременно до 100 человек. В зале Коллегии инсталлирована видеоподсистема, включающая центральную видеостену, несколько ЖК-мониторов в центре зала для дублирования изображения и настольные интерактивные экраны для конференц-стола в президиуме. Зал также оснащен конгресс-системой, обеспечивающей синхронный перевод для всех присутствующих, и лекционной трибуной, которая благодаря интерактивному экрану и документ-камере дает возможность проводить презентации с использованием разноформатной мультимедийной информации. Кроме того, зал оборудован системой протоколирования мероприятий и системой управления видеоконференцсвязью. Эта система позволяет с сенсорного экрана управлять всеми компонентами комплекса, в частности выбирать отображения участников сеанса ВКС на видеостене и на индивидуальных экранах, а также менять параметры установленного оборудования.

Проект осуществлен системным интегратором «Техносерв» с использованием технологических решений компаний Cisco, Tandberg, HP, Wacom, Panasonic, Orion, Kramer Electronic, Crestron, Wolfvision.

Фармацевтам стало удобнее работать

Фармацевтическая компания «АстраЗенека Россия» развернула систему унифицированных коммуникаций

в своем новом московском офисе. Главная задача заключалась в том, чтобы упростить управление бизнес-процессами, подключить мобильных сотрудников и сократить операционные расходы на поддержку информационной структуры. Система UC, объединяющая в комплекс продукты и приложения, предназначенные для интеграции связи и передачи данных, и поддерживающая коллективную работу, реализована компанией TopS BI на основе продукта Cisco Unified Communications Manager. Решение, интегрированное с корпоративным каталогом LDAP, позволяет использовать переадресацию вызовов, голосовую почту, внутреннюю связь, мобильную связь, а также проводить аудиоконференции. Для службы технической поддержки создан внутренний контакт-центр на базе Cisco Unified Contact Center Express.

Кофейная компания уходит в облако

Российское подразделение компании Squesito, дистрибутора итальянского кофе, перешло на облачные сервисы UC. В связи с территориальной распределенностью офисов и активным ростом компании понадобился гибкий и масштабируемый продукт для организации отказоустойчивого сервиса корпоративной почты. Собственное решение, которое использовалось ранее, уже не отвечало требованиям бизнеса и нуждам организации. Основным требованием к новому продукту было увеличение уровня доступности корпоративной почты и повышение мобильности сотрудников. Руководство решило перевести корпоративную почту и всю ИТ-инфраструктуру компании в облако. ИТ-департамент Squesito остановился на облачных сервисах компании Softline: Microsoft Hosted Exchange 2010 и облачном хостинге CloudServer. В реализованном проекте вопрос гарантий доступности закрыт исчерпывающим соглашением об уровне обслуживания (SLA); обновленный Outlook Web App позволяет полноценно работать из любого места при наличии интернет-соединения; при этом сервис поддерживает различные браузеры.



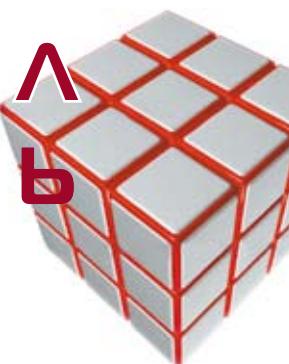
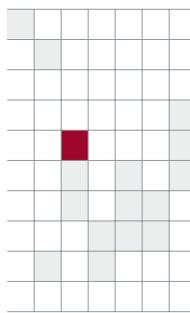
– Чем же тогда объяснить ваше решение обратиться за помощью к интегратору, ведь не требовалось стыковать продукты разных вендоров, выбирать UC-платформу и т.д.?

– До этого в компании телефонная связь обеспечивалась станцией от Nortel. Нужно было провести интеграцию и миграцию с одного решения на другое. Эта задача за месяц была выполнена в центральном офисе, а потом в пилотных регионах.

– Кто в компании стал инициатором этого проекта?

– Руководство поставило задачу разработать единую телекоммуникационную систему, масштабируемую на всю компанию. На что мы (ИТ-подразделение) ответили, что это было бы удобно реализовать с использованием продуктов вендора, на решениях которого в компании уже построена некая инфраструктура. ИКС

Модель



UC становится облачной услугой

По прогнозу IDC, в регионе EMEA к 2015 г. в области унифицированных коммуникаций будут преобладать SaaS-решения. У российских экспертов также есть основания делать оптимистичные прогнозы относительно увеличения количества пользователей UC по модели SaaS.

Пользование унифицированными коммуникациями по модели SaaS имеет ряд преимуществ. В первую очередь, облачные решения отличаются выгодной ценой и позволяют существенно сэкономить на стоимости оборудования, программного обеспечения, проекта внедрения, обслуживания и поддержки решения. При этом не надо тратить время на настройку оборудования, антиспам-фильтрацию писем, организацию телефонии и внутренних коммуникаций – эти вопросы решает поставщик UC-услуги. Кроме того, появляется возможность удаленного доступа к сервисам из любой точки мира, где есть выход в Интернет. UC по облачной модели не только полностью решают вопросы коммуникаций внутри компании, но и позволяют вывести многие производственные процессы на новый уровень. В результате компании не нужно отвлекать большие средства на внедрение UC-решения. Это, в свою очередь, дает возможность планировать издержки на обеспечение ИТ более просто и точно.

Что есть на рынке?

В корпоративной среде набирают популярность облачные UC-решения от



Андрей ГАРКАНОВ,
руководитель
отдела маркетинга
департамента облачных
технологий
компании Softline



Microsoft и Google. Они имеют разные условия лицензирования, ценообразование, интерфейс, но выполняют одну и ту же функцию – создают единую инфраструктуру коммуникаций.

Google Apps представляет собой полноценный офисный пакет, который содержит все необходимые сервисы для совместной работы и коммуникации сотрудников: корпоративную почту Google Mail, общие календари Google Calendar, поддержку работы с документами Google Docs, многофункциональное средство общения Google Talk, средство создания веб-сайтов и корпоративных порталов Google Sites, хостинг видеоматериалов Google Video.

Платформа Microsoft UC включает в себя три интегрированных между собой решения: Exchange 2010 для почтовых сервисов, SharePoint 2010 для создания корпоративного веб-портала и единой информационной среды компании для совместной работы сотрудников и многофункциональную платформу Lync 2010, поддерживающую VoIP и объединяющую различные виды коммуникаций. Этот сервис отображает индикаторы присутствия других пользователе-



лей в сети, позволяет совершить голосовой звонок, начать сеанс обмена мгновенными сообщениями, видеоД или веб-конференцию.

Преодолевая скептицизм

К новым технологиям часто относятся скептически, а потом кто-то решается попробовать – и приобретает огромное конкурентное преимущество. Так, компания Coca-Cola в течение всего лишь пяти месяцев перевела на облачные решения Microsoft около 30 тыс. сотрудников, не мешая их работе и не прерывая ежедневных операций.

Как оптимизировать виртуализацию



Павел ТЕПЛОВ,
менеджер по развитию
бизнеса компании Cisco

Согласно Gartner, в 2010 г. их количество превышало 10 млн, а к 2013 г. приблизится к 50 млн. Следует отметить, что технологии виртуализации создавались изначально для поддержки передачи относительно статичных экранов («окон»), а задача передачи мультимедийного трафика не ставилась.

Теперь же все стремятся получить виртуализацию с полным набором сервисов – голосовых, виртуального десктопа и видео. Виртуальные технологии предыдущего поколения не подходят для мультимедийных коммуникаций, и заказчики, признавая плюсы виртуализации десктопов (непрерывность бизнеса, безопасность данных, снижение ТСО), одной из основных их проблем называют низкое качество мультимедийных сервисов. При этом компании хотят, чтобы их удаленные и мобильные сотрудники получали доступ к виртуальным машинам по каналам связи с любой пропускной способностью. Для вендора это означает, что требуется оптимизация виртуального рабочего пространства как на уровне клиента, так и на уровне канала.

Мультимедиа в обход ЦОДа

При передаче мультимедийного трафика в рамках традиционного подхода к виртуализации качество сервиса из-за высокой нагрузки на ЦОД оказывается низким (голос и изображение рассинхронизированы). Для обработки видео требуется достаточно много процессорных ресурсов, и эта проблема виртуализации рабочих столов до сих пор не была решена.

Мы предложили организовать передачу голоса и видео напрямую между терминалами, в обход ЦОДа.

Надо заметить, что и российский рынок уже не такой «безоблачный», каким был еще два года назад. Все больше компаний доверяют облакам и продлевают подписку на сервис после пробного периода, продолжая пользоваться SaaS-сервисами. Все шире используется корпоративная почта из облака. В практике Softline процент продления подписки и перехода на долгосрочное сотрудничество после тестового периода в данном случае равен 91 (80% заключенных контрактов на предоставление SaaS-услуг приходится на центральный регион России). ИКС

Сегодня заказчики ждут от вендоров не просто хороших продуктов для организации виртуального рабочего места, но комплексного технологически зрелого решения по организации всего виртуального рабочего пространства.

Чего не хватало на местах

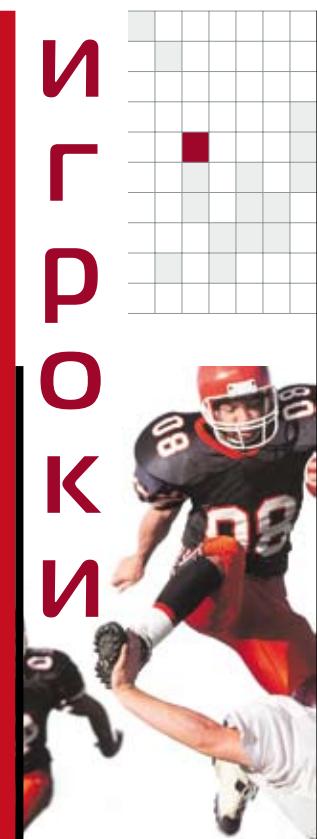
Популярность виртуальных десктопов на рабочих местах растет с каждым годом. По дан-

ному снижает объем трафика с мегабитов до килобитов, снижает нагрузку на ЦОД – и дает отличное качество изображения и звука. Мультимедийный клиент принимает мультимедийный трафик, расшифровывает его, сканирует, передает по сети. При этом физически в интерфейсе пользователя – один старый добрый терминал, с которым работает мультимедийный клиент. В качестве такового могут использоваться как планшетные компьютеры и уже присутствующие на рынке «нуль-клиенты» Cisco, так и два новых продукта – тонкий клиент и программный клиент, которые мы планируем выпустить в ближайшее время. Первый представляет собой небольшую рабочую станцию на базе Linux с поддержкой Citrix XenDesktop и VMware View. Второй (также поддерживает Citrix XenDesktop и VMware View) инсталлируется на любом виртуализованном Windows PC – и пользователь получает полноценное рабочее место с возможностью мультимедийного общения. В этом случае, принимая решение о виртуализации, заказчик может использовать весь существующий в организации парк настольных и портативных компьютеров.

Для оптимизации виртуального рабочего пространства на уровне каналов взаимодействия в октябре нынешнего года Cisco вступила в стратегический альянс с компанией Citrix. До сих пор для сетевого оборудования Cisco трафик приложений Citrix был закрыт, что не позволяло принимать оптимальные решения при его передаче. С созданием альянса виртуальные приложения Citrix XenDesktop «открылись» для технологии Cisco WAAS (Wide Area Application Services). Как показывает статистика, теперь на тех же каналах время отклика сокращается на 70%, количество одновременных пользователей в сети увеличивается в три раза. Это особенно актуально для территориально распределенных предприятий с ЦОДом в головном офисе, где соединения осуществляются по каналам WAN. ИКС



Игра на опережение



Вендоры – доминирующая сила на рынке UC, системные интеграторы – его драйверы, а основа – операторы, полагает Артем СОКОЛОВ, заместитель технического директора, директор департамента «Инжиниринговый Центр» компании «Техносерв».



Артем СОКОЛОВ

– Как считаете: в России рынок унифицированных коммуникаций – реальность или очередная маркетинговая кампания с оглядкой на зарубежные достижения?

– Это рынок, растущий, я думаю, на 15–20% в год. Наверное, даже можно посчитать его объем. Но здесь, на мой взгляд, пуганица в понятиях и определениях напоминает ту, что была лет пять-шесть назад, когда началось массовое внедрение IP-телефонии и call/contact-центров. Пока нет «линейки», которой можно померить, что является унифицированными коммуникациями, а что нет, высчитывать объемы этого рынка бессмысленно. Но и линейку подобрать сложно. По моему мнению, унифицированные коммуникации – это не «все в одном», как часто говорят, это что-то из другого измерения, что устраниет временные и пространственные барьеры, это интеллект сети. Потому что никаких радикально новых технологий в UC нет, но включается интеллект – и все известные каналы делового общения объединяются в систему, интуитивно понятную и доступную из любой точки корпоративной сети. То есть пользователю не просто услуги предлагаются, а предугадывается, как ему было бы удобнее работать. Конечно, рост этого рынка подогревается маркетингом, но обуславливается все же удобством пользования.

Сегодня все крупнейшие вендоры смотрят в сторону UC, понимая, что иначе просто отстанут от жизни. Так же в свое время все начали производить оборудование Frame Relay, а кто не стал – ис-

чез с рынка. Потом все ведущие вендоры переключились на технологии IP/MPLS. Сейчас ИТ-рынок идет к тому, что в 2014–2015 г. доминировать на нем будут именно поставщики UC. Лет через пять все будет строиться примерно одинаково практически на одной и той же платформе: в основе будет протокол IP и большая часть функционала будет реализовываться программно. Надо признать, комплексных внедрений UC-платформ крайне мало, но дополнительным стимулом развития рынка унифицированных коммуникаций может стать бесшовная интеграция UC-решений в существующие инфокоммуникационные системы заказчиков. Здесь большую роль играют системные интеграторы.

– Получается, что главные роли разобрали вендоры и от части системные интеграторы, а операторы связи остаются не у дел?

– На инфокоммуникационном саммите в Ташкенте в прошлом году произошел показательный случай, когда представитель вендора-лидера попробовал продемонстрировать работу UC-решений своей корпорации. Вышел конфуз: эти решения не запустились. Как выяснилось, в демонстрационную комнату был заведен очень узкий канал передачи данных. Людей в ней находилось много, и, видимо, в момент запуска этих решений одни просматривали почту, другие вошли в Интернет... Канал «прилег» – и все средства коммуникации, к которым относились и телефон, фиксированный и мобильный, и почта, и аналоги ICQ и



Skype, просто не засинхронизировались. Напоминает ситуацию с болидами «Формулы-1» – машина хорошая, мощная, дорогая, ездит быстро. Но только по специально подготовленным дорогам. Так и в UC: чтобы хорошее решение работало, необходима хорошо подготовленная транспортная инфраструктура. А это – сфера операторов.

– Ваша компания сейчас реализует крупный проект видеоконференцсвязи для Верховного суда РФ, представитель которого (см. «ИКС» № 12'2010, с. 38) также подчеркивал, что каналы связи – основа всем сервисам. Как обстоят дела с основой в этом проекте, по которому вам нужно расширить и модернизировать федеральную сеть ВКС, охватывающую около 200 судов и исправительных учреждений во всех регионах России?

– В Верховном суде построен хороший VPN-транспорт по технологии IP/MPLS с максимальным использованием ресурсов магистральных операторов «Ростелеком» и ТТК. Но на последней милю задействуются каналы местных операторов, как традиционных, так и альтернативных. В принципе, заказчику было бы удобнее иметь дело с одним оператором. Возможно, так в ближайшем будущем и получится. Но пока, когда доходим до конечного пользователя – суда или следственного изолятора, сталкиваемся с той же проблемой, что и 10 лет назад. Где-то кабель очень старый,

где-то вообще медь кончилась за пару километров до объекта (кстати, случаются и парадоксы нашего государства – проложена оптика в деревню из десяти домов). А отраслевые требования к каналам связи (круговая задержка – не более 150 мс, джиттер – не более 50 мс, доля потери пакетов – не выше 0,25%) никто не отменял. В задачи интегратора на этих участках входят поставка оборудования, работы по прокладке последней мили, организация, подключение и сопровождение региональных каналов связи с управлением качеством обслуживания. Возвращаясь к сравнению с «Формулой-1», скажу: построена правильная дорога, которую теперь нужно правильно расширять и запускать по ней правильные автомобили.

– Контракт был подписан в августе нынешнего года. Сколько объектов уже закрыто?

– Примерно половина, срок выполнения контракта – 12 месяцев. Но жизненный цикл проекта не ограничивается этим сроком. Мы уже сейчас заходим на новый виток спирали, поскольку заказчику требуется все больше услуг. Помимо унифицированных коммуникаций (хорошо, когда заказчик понимает, что это нужно и важно) возникают смежные проекты – по инженерным системам, по информационной безопасности... Соответственно, для интегратора, уже хорошо знающего структуру этой организации, открывается широкое поле деятельности по разным направлениям. [ИКС](#)

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОВОРОТ

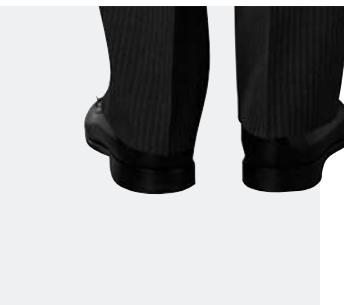
UC закладываются в бюджеты

В этом году на российском рынке UC обозначился новый тренд: компании все больше склоняются к внедрению комплексных решений. Такое наблюдение сделал Станислав ЧЕРКОВ, руководитель направления унифицированных коммуникаций компании КРОК.

– Как скажется эта перемена на расстановке сил в лагере вендоров?

– Теперь заказчики стремятся установить у себя не одну какую-то часть решения, а целый комплекс, причем построенный, как правило, на технологиях одного производителя. В нашей практи-

ке неоднократно бывали случаи, когда заказчики сначала интересовались только IP-телефонией, но затем, услышав о функциональных возможностях комплексных решений UC, начинали изучать возможность внедрения всего спектра унифицированных коммуникаций.



Станислав ЧЕРКОВ



– Получается, что в конкуренции вендоров выигрывает тот, кого порекомендует интегратор?

– Совершенно не так. Важны решения, с которыми производители выходят на рынок UC, и, конечно, политика вендоров при продвижении этих решений на рынке. Мы работаем со всеми лидерами «магического квадранта» Gartner в области UC и видим: чем активнее вендор себя проявляет, тем больше его решений используется в рамках комплексных внедрений.

Что касается влияния системного интегратора, то он может представить заказчику полезные рекомендации, дать экспертную оценку. Дело в том, что если компания не сегодня появилась на рынке, то набор тех или иных коммуникационных систем в ее инфраструктуру, как правило, уже входит. Обычно они работают независимо друг от друга, а интеграция если и есть, то не комплексная. В концепции UC эти системы тесно связаны между собой, и для построения комплексного решения нужно сначала проанализировать реальную ситуацию: решения каких вендоров у заказчика уже внедрены, как максимально эффективно их между собой интегрировать не только с точки зрения функциональности, но и с точки зрения сохранения инвестиций. Особое внимание следует уделить интеграции продуктов разных вендоров. Сам вендор обеспечивает, как правило, тесную интеграцию между своими решениями, а специалисты интегратора, работающего со всеми производителями, ориентируются во всем спектре присутствующих на рынке решений, что позволяет предложить заказчику оптимальное из них.

– Как оцениваете готовность заказчиков к проектам унифицированных коммуникаций?

– Компании приходят к UC постепенно, это отчетливо видно на протяжении последних трех лет. Начиная с 2011 г. заказчики стали уже не просто интересоваться комплексными решениями, но закладывать их в бюджеты. Сейчас у большинства крупных компаний имеются технологии обмена мгновенными сообщениями с информацией о доступности – такой внутрикорпоративный чат. Три года назад этот сервис был редкостью, а сейчас, по моим наблюдениям, у 60–70% компаний он есть. Присутствуют IP-телефония, голосовая почта, ВКС. На следующем этапе появляется желание эти системы интегрировать. Все это происходит поэтапно, растягивается во времени. Причем далеко не все проекты отдаются интеграторам, поскольку крупные компании в состоянии развернуть базовую часть силами собственных ИТ-подразделений. К интеграторам обращаются, когда возникают технические сложности – интеграции или построения комплексного решения.

Первые комплексные моновендорные UC-проекты начали реализовываться с конца прошлого года. Один из них мы выполнили для филиала крупной энергетической компании. Это проект автоматизации офиса на 320 сотрудников. Компания сначала

рассматривала решения от трех вендоров, которым предложила поучаствовать в небольших пилотных проектах, чтобы сравнить их предложения и принять окончательное решение. Затем выбор был сделан, полная автоматизация офиса завершена в марте. В результате взамен аналоговой телефонии сотрудники получили полный стек UC-решений на платформе Microsoft. По первым итогам эксплуатации системы был подготовлен интересный внутренний отчет. Оказывается, интенсивность использования UC-технологий за два-три месяца выросла на 300%. Если в первый месяц какие-то функции использовались на 100%, то через три месяца коммуникаций, как аудио-, так и видео-, стало в три раза больше. Технологии прижились моментально.

– Наверное, никто не прописывает в контрактах слов «унифицированные коммуникации» (или «объединенные», «универсальные» и т.п.)?

– Нет, конечно. На самом деле названия, которые фигурируют в контрактах, как правило, не имеют отношения к используемым в проекте технологиям. Скажем, в проекте модернизации почтовой системы не указывается, но подразумевается большое количество технологий UC. Так компании удобнее обосновывать проекты. А что касается самого термина, который каждый вендор трактует по-своему, то, я считаю, это право вендоров таким способом позиционировать свои решения. ИКС

XVII Международный форум
**ТЕХНОЛОГИИ
БЕЗОПАСНОСТИ**

14–17 февраля 2012
Крокус Экспо,
Мякинино, Москва

Только для прошедших регистрацию на сайте
WWW.TBFORUM.RU

■ Регулярное информирование от экспонентов в соответствии с вашим профилем интересов
■ Анонсы новинок экспонентов
■ Приглашения на семинары и конференции
■ Формирование персонального плана посещения выставки
■ Назначение встреч с представителями экспонентов
■ Быстрое получение бейджа
■ Возможность составить отчет по итогам посещения выставки с вложениями от экспонентов



Марина Садекова
тел. +7 495 609-32-31 (доб. 2157)
e-mail: sadekova@groteck.ru

Ольга Иншакова
тел. +7 495 609-32-31 (доб. 2162)
e-mail: inshakova@groteck.ru

Groteck
Business Media

Reed Exhibitions®

WWW.TBFORUM.RU

Реклама