



Ведущая темы
Евгения ВОЛЫНКИНА

За недолгое время существования облачных сервисов на российском ИТ-рынке их восприятие потенциальными клиентами успело пройти несколько этапов – от живого интереса к модной новинке до раздражения назойливостью рекламы.

Если массовых пользователей степень облачности интернет-сервисов типа электронной почты, файловых хранилищ и т.п. фактически не волнует – лишь бы было удобно и желательно бесплатно, то с корпоративными клиентами сложнее. Вендоры, пытавшиеся при продвижении облачных решений и средств для их построения действовать с традиционным маркетинговым напором, поняли, что в облаках такой метод не годится. Достоинства облачного товара не выразишь в тактовой частоте процессоров, емкости и быстродействии СХД. И уж совсем не способствует «подогреву» энтузиазма потенциальных заказчиков тот факт, что для успешного внедрения облачного решения нужны немалые усилия не только внедренцев, но и самих клиентов, поскольку переход на облачные технологии зачастую требует серьезной перестройки бизнес-процессов компании, а к этому готовы далеко не все.

Но предложение и спрос все же двинулись навстречу друг другу. Вендоры скорректировали свою политику продвижения облаков и готовы к планомерной разъяснительной работе. Заказчики стараются разобраться, как правильно идти в светлое облачное будущее. Провайдеры стремятся нащупать не только сами сервисы, которые будут интересны клиентам, но и их «обвязку» в виде гибкости, надежности, доступности, безопасности, SLA и т.д., без чего заметного роста спроса добиться не удастся.

Компании SMB – как самые динамичные и не очень требовательные к непрерывности ИТ-сервисов – уже активно пошли в облака. «Крупняк» традиционно осторожничает. Но большой потенциал этого рынка признают все.

А потенциальная энергия рано или поздно превращается в кинетическую.

Сервис В

34

Фокус

За облаками
сервисы без
очередей

38

Ракурс
Спрос.

Не что, а как?

paas

xaas

SaaS

IaaS

облаке: предложение ищет спрос

IaaS

SaaS

42

Особое мнение
Клиентоориентированность хороша в меру

44

Сценарий
Облачным сервисам требуется...

48

Позиция
Сначала надо разобраться, что такое облако

50

Концептуальный поворот
Облачный социальный интранет – рабочее пространство будущего

54

Дискуссионный клуб
Облака сквозь рынок

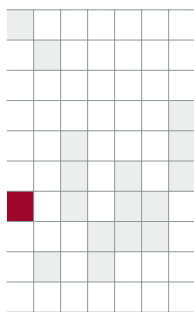
PaaS

IaaS

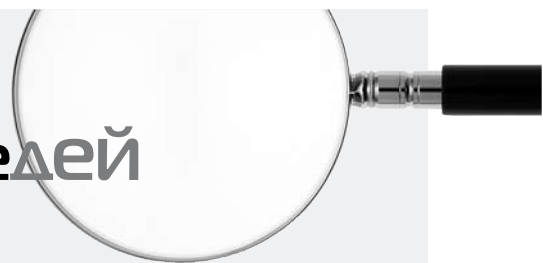
XaaS

SaaS

Фокус



За облаками сервисы без очередей



Идея удобного получения ИТ-сервисов, как электричества из розетки, обречена на жизнь. Однако блиц-крига не получается. Исследования этого сектора рынка показывают, что реализация такой «розетки» потребует длительной и планомерной работы.

Цифры стремятся ввысь

Год назад компания Forrester предсказала глобальный суммарный рост рынка публичных и частных облаков с \$40,7 млрд в 2011 г. до \$241 млрд в 2020 г., т.е. в 5,9 раз. Причем опережающими (пусть и не намного) темпами должен расти рынок публичных облачных сервисов – с \$25,5 млрд до \$160 млрд (в 6,27 раз). И это несмотря на опасения клиентов по поводу информационной безопасности публичных облаков и время от времени случающиеся аварии в дата-центрах провайдеров.

Кстати, одной из стран – лидеров облачного рынка является Австралия, где по прогнозам Gartner в нынешнем 2013 г. объем рынка облачных сервисов превысит \$3 млрд. У России успехи куда скромнее: по данным IDC, в 2011 г. за облачные сервисы российские клиенты заплатили \$59,38 млн (из них на долю публичных облаков пришлось \$27,35 млн). Но облачный рынок растет у нас намного быстрее суммарного рынка ИТ-сервисов, и к концу 2016 г., как считает IDC, его объем должен составить \$460 млн, что соответствует росту со средней скоростью 50% в год (правда, годом ранее IDC предсказывала достижение в 2015 г. отметки в \$1,2 млрд).

Что же касается успехов отдельных моделей облаков, то в последние два года на российском рынке наблюдался быстрый рост объемов IaaS-сервисов, которые, по оценке IDC, в 2011 г. заняли почти половину этого рынка (49,6%), оставив на долю SaaS-сервисов 46,8%, а PaaS – 3,6%. Судя по отзывам некоторых провайдеров, в минувшем 2012 г. IaaS-сервисы продолжали наращивать обороты.

Гораздо более смелые оценки развития российского рынка облачных сервисов дает компания Parallels – 37,7 млрд руб. (\$1,1 млрд) к 2015 г. Причем немалый вклад в этот успех внесет сектор компаний малого и среднего бизнеса (до 250 сотрудников). Это показал проведенный Parallels летом 2012 г. опрос 400 российских SMB-компаний по поводу их облачных реалий и планов. Согласно полученным данным, в 2012 г. только компании сектора SMB потребили облачных сервисов на общую сумму 15,6 млрд руб., т.е. \$466 млн (что превосходит прогнозы IDC по всему рынку к 2016 г.), из которых на долю IaaS-сервисов пришлось 5,8 млрд руб. (\$174 млн), т.е. 37%. Еще 5,8 млрд руб. SMB-компании потратили на бизнес-приложения из облака, 3,4 млрд руб. – на услуги веб-присутствия и 0,6 млрд руб. – на услуги электронной почты и виртуальные АТС. Причем именно бизнес-приложения Parallels считает самым перспективным направлением развития облачных услуг для SMB: к 2015 г. объем этого рынка должен достигнуть 12,5 млрд руб. (\$377 млн).

Мелкие и крупные

О перспективах этого рынка говорят и периодические анонсы новых SaaS-решений, ориентированных на малый и средний бизнес, которые в течение последнего времени делали российские провайдеры, и впечатляющий рост абонентской базы самых популярных таких сервисов. Правда, ничего принципиально нового в этих сервисах нет, с аналогичными автономными программами бизнес-пользователи уже работали – это бухгалтерия, склад, CRM, документооборот и т.п. От облачных версий

упомянутых программ ждут повторения знакомых функций, простого и удобного интерфейса и хотя бы небольших полезных дополнений и возможностей и, конечно, невысокой абонентской платы. Результат может оказаться вполне достойным: например, недавно было объявлено о том, что число пользователей облачного сервиса для ведения бухгалтерии «Мое дело» достигло 400 тыс. (из них 262 тыс. пришли в облако в течение 2012 г.).

Следует также отметить, что на этом рынке появились и агрегаторы облачных сервисов, среди которых, наверное, самый заметный пример – проект Сбербанка «Деловая среда», где сегодня можно найти 20 сервисов разных провайдеров (в том числе офисный пакет от Microsoft, бухгалтерские и CRM-системы, программы для регистрации и ведения бизнеса, сервисы для сдачи отчетности в госорганы, для совместной работы и документооборота). Сложно сказать, насколько успешной будет эта затея в исполнении банковского учреждения (в конце концов, каждый должен заниматься своим делом). Во всяком случае, облачные проекты крупнейших российских телеком-операторов выглядят гораздо более логичными. Ведь никакой облачный сервис не может существовать без широкополосного сетевого доступа, да и другая инфраструктура, необходимая для обеспечения работы массовых облачных сервисов, у нашего главного национального облачного провайдера «Ростелекома» и операторов большой тройки имеется в достаточном количестве. И все они действительно пошли в облачный провайдерский бизнес.

Без креатива

Облачные «Госуслуги» в представлении не нуждаются. Наверное, многие уже попробовали подать заявку на загранпаспорт, узнать задолженность по налогам и штрафам за нарушение ПДД. «МегаФон» не первый год предлагает услуги IaaS. «ВымпелКом» работает и в IaaS-, и в SaaS-сегментах, причем в последнем подавляющее большинство клиентов – это компании сектора SMB. На небольшие компании ориентируется в своих облачных проектах и МТС. Обкатав несколько SaaS-приложений в Белоруссии, компания недавно запустила в России услугу облачных видеоконференций, которую планируется вскоре дополнить другими SaaS-сервисами для малого бизнеса. Такое позиционирование вполне понятно: небольшая и тем более начинающая компания, не имеющая тяжелого груза накопленного за предыдущие годы «железа» и софта, может достаточно безболезненно выстроить свои бизнес-процессы для работы в облаке.

Предлагаемые большой четверкой сервисы нельзя назвать революционными и оригинальными. Экспериментами занимаются другие, а здесь трезвый расчет на массовый рынок традиционных, проверенных продуктов. Хотя в масштабах общего профильного биз-

неса наших операторов облака – это копейки, но они позволяют «быть в тренде» и заодно загружать полезной нагрузкой понастроенные по всей стране дата-центры, как семь лет назад сделала компания Amazon, основным бизнесом которой была тогда интернет-торговля.

А что «у них»?

Теперь имя Amazon прочно связано с IaaS/PaaS-облаком Amazon Web Services (AWS), которое стало примером того, как надо и как не надо (ошибки бывают и у классиков) работать с облаками. Несмотря на разветвленную сеть мощных дата-центров, аварии разной степени тяжести в облаке AWS случаются. Последний, самый резонансный инцидент произошел летом 2012 г., когда удар молнии вывел из строя дата-центр Amazon в Ирландии, из-за чего на два дня была нарушена работа ряда известных интернет-сервисов, включая социальную сеть Instagram. Кстати, предыдущая крупная авария Amazon, случившаяся в 2011 г., имела 10-дневные последствия (в том числе для той же Instagram), так что сокращение времени полного восстановления работоспособности до двух дней можно считать хорошей работой над ошибками. Эти инциденты тем не менее не привели к массовому оттоку клиентов, хотя предложенные компенсации не шли ни в какое сравнение с понесенным ущербом. Все понимают, что строительство собственных суперзащищенных дата-центров обойдется гораздо дороже.

Соревноваться с AWS размерами даже самым крупным нашим провайдерам и в голову не приходит – в стране, занимающей на мировом рынке облачных сервисов сотые доли процента, нет такого платежеспособного спроса на облака, а иностранные заказчики в сколько-нибудь значимых количествах сюда не пойдут. Соревноваться можно используемыми технологиями, качеством сервиса (судя по отзывам

→ На рынке сегодня произошел некий первичный раздел клиентов: вендоры обслуживают «крупняк», телеком-операторы и независимые провайдеры – SMB, а «Ростелеком» – рядовых граждан.

пользователей, оно у AWS далеко от идеала, и это понятно – при таких масштабах бороться за каждого клиента не имеет смысла), ценами (для России они высоковаты) и удобством оплаты. С последним пунктом у российских пользователей большие проблемы: платежные документы, предоставляемые Amazon, российская бухгалтерия не принимает. Так что российские аналоги AWS, пусть и существенно меньших размеров, вполне возможны, и их предварительные версии уже появляются. Во всяком случае, поддержка пользователей на русском языке и организация оплаты сервисов в соответствии с российскими бухгалтерскими нормами нашим провайдерам вполне по силам.

Дополнительным плюсом для самых требовательных клиентов будет обеспечение информационной безопасности в соответствии с отечественным законодательством и предписываемое тем же законодательством размещение некоторых видов данных на территории страны. Так что к физическому приходу в Россию облачных дата-центров Amazon, Microsoft и прочих «акул» (если таковой вообще случится) наши провайдеры могут хорошо подготовиться.

Правила и жизнь

Споры о соответствии сервисов, продвигаемых провайдерами как облачные, тому определению облака, которое в свое время было дано американским Национальным институтом стандартов и технологий NIST, за последнее время заметно поутихли. Возможно, отчасти это связано с нынешней не всегда положительной реакцией потенциальных заказчиков на производные от слова «облако». Агрессивная маркетинговая риторика вызвала в общем-то предсказуемую обратную реакцию, и вендоры вынуждены были поумерить пыл, а некоторые провайдеры даже стали придумывать другие названия предлагаемым сервисам.

Кроме того, и вендоры, и провайдеры, и сами клиенты поняли, что нередко перевод даже части бизнес-приложений и ИТ-инфраструктуры в облачную среду оказывается очень и очень непростым делом, требующим немалых усилий со стороны всех участников, в том числе и заказчиков, так что актуальность вопроса «правильности» и «чистоты» результирующего облака меркнет перед сложностью исполнения проекта. В конце концов, главное, чтобы заказчик был доволен тем, что получилось.

Положительным моментом в деле взросления рынка можно считать образование в минувшем году российской облачной ассоциации Russian Cloud Computing Professional Association (RCCPA), которая была анонси-

рована как «первое профессиональное объединение независимых экспертов, работающих в области создания, развития и внедрения облачных технологий и сервисов». В заявленных ею целях – «выработка единых подходов к формированию и развитию облачных вычислений в России и формирование экспертной площадки для развития российских облачных проектов на международных рынках». Будем надеяться, что энтузиасты из RCCPA внесут свой вклад в дело продвижения облаков в большой и малый российский бизнес, будут способствовать росту взаимопонимания между всеми участниками облачного рынка и выработке критериев качества работы провайдеров и предлагаемых ими сервисов. Во всяком случае, на Западе такие организации существуют давно, и составляемые, например, ассоциацией Cloud Computing Association (CCA) рейтинги и рекомендации по выбору провайдера наверняка помогли многим пользователям.

Потенциальную в кинетическую

Такое превращение энергии предстоит участникам рынка облачных сервисов. Пока же, несмотря на цифры, свидетельствующие о бурном росте и захватывающих перспективах облачного рынка, очередей из клиентов не наблюдается ни у одного из провайдеров. И этому много причин. Общий уровень использования ИТ и автоматизации бизнеса у нас намного ниже, чем в развитых странах мира. Малый бизнес, и особенно тот, который использует в своей работе ИТ, довольно малочислен. Возможно, появившиеся облачные SaaS-сервисы, облегчающие ведение бухгалтерии и общение с госорганами, как-то поспособствуют выживанию небольших компаний, но вряд ли эти облака смогут кардинально изменить общую ситуацию с малым бизнесом в стране.

Большинство сколько-нибудь крупных компаний имеют ИТ-инфраструктуру, построенную с запасом в

Облачные тренды



Руслан ЗАЕДИНОВ,
заместитель генерального
директора, руководитель
направления центров
обработки данных и облачных
вычислений, КРОК

Еще совсем недавно компании, которые по-настоящему занимались облачными технологиями, можно было

пересчитать по пальцам. Остальные же, пользуясь ажиотажем вокруг нового направления, под облачной вывеской продавали свои традиционные услуги. Но в 2012 г. произошел перелом. Крупные игроки, такие, как IBM, HP, Oracle, Microsoft, начали – и это, наверное, главный мировой тренд – строить собственные облачные сервисы на базе своих технологий, отказавшись, наконец, от мысли продать заказчику обычную продукцию под видом облаков.

Еще одна тенденция 2012 г.: ведущие технологические компании стали развивать облачные партнерства и предлагают теперь целый комплекс технологий, который объединяет функ-

ции хранения и резервного копирования, услуги по обеспечению катастрофоустойчивости работы заказчиков, средства безопасности и пр. Партнерства эти хороши тем, что у провайдера появляется возможность приобрести технологии нескольких вендоров. При этом он не обязан быть эксклюзивным представителем вендора, может объединить разные технологии и на их базе предоставлять облачные сервисы заказчику.

Отсюда вытекает третья тенденция – наибольшего успеха в подобных партнерствах добиваются системные интеграторы. У них, как ни у кого другого, получается использовать необходимые для конкретной задачи заказчика

Процесс массовых продаж для десятков и сотен тысяч клиентов должен быть хорошо продуман. Если сервис ориентирован на малый бизнес и домашних пользователей, то это означает, что средний чек будет небольшим, а объем работы по процессингу платежей огромным. Стартап попросту не потянет эту лямку, и необходимо будет привлекать партнеров и дистрибьюторов. Кроме того, сегодня в России практически отсутствуют так называемые облачные брокеры, т.е. компании, которые не предоставляют облачные сервисы сами, а собирают разрозненные предложения в единый пакет и служат единой точкой входа для потребителя.

Антон ЖБАНКОВ, руководитель направления облачных инфраструктур, EMC Россия и СНГ

предкризисные годы и еще не выработавшую свой ресурс. Поэтому проявлять практический интерес к облакам они начнут года через два. А пока крупный бизнес ограничивается, как правило, IaaS-сервисами в частных облаках на инфраструктуре провайдеров, в роли которых часто выступают ведущие зарубежные вендоры.

Но и такое усеченное потребление облаков крупным бизнесом, как показывают данные аналитиков, дает половину объема общего облачного рынка. Так что потенциал у рынка облачных сервисов большой. Однако для реализации этого потенциала в будущем разработчикам и провайдерам сервисов нужно прилагать усилия уже сейчас. Правда, результаты их работы, в том числе успешные, не всегда становятся достоянием общественности, хотя потенциальные заказчики ждут рассказов о реализованных проектах. Когда же они сами переходят в ранг реальных заказчиков, то их уста часто замыкает

печать молчания. Исключения можно посчитать чуть ли не по пальцам, и они известны всему рынку. Провайдеры жалуются: «Проектов много, но светиться никто не хочет». Почему? Наверное, у каждого есть свои уважительные причины. Продвижению облачных сервисов в корпоративные массы такая позиция заказчиков явно не способствует, но с ней приходится считаться.

На рынке сегодня произошел некий первичный раздел клиентов: вендоры обслуживают «крупняк», телеком-операторы и независимые провайдеры – SMB, а «Ростелеком» – рядовых граждан. Ситуация на рынке показывает, что реальные и потенциальные корпоративные пользователи облачных сервисов ждут не революционных инноваций, а традиционных инструментов, упрощающих ведение их основного бизнеса. Нельзя, конечно, сказать, что клиенты полностью удовлетворены предлагаемым ассортиментом и более ничего не хотят. Некоторые хотят, например, облачную версию AutoCAD, но разработчик данного ПО имеет на этот счет другое мнение, да и реальная пропускная способность каналов связи пока не позволяет выносить в облако такие тяжелые приложения. Есть претензии и к развитию российских геоинформационных облачных сервисов, но их надо скорее предъявлять к законодательству и режиму секретности, сопровождающему предоставление сколько-нибудь подробной информации о поверхности собственной страны. Рано или поздно при соответствующих усилиях участников рынка эти и другие проблемы, препятствующие развитию облаков, будут решены.

Получить кусок или хотя бы крошки от будущего пышного облачного пирога хотят многие, но для его изготовления сначала надо построить печь, смолоть муку, подготовить другие ингредиенты и научиться готовить. Впереди трудовые будни по собиранию инфраструктуры, разработке сервисов, правильной организации работы с клиентом и установлению адекватных цен. **ИКС**

Облачные тренды

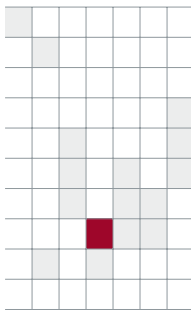
решения производителей, взять на себя капитальные затраты по строительству, как из кубиков составить решение и предложить его конечному пользователю. И если из-за того, что крупные вендоры вышли напрямую к заказчику, в последнее время поговаривали о начале заката системных интеграторов, то сейчас мы видим, что у них появилась новая роль.

Все эти тенденции характерны и для российского рынка, хотя мы на пару лет отстаем в восприятии облачных технологий. Наиболее остро стоит вопрос информационной безопасности: сегодня в России какие-либо стандарты безопасности для облачных сервисов отсутствуют. Прежде

чем появятся реальные методики и технические средства, гарантирующие заказчику тот или иной уровень конфиденциальности в облаках, пройдет еще год-два. Так что бизнес пока не выводит свои основные активы в облака и пользуется только теми сервисами, по которым удастся достичь компромисса о конфиденциальности данных. А вот госструктуры о безопасности данных задумываются в первую очередь. Поэтому решение о переводе в облака у них чаще принимается исходя из модных трендов и бюджетных соображений.

В России множество небольших компаний с огромным потенциалом потребления информационных тех-

нологий. Но, во-первых, руководство компаний SMB не видит прямой связи между правильно выстроенными ИТ-процессами и оптимизацией затрат и воспринимает ИТ-департамент наравне с административно-хозяйственной службой. Во-вторых, грамотных ИТ-специалистов просто неоткуда взять в нужном количестве. А облака предоставляют все те же возможности, что и собственная ИТ-служба, но не требуют большого штата квалифицированных специалистов и высоких капитальных затрат. Так что, возможно, именно в них заключается решение проблемы кадрового дефицита. И если компании поймут это, то будет рост и в облаках.



Спрос. Не что, а как?

По данным опроса редакции «ИКС», на рынке облачных сервисов предложение намного превышает спрос. В чем причины?

По крайней мере одна из причин состоит в том, что уровень предпринимательской активности в стране в целом не очень высок, конкуренция низкая и из-за этого имеющийся спрос на продвинутые ИТ-инструменты серьезно «задавлен». А по оценке Петра Диденко («СКБ Контур»), облака нужны там, где люди реально стремятся успеть сделать больше. Поэтому спрос на облачные сервисы сформировался только в тех сегментах потребителей, где высока конкуренция (например, туристические агентства, веб-студии). С

другой стороны, как отмечает Дмитрий Красюков (SAP СНГ), автоматизация бизнес-процессов не является приоритетной задачей для многих российских компаний, а облачные сервисы – это некая производная от автоматизации. Да и осознание бизнесом ценности ИТ тоже пока находится на начальной стадии.

Спрос с оговорками

Но и для тех, кто понимает ценность ИТ для собственного бизнеса и хотел бы выделиться среди конкурентов, российские облака пока не очень комфортны. В секторе частно-облачных IaaS, ориентированных на крупных корпоративных заказчиков, спрос определяется не столько набором предлагаемых услуг (он в IaaS по определению невелик), сколько соотношением цена-качество. Клиенты облачных провайдеров, конечно же, хотят получить качественный и надежный сервис за небольшие деньги, но, как указывает Антон Салов (MegaLabs), надежный сервис невозможен без серьезных вложений в качественную инфраструктуру и грамотную архитектуру, что, безусловно, сказывается на цене. Поэтому компромиссы тут неизбежны.

Правда, и дешевые IaaS-предложения, несмотря на частые «падения», находят своих клиентов среди тех компаний, которые считают, что не критичные для их бизнеса процессы могут работать и в «импульсном» режиме.

В принципе, участники рынка признают, что уровень предлагаемых облачных сервисов за последние год-полтора заметно вырос. Его задают крупнейшие мировые производители оборудования и ПО (IBM, Microsoft, HP), которые уже работают с крупными российскими корпоративными и государственными заказчиками. Тем не менее и сейчас, по словам Алексея Шумилина («ТБинформ»), нередко возникают ситуации, когда клиенту, желающему со-

В облаке даже безопаснее



Тон на рынке облачных сервисов, предназначенных для крупного бизнеса, задают, конечно же, США. Тенденции американского рынка чувствуются и у нас, хотя российский рынок облаков в этом секторе составляет доли процента от мирового. Наиболее активно развиваются сейчас решения в таких областях, как управление стратегией развития предприятия, управление персоналом и управление талантами; чуть отстают от них CRM-системы; третий тренд – это управление закупочной деятельностью компаний. Следует ожидать, что именно эти направления будут развиваться и в России, хотя бы потому, что здесь располагаются подразделения и дочерние предприятия многих крупных международных компаний, которые обычно проводят единую политику построения корпоративных ИТ-систем.

Их пример, я надеюсь, позволит развеять распространенный у нас миф о небезопасности передачи корпоративной информации в облако провайдера. Например, данные пользователей наших облачных решений хранятся в специализированных дата-центрах, оснащенных всеми необходимыми системами физической и информационной безопасности, тогда как в корпоративной серверной комнате они доступны простому локальному администратору, знающему пароли. К тому же большинство пользователей веб-почты и социальных сетей даже не задумываются о том, что масса их персональных данных уже находится в облаке. Многие из них считают, что хранить почту и файлы на публичном почтовом сервере безопаснее, чем на домашнем компьютере, жесткий диск которого не гарантирован от поломки. На бытовом уровне мы уже изменили свое отношение к уровню безопасности облака. Рано или поздно изменит его и бизнес, ведь он, в конце концов, состоит из таких же индивидуальных пользователей. И еще компаниям нужно помнить, что совсем не обязательно выносить в облако всю ИТ-инфраструктуру, можно ограничиться вспомогательными для бизнеса процессами. Именно такую «нарезку» мы чаще всего видим у своих клиентов.

Дмитрий КРАСЮКОВ, заместитель генерального директора, SAP СНГ

кратить свои затраты и повысить качество обслуживания ИТ-систем, провайдер предлагает не полноценную услугу по аренде инфраструктуры, а фактически лишь рассрочку платежа за оборудование и ПО. Отчасти это объясняется тем, что единого стандарта качества для облачных услуг в России пока нет, так что заказчику при выборе провайдера разумнее всего ориентироваться на его опыт, а если это зарубежный провайдер, то на наличие у него сильного российского представительства или партнеров.

В секторе SaaS, в котором основную массу клиентов составляют компании SMB, ситуация аналогичная: точку отсчета задают Microsoft и Google, а их российским коллегам приходится ориентироваться на них и в уровне SLA, и в ценах. Конечно, SaaS-сервисы могут быть куда более разнообразными, чем IaaS, но фантазию разработчиков сильно сдерживает прагматичный подход заказчиков, которые, как правило, ограничиваются минимальным набором программ, обеспечивающим функционирование их бизнеса. Как считает Михаил Луковников (ГК «Ай-Теко»), в SMB-секторе востребованы либо такие сервисы, как мониторинг ИТ-ресурсов и резервное копирование, либо стандартные для той или иной отрасли бизнес-приложения (почтовые системы, бухгалтерия, управление проектами). Рост спроса определяется тем, насколько производители бизнес-приложений готовы предоставлять ресурсы именно в облачном формате.

По традиции большим успехом пользуются бесплатные SaaS-сервисы с базовым функционалом, а на премиум-версии с дополнительными возможностями спрос на порядки меньше.

Безопасность и SLA

Кроме соотношения цена-качество спрос на облачные сервисы «регулируют» проблемы защиты данных клиентов в облаках, ставшие уже притчей во языцех. По заявлениям провайдеров, все эти проблемы технически решаемы не только в частных, но и в публичных облаках, но опасения у заказчиков все равно остаются. Их можно понять, поскольку периодически появляются сообщения о том, что где-то взломаны аккаунты, а где-то произошла утечка данных. Но при этом часто остается за кадром, что многие подобные инциденты происходят из-за безалаберности самих пользователей. Продвинутое клиенты уже поняли это, и теперь осталось подождать, пока «детская болезнь» боязни облаков из-за их «небезопасности» пройдет у остальных.

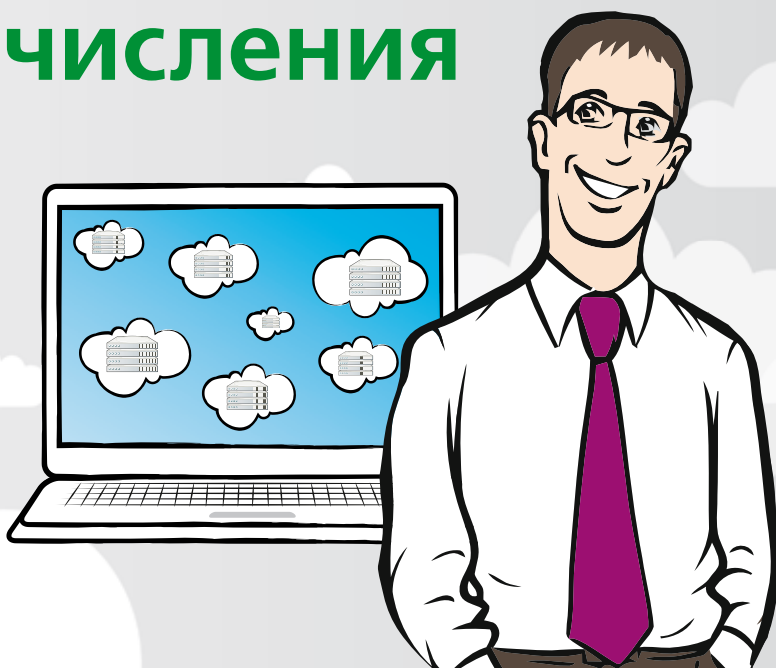
Однако рост спроса на облачные сервисы тормозят и другие проблемы. Одна из них – распределение ответственности между заказчиком, провайдерами связи и провайдером облачных услуг. «Заказчику неинтересно выяснять, в чьей зоне ответственности наступила проблема доступа к услуге, а провайдеры облачных сервисов часто становятся заложниками проблем с линиями связи промежуточных провайдеров. Это дополнительный риск неподконтрольности работы облачного сервиса для заказчика», – указывает Борис Князев (банк ВТБ).

Кроме того, корпоративных заказчиков не устраивает уровень ответственности провайдера за работу сервиса в целом. По идее, все требования к предоставляемому сервису, разграничения полномочий и ответственности заказчика и провайдера должны быть

Облачные вычисления

- аренда облачных ресурсов (IaaS)
- построение частных и гибридных «облаков»
- резервное копирование (BaaS)
- аренда ИТ-приложений (SaaS)

ИТ-решения, реализованные на базе облачной платформы КРОК, отличаются целым рядом технических преимуществ – эластичность, доступность, безопасность.



описаны в SLA. Правда, как отмечает А. Шумилин, российские провайдеры «чаще спрашивают у заказчика: "Что вам написать в SLA?" – чем предлагают готовый, качественный продукт». Получается, что провайдер готов подписаться под чем угодно, лишь бы получить нового клиента, но сомнительно, что он будет действительно выполнять SLA, составленное таким образом.

Принятая у наших телеком-операторов компенсация в размере 1/720 от месячной абонентской платы за один часа простоя сервиса вряд ли устроит серьезного заказчика, но другая крайность тоже нереальна – ни один провайдер не потянет возмещения всех прямых и косвенных убытков клиентов. «Ответственность

провайдера должна быть соразмерна платежам, получаемым от клиента. Идеальное SLA должно отвечать двум условиям: поставщик должен быть заинтересован в его исполнении, но штраф за одну аварию (полностью избежать их невозможно) не должен его обанкротить», – резюмирует Андрей Мелузов (ТК «КОРУС Консалтинг»).

В общем, на вопрос «что предложить клиенту?» ответ у облачных провайдеров уже есть. Но чтобы повысить спрос на это «что», провайдер должен предлагать полноценный сервис, уметь отвечать на вопросы клиента, составлять адекватное SLA и не обещать невозможного. Грамотные заказчики, которых становится все больше, это ценят. ИКС

Не надо изобретать велосипед



Елена НЕЧАЙ

При выборе облачных сервисов провайдеру нужно ориентироваться на актуальные нужды своих корпоративных клиентов, считает Елена НЕЧАЙ, директор МТС по маркетингу и продуктам бизнес-рынка.

– Какие изменения произошли за последнее время на российском рынке облачных сервисов?

– В прошедшем году на рынке появились облачные сервисы, действительно предназначенные для предприятий. Кроме того, облачными сервисами всерьез занялись российские телеком-операторы, которые по большому счету имеют уникальный потенциал для работы в качестве облачных провайдеров. Ведь для того чтобы получить доступ к облачному сервису, пользователю прежде всего нужно просто получить доступ к сети. И будет логично, если оператор, обеспечивающий сетевой доступ, предоставит по своей сети и другие сервисы, в том числе облачные.

– Какие именно облака от телеком-оператора, на ваш взгляд, могли бы пользоваться спросом?

– Думаю, тут не надо изобретать велосипед. Модель SaaS опробована во всем мире многими провайдерами, она же используется в нашем проекте в Белоруссии, запущенном в 2010 г. Самым массовым корпоративным потребителем SaaS-облаков являются компании малого и среднего бизнеса, и как раз на них, на мой взгляд, и следует ориентироваться оператору. Эти компании могут, например, существенно сократить текущие расходы за счет программного обеспечения для поддержки бизнеса в режиме облака. Согласно нашим прогнозам организации SMB-сектора будут потреблять примерно 75% облачных услуг. Таким компаниям нужны вполне традиционные сервисы – бухгалтерские программы, хранилища данных, небольшие системы управления производством, инструментарий для создания и поддержания корпоративного веб-сайта, услуги конференц-связи и т.п. SaaS-решения быстро разворачиваются, просты в использовании, не требуют больших на-

чальных затрат, оптимальны в последующей эксплуатации, и именно поэтому, на наш взгляд, они могут быть интересны малому и среднему бизнесу.

– Как вы намерены решать главную проблему публичных облаков – обеспечение информационной безопасности?

– Проблемы безопасности при предоставлении услуг связи у любого серьезного оператора давно уже решены, и облачные сервисы новых проблем не добавляют. Конечно, максимальной защитой будет обеспечен тот клиент, который приобретает у оператора не только облачные сервисы через публичный интернет, но и доступ в интернет или в корпоративную сеть. Кстати, в этом случае оператор обеспечит и должную скорость доступа к сервисам, что тоже немаловажно. Если же клиент пользуется только облачными сервисами, а интернет-доступ получает от другого провайдера, то он обеспечивается стандартными средствами защиты.

– Готовы ли к такой диверсификации оператора его клиенты?

– Мы хорошо понимаем, что клиенты привыкли получать от телеком-оператора несколько другие услуги и им понадобится время, чтобы освоиться с появлением новых сервисов. Надо также учитывать, что на Западе разного рода аутсорсинговые сервисы уже стали повседневной практикой, а российскому рынку еще только предстоит оценить оптимальность этих решений. С одной стороны, облачный сервис удобен и понятен, но с другой – большинство российских компаний по сложившейся традиции предпочитают иметь собственную ИТ-инфраструктуру. Наша задача состоит в том, чтобы объяснить рынку, и особенно небольшим компаниям, для которых это наиболее актуально, что удобнее и дешевле перенести корпоративные информационные системы в облако. Вполне допускаю, что поначалу клиентов даже придется уговаривать, но, надеюсь, недолго... ИКС

Чем раньше облака исчезнут, тем...

Наиболее востребованные технологии имеют тенденцию исчезать из вида, превращаясь в базис нашей обыденной жизни. Этот путь неизбежно повторят и облака, став способом потребления информационных технологий.

Часто ли мы, пользуясь электронной почтой, общаясь в Facebook и т.п., задумываемся о том, как работает протокол TCP/IP? Просто так работают наши сети. Чем раньше подобным же образом «исчезнут» облачные технологии, тем лучше для всех нас. Мы сможем сосредоточиться на том, что действительно важно: как эти технологии должны использоваться для удовлетворения потребностей бизнеса.

Это будет иметь два главных последствия. Во-первых, ИТ-отделы станут меньше уделять внимание инфраструктуре и сконцентрируются на сервисах, предоставляемых бизнесу. Во-вторых, роль ИТ-директора (CIO) вырастет и выйдет за рамки ИТ-подразделения.

Попробуем выделить 10 наиболее важных для облачных технологий моментов 2012 и 2013 гг.:

1. Шумиха, наконец, закончилась. Ожидания, связанные с облачными вычислениями, долго оставались завышенными, но в 2012-м этот этап в целом был пройден. Облачные технологии быстро становятся зрелыми, и интерес клиентов от общеобразовательных тем переходит к обсуждению преимуществ этих технологий, проблемам, трудностям и путям их преодоления.

2. Спрос смещается от IaaS к PaaS, а также к разработке и тестированию. В течение нескольких лет разговоры велись в основном об IaaS, теперь же на первое место выходит PaaS и желание использовать более высокие уровни абстракции. Большинство компаний еще не понимает, что это кардинально меняет правила игры. Для ИТ-отдела предоставление инфраструктуры как услуги не является чем-то необычным. PaaS же предъявляет гораздо более высокие требования к базовой инфраструктуре и методам управления ею. И еще – разработка и тестирование связывают разработку ПО и эксплуатацию так жестко, как никогда ранее.

3. Начинается трансформация ИТ. Наиболее продвинутые CIO начнут преобразовывать свои ИТ-отделы, отказываясь от структуры, которая строилась вокруг разрозненных технологий, в пользу нового формата, нацеленного на эффективное предоставление сервисов потребителям. Взаимоотношения с бизнесом перейдут на более высокий, сервисоориентированный уровень. В 2013 г. на этот путь будет становиться все больше и больше компаний.

4. Гибридный подход становится нормой. По мере того как крупные корпорации больше будут фокусироваться на сервисах вместо инфраструктуры, потребление сервисов от внешних поставщиков станет нормой. Однако потребность в некоей «внутренней» функциональности побудит их строить частные облака. Результатом будет переход на гибридные облачные технологии.

5. Высшее руководство, включая финансовое, все чаще будет принимать решения об облаках. Требования к ИТ в части гибкости и способности реагировать на изменения растут, и именно это заставляет топ-менеджмент

компаний участвовать в принятии решений по облачным технологиям.

6. Наступает переломный момент для публичных облаков. Конкуренция на рынке IaaS становится все сильнее.

Сервис делается товаром, количество игроков растет, и война цен неизбежна. Мелкие игроки будут вынуждены искать ниши на рынке. Появится новый тип поставщика – брокер облачных сервисов, который сможет связать компании с набором различных облачных сервисов (SaaS, PaaS, IaaS) на базе единой платформы. Для заказчика это облегчит доступ, оплату и управление качеством.

7. Растет важность стандартов. При гибридном подходе только стандарты могут гарантировать легкую миграцию рабочих нагрузок.

8. Простой публичных облаков будут, и весьма заметные. 2012 г. показал: отказ у провайдера публичного облака – это реальность. Из-за чрезвычайной сложности облачных сред нет оснований ожидать, что в 2013 г. отказов не будет. Крупные корпорации, пользующиеся публичными облачными сервисами, будут предъявлять все более жесткие требования к поставщикам.

9. Безопасность и соответствие стандартам остаются важными проблемами CIO. В то же время бизнес-пользователи будут потреблять облачные сервисы, не обращая внимания на проблемы и ставя всю компанию под угрозу.

10. BYOD предпринимает контрнаступление на ИТ. BYOD станет настоящей головной болью для многих CIO. Пользователи по-прежнему будут хотеть смешивать бизнес и личную жизнь на одном устройстве. Защита корпоративных приложений и данных на этих устройствах – непростая задача. Исход сражения во многом будет зависеть от доступности качественных мобильных приложений.



По мере взросления облачных технологий термин «облако» отойдет на второй план. Под облаком мы будем понимать способ потребления информационных технологий. Вычисления (по сути облачные, но уже не называемые таковыми!) и «большие данные» будут все чаще встречаться в одном предложении, поскольку заказчики будут все больше доверять аналитическим способностям социальных сетей в понимании тенденций рынка и потребностей заказчиков.

Самое же важное – то, что рынок облачных вычислений растет!



Андрей СОСНИХИН,
руководитель
направления облачных
вычислений, HP

О
С
О
Б
О
Е
М
Н
Е
Н
И
Е

Клиентоориентированность хороша в меру

Облачные сервисы российских и зарубежных провайдеров сравнимы по качеству, но российские компании готовы дать клиенту больше прав, чем западные коллеги. Как считает ИТ-директор ГК «Рольф» Алексей КРАПОТКИН, это может сказаться на надежности предоставляемых провайдерами услуг.



Алексей КРАПОТКИН

– Ваша компания – уже опытный пользователь ИТ-сервисов. Чем, на ваш взгляд, различаются российские и зарубежные провайдеры?

– В России уже создают надежные дата-центры и обеспечивают высокую доступность их сервисов. Квалификация специалистов, отвечающих за надежность работы серверной инфраструктуры, сравнима с квалификацией западных специалистов, а соглашения об уровне обслуживания у наших крупных провайдеров фактически такие же, как те, что предлагают своим клиентам их западные коллеги.

Но несмотря на то что сервисы, предоставляемые российскими и западными компаниями, практически идентичны, существуют определенные нюансы обслуживания. В частности, если некоторые российские провайдеры готовы по просьбе заказчиков идти на различные отступления от описанных в SLA процессов и процедур, то западные провайдеры этого не допускают и тем самым гарантируют соблюдение всех правил, обеспечивающих функционирование инфраструктуры и предоставление сервиса.

– Вы полагаете, что клиентоориентированность провайдера может быть недостатком?

– Я этого не исключаю. Приведу гипотетический пример. Предположим, крупный заказчик, пользующийся корпоративным почтовым сервисом в облаке стороннего провайдера, почему-либо захотел удалить те или

иные сообщения из ящиков сотрудников. Некоторые российские провайдеры предоставят ИТ-службе такого заказчика прямой доступ к его почтовому серверу. Хотя известно немало случаев, когда после таких операций почтовый сервис переставал работать и начинались разбирательства, кто виноват – заказчик или провайдер. С западным провайдером такой номер не пройдет. Если мы обратимся к своему провайдеру, компании НР, с просьбой о доступе «в порядке исключения» и с объяснениями его крайней необходимости и т.д. и т.п., то получим стандартный ответ, что это не соответствует такой-то процедуре, описанной в договоре. Этот подход приносит нам много неудобств, но, как горькое лекарство, уберегает нас от серьезных неприятностей.

– Как, по вашему мнению, должны строиться отношения заказчиков и провайдеров облачных сервисов?

– Заказчики бывают разные. Есть компании, для которых возможность подключиться и что-то поправить является достоинством провайдера, а кому-то нужны четко определенные сервисы. Здесь как в автосервисе: одним важно лично видеть, как их машину ремонтируют, а другие в это время пьют чай, а потом забирают машину и уезжают.

В данной ситуации нет единого рецепта того, как должны строиться взаимоотношения между клиентом и провайдером. ИКС

Электронная подпись для веб-порталов и облачных сервисов

Безопасность – важнейшее требование при работе с юридически значимыми документами. Обеспечить ее в рамках облачного сервиса или веб-портала помогают специализированные решения.

Если на стороне технологической площадки сервиса создать эффективную систему защиты несложно, то на стороне клиента всегда приходится искать баланс между безопасностью и удобством работы. Поэтому именно на клиентов направлено острие атак злоумышленников, наиболее распространенные из которых – кража ключей электронной подписи (ЭП), несанкционированное использование носителя ЭП и подмена подписываемого документа. Таким образом, при построении или модернизации веб-сервиса, обрабатывающего юридически значимые документы, необходимо достичь трех целей:

- комплексной информационной безопасности в недоверенной среде пользователя;
- соответствия требованиям российского законодательства в области использования средств криптографической защиты информации;
- простоты и удобства работы пользователя.

Еще несколько лет назад для этого понадобились бы несколько различных средств, но сегодня существуют системы, объединяющие в себе всю необходимую функциональность.

Схема решения



Решение от «Аладдин Р.Д.» предоставляет возможность работать с веб-приложениями в безопасном режиме, используя практически любой компьютер или мобильное устройство (iOS, Android и т. д.) с подключением к интернету. При этом обеспечиваются взаимная двухфакторная аутентификация клиента и сервиса, конфиденциальность передаваемых данных, формирование и проверка квалифицированной ЭП веб-форм и файлов с помощью российских криптографических алгоритмов. В результате предложенное решение позволяет организовать доверенное юридически значимое взаимодействие клиента с веб-сервисом в рамках сеанса браузера.

Безопасность работы с веб-сервисом в значительной степени достигается применением электронных ключей.

Это USB-токены, смарт-карты, банковские либо Secure MicroSD-карты с реализацией сертифицированной российской криптографии «на борту». Устройства построены на высокозащищенной платформе, разработанной для смарт-карт. Встроенный генератор псевдослучайной последовательности и неизвлекаемые закрытые ключи позволяют выдавать сертификаты на срок до трех лет с возможностью самостоятельной регенерации ключей клиентом без использования дополнительных СЗИ и СКЗИ.

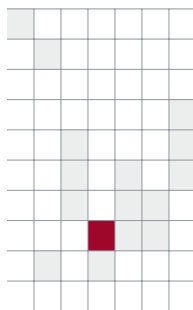
Следующим «кирпичиком» решения является кросс-платформенный мультибраузерный плагин. В момент первого посещения портала плагин подгружается автоматически и вне зависимости от клиентской операционной системы (MS Windows, Linux, Mac OS) устанавливается во всех распространенных веб-браузерах: MS IE, Firefox, Chrome, Opera, Safari. Именно этот компонент обеспечивает взаимодействие веб-приложения с электронным ключом в рамках сеанса браузера.

Для поддержки коммуникации с плагином, работающим на клиентском компьютере, на стороне сервиса необходим специализированный модуль. Поскольку архитектура и логика всех веб-приложений различны, то предоставление этого модуля в скомпилированном виде нецелесообразно. Обеспечить взаимодействие модуля с веб-сервисом позволит комплект разработчика, содержащий необходимые примеры кода и методологию встраивания. С помощью этого компонента без серьезных усилий разработчик может сформировать защищенный канал передачи данных и реализовать набор действий с ЭП и цифровыми сертификатами, применяя на стороне сервера российскую криптографию.

Таким образом, применение предложенного решения представляет интерес как для вновь создаваемых сервисов, так и для уже существующих, поддерживающих работу с криптографией. При этом значительно расширяется парк устройств, с помощью которых осуществляется доступ, уменьшаются требования к квалификации пользователей и обеспечивается достаточный уровень безопасности клиентов при работе с документами, имеющими юридическую силу.



Максим ЧИРКОВ,
руководитель
направления развития
сервисов ЭП,
«Аладдин Р.Д.»



Облачным сервисам

требуется

Простых рецептов создания успешного облака нет. В этом проекте должны соединиться чисто «железные» и совсем нематериальные вещи: идея и ее реализация, ИТ-инфраструктура и сети доступа, стандартизация и интеграция сервисов, грамотное их позиционирование и раскрутка, обучение пользователей и решение массы их проблем. И все это требуется, требуется, требуется.

...требуется хорошая инфраструктура

Изобретательность и профессиональность создателей облачных сервисов должны иметь прочную «железную» базу.

За последние годы появилось довольно много компаний, предлагающих облачные сервисы. Причем есть среди них и те, которые предлагают корпоративные приложения с функциями автоматизации, рассчитанные на широкий круг компаний, – бухгалтерские программы, ПО для управления складом, CRM-приложения. Пока их использование не назовешь массовым, но именно по этому пути пойдет продвижение облачных сервисов и решений в бизнес, и именно с таких программ в свое время начиналась автоматизация советских предприятий.

Для историй успеха разработчиков и провайдеров облачных сервисов, работающих на российском рынке, время пока не пришло, потому что успешной можно называть компанию, работающую в этой сфере хотя бы пять-семь лет, а таких «старожилов» на рынке еще нет.

Сейчас в России есть фактически только один успешный облачный проект. Это «Госуслуги», которые хоть и несколько коряво выглядят, и периодически «падают», но все-таки работают: можно и паспорт заказать, и налог заплатить, и с оплатой ЖКХ там начались какие-то подвижки. Получается, что реально работающий сервис смог запустить не самый креативный провайдер и не тот, у кого самые профессиональные программисты, а тот, у которого просто есть ресурсы – дата-центры, магистральные

каналы связи, сети доступа и т.д.,

т.е. солидная инфраструктура. Именно ее недооценивают некоторые разработчики облачных сервисов. Нельзя создать облачный сервис усилиями трех человек и одного сервера, таким составом его можно только придумать.

Можно разработать интересные приложения с полезными функциями, которые понравятся пользователям, но если нет широких каналов доступа, не обеспечено масштабирование и резервирование, то работать в нормальном режиме все это будет недолго, и аварии разной степени серьезности и длительности гарантированы. И все планы провайдера по привлечению массы пользователей будут пустыми фантазиями, поскольку, создав даже самый замечательный по своим функциональным возможностям сервис, провайдер не подумал о том, что у этого сервиса действительно появятся пользователи в сколько-нибудь заметном количестве.

Да и одной технической подготовки облака тоже недостаточно: облачный сервис нужно уметь еще и продать пользователю, сформировать спрос на него. Особенно если речь идет о платных корпоративных приложениях. У корпоративного пользователя не может возникнуть спрос просто на облако или просто на какое-то приложение: чтобы перейти-



Феликс МУЧНИК,
гендиректор,
«Софткей»



...требуется экосистема

Облачные стартапы часто путают создание сервиса с получением от него денег. Они думают, что продажи сервиса, выставленного в Сеть, пойдут автоматически. Но раскрутить проект стоит едва ли не дороже, чем его создать. Нужно нанимать профессионалов, которые умеют такие сервисы раскручивать, и тратить много денег, потому что реклама в Сети стоит дорого.

Не получив желаемой реакции рынка, стартапы быстро начинают понимать, что в одиночку им не пробиться. Нужна экосистема. На Западе каждый новый облачный стартап еще до выхода на рынок ищет варианты альянсов со «звездными» компаниями. Поэтому тенденция на развитие экосистем очевидна. Например, в нашу экосистему APS (Application Packaging Standard), которая позволяет облачным стартапам выйти на конечных клиентов через провайдеров услуг, только за 2012 г. влились порядка 100 проектов, а другие еще стоят в очереди, чтобы «запаковаться» по нашим спецификациям.

Сервис-провайдеры, которые продают не свои сервисы, часто думают, что их проект станет успешным, как только они создадут витрину из облачных сервисов. Здесь нужен более тонкий подход. Во-первых, сервисы надо набирать так, чтобы они были интересны клиентской базе, которую уже сформировал провайдер. Во-вторых, провайдер должен давать клиентам облачного маркетплейса какую-то очевидную дополнительную ценность – например, интегрировать сервисы между собой в рамках провайдера-агрегатора. В этом случае нужно иметь либо свой ресурс разработки (собственный штат программистов), либо ту самую экосистему, которая изначально умеет это делать. В-третьих, продвигать такую услугу нужно как пакет «must-have-приложений» для малого бизнеса, где есть веб-сайт, сервис почты, CRM, бухгалтерия, сервис отправки отчетности и др., и выставлять за этот пакет единый счет.

Константин АНИСИМОВ, директор по маркетингу и альянсам, Parallels в России, СНГ, странах Ближнего Востока, Израиле и Африке



ти с имеющегося у него автономного приложения на облачное, бизнес хочет понимать, какой процесс он может с помощью этого приложения автоматизировать. А чтобы он согласился потратить на это деньги, облачное решение должно не только замещать старый продукт, но и иметь дополнительные функции. Если

облачная «бухгалтерия» имеет все возможности локальной версии и плюс к этому поддерживает какие-то еще функции, тогда понятно, зачем идти в облака.

Вышеупомянутая автоматизация, начавшаяся 20 лет назад, заменяла ручной труд на счетах или калькуляторе. Сейчас ситуация другая: облачные решения должны

Весенний тест-драйв VDI в DataLine!

Весна в облаке **DataLine** начнется **14 февраля** с бесплатного тест-драйва услуги **VDI** (виртуализация рабочих мест)!

Отправьте запрос на **VDI@DTLN.RU** и получите **5 тестовых VDI** на **2 недели**.

Задать любой вопрос об услуге и тест-драйве можно также по телефону **+7 (495) 784-65-05**



заменить существующую автоматизацию, с которой компании плохо ли, хорошо ли, но уже освоились. Тогда нестрашно было потерять информацию, поскольку в калькуляторе все равно ничего не сохранялось, а сегодня уже есть что терять. Многие уже проходили переезды с машины на машину, а тут придется переехать с сервера в облако. Проблема безопасности и сохранности данных в этом деле является главной. Но к ней необходимо добавить и финансовую проблему: уже фактически пять лет весь наш бизнес живет в антикризисном режиме и продолжает сокращать ИТ-бюджеты. Причем, если руководство компаний может относительно легко согласиться оплатить лицензии на ПО

или новый сервер взамен старого, отработавшего четыре года, то убедить его перейти на какие-то непонятные облачные сервисы даже ведущих мировых вендоров достаточно сложно. А если сюда добавить еще и неудобство оплаты этих сервисов, то становится ясно, что быстрого перелета в облака, в течение ближайшего года или двух, ждать не приходится.

Взрыв спроса произойдет, когда объединятся мощная инфраструктура, правильные облачные решения, серьезные инвестиции в маркетинг облачных сервисов, удобные правила их оплаты, готовность пользователей. Тогда года через три из этих притоков образуется настоящая река. **ИКС**

...требуется дорожная карта перехода в облако

Зачастую потенциальных клиентов от перехода в облака удерживает недостаток информации о самом переходном процессе.

Во всех сегментах рынка облачных сервисов, независимо от специализации и размера компаний, для которых они предназначены, предложение сегодня превышает спрос. Подавляющее большинство потенциальных клиентов пока не очень понимают, что именно им нужно. Некоторые обращаются к облачным провайдерам в стремлении сократить издержки на персонал, исходя из того, что покупать сервисы вроде бы удобнее и дешевле, но полностью перейти в облако не готовы. Часть клиентов задумывается об облаках, когда заканчиваются ресурсы имеющегося у них «железа» или приходит время менять старые серверы. Проще всего небольшим компаниям, еще не успевшим обзавестись серьезными информационными системами, — в этом случае миграция в облако проходит довольно легко и с технической, и с психологической

точки зрения. А наибольшая клиентская готовность наблюдается в секторе элементарных облачных сервисов IaaS, потому что почти все уже знают, что такое виртуальные машины и как с ними работать. Второй по готовности сектор — это SaaS, поскольку покупка почтовых ящиков или лицензий на ПО по подписке обычно особых проблем не вызывает.

Компаний, которые четко понимают, зачем им нужны облачные сервисы, знают особенности и проблемы перехода в облако и уже сделали этот переход, на российском рынке пока немного. Даже крупные компании, имеющие собственных квалифицированных ИТ-специалистов, часто недооценивают сложности миграции. И это в принци-



Александр ВЛАСОВ,
руководитель
департамента ИКТ,
T-Systems CIS

...требуются бизнес-процессы и грамотные SLA



При использовании публичных облачных сервисов большой проблемой для российских компаний становится непроработанность или отсутствие бизнес-процессов. Если на Западе модель облачного размещения инфраструктуры или услуг плавно интегрируется в существующие бизнес-процессы организаций, то российской компании, захотевшей воспользоваться облачными сервисами, скорее всего потребуются серьезная модернизация бизнес-процессов или вообще создание их с нуля.

Весьма важен и вопрос пользовательского соглашения, которое предлагает оператор облачной инфраструктуры. Зачастую соглашение преподносится компаниям в неприемлемом виде, без учета их специфики и требований и/или без четкого разграничения прав и ответственности сторон. Например, в соглашениях с провайдерами редко описываются ситуации с недоступностью сервиса или проблемы с каналами передачи данных. В результате перенос в облако даже такого простого функционала, как электронная почта, может негативно сказаться на бизнесе организации. Компания может понести серьезные убытки от простоев почты, но никто не будет за это отвечать. Провайдер представит доказательства, что почтовый сервер в облаке работал исправно, и все спишут на нестабильные каналы. На Западе в стандартных SLA сторонами, как правило, являются все участники, отвечающие за предоставление услуги, т.е. и провайдер облака, и интернет-провайдер (особенно для частных облаков). Таким образом, предлагая услугу по переносу инфраструктуры или ряда процессов в облако, провайдер может не только дать гарантию, но и контролировать исполнение заявленного качества услуг. К сожалению, в России такая практика пока мало развита, и в процессе выявления причины сбоя или недоступности сервиса каждая сторона сможет перекладывать ответственность, например, на пресловутый канал передачи данных.

Олег ГЛЕБОВ, специалист по информационной безопасности, «Андэк»

...требуется интеграция

Самые простые для восприятия клиентов облачные сервисы – это те, которыми в России пользуются давно, т.е. электронная почта и обмен файлами. Немногим менее знакомы корпоративным клиентам такие сервисы, как календарное планирование, списки дел, управление проектами и организация совместной работы. Но есть и другая категория облачных продуктов (например, сервисы со встроенными информационно-аналитическими инструментами), внедрение которых, как правило, связано с сильным изменением сознания потребителя и парадигмы его работы.

Российские предприятия сегмента SMB постепенно осознают необходимость повышения культуры управления бизнесом. Однако целостной системы управления они обычно не создают, а ограничиваются решением одной-двух особенно важных для них задач (оценивают нагрузку на сотрудников, их продуктивность и правильность выполнения ими корпоративных сценариев; оптимизируют бизнес-процессы, связанные с продажами или обслуживанием клиентов и т.д.). Потом они находят новые участки бизнеса, где требуется оптимизация, и вновь ищут решение. И так без конца. Конечно, пройдет время, и на облачном рынке сложится общепринятая сегментация, набор товарных категорий, появятся технологии интеграции. Пока же серьезной проблемой является отсутствие принятых рынком стандартов, технических решений и конкретных инфраструктурных сервисов для интеграции облачных сервисов прикладного уровня, т.е. своего рода middleware для облаков.

Многие облачные сервисы – это пока не совсем целостные продукты, предполагающие наличие не только «материнской» услуги, но и ее окружения, т.е. всех тех, кто продукт устанавливает, ремонтирует, продает. Когда сервис можно будет купить, настроить и отремонтировать в одном месте, когда абонентское оборудование будет в какой-то степени уже увязано с сервисом, когда функционал нескольких продуктов можно будет легко интегрировать между собой и, следовательно, любой представитель SMB и SOHO сможет за разумные деньги получить несколько продуктов в одном, тогда категория облачных продуктов станет целостной в полном смысле слова.

Вопрос интеграции облачных сервисов друг с другом постоянно всплывает на отраслевых мероприятиях, в среде поставщиков, им задаются и бизнес-пользователи. Полагаю, что в течение ближайших двух-трех лет он решится, и интеграция сервисов станет мощным катализатором очередного резкого взлета облачного рынка.

Дмитрий БЫЗОВ, гендиректор, «Манго Телеком»



пе объяснимо: на конференциях вендоры и провайдеры дружно рассказывают, какое светлое будущее ждет заказчиков в облаках, демонстрируют кейсы уже работающих с облачными сервисами клиентов, но о том, как именно эти клиенты пришли в светлое будущее из их прежнего состояния, какого труда это стоило и провайдеру и заказчику, обычно умалчивают. Многие потенциальные заказчики, несмотря на отсутствие объективной информации о миграции, все же понимают, что переход будет нелегким, чувствуют свою неготовность к нему и потому не спешат. Эта неготовность не столько техническая и организационная, сколько ментальная: люди боятся нового и боятся потерять контроль над своими данными.

Кстати, на Западе у провайдеров облачных сервисов и системных интеграторов есть специальные департа-

менты, которые занимаются именно миграцией клиентов в облако или из одного облака в другое. А у нас сейчас ситуация на рынке напоминает картину преодоления стадом антилоп реки, полной крокодилов. Сначала все долго стоит на обрыве и ждут, когда решатся броситься в воду первые смельчаки, а потом вслед за ними устремляются все остальные. Клиенты пока выжидают, когда же другие отправятся в облако. Причем ждут не только информации о выполненных проектах, но и рассказов о подробностях движения из пункта А в пункт Б. Думаю, что вендоры и провайдеры должны предоставлять клиентам дорожную карту перехода в облако, где по шагам описана процедура этого перехода для разных исходных и конечных точек. Тогда дело пойдет быстрее и будет не столь пугающим. **ИКС**

...требуется СТАНДАРТИЗАЦИЯ

Стандарты, признаваемые всеми игроками, сделают рынок облачных сервисов более цивилизованным, но для их выработки нужна унификация.

Самым большим изменением на российском рынке облачных сервисов за последние два года я считаю смену направления вектора спроса со стороны корпоративных пользователей. Если раньше наиболее популярны были сервисы SaaS, то теперь в тренде и сервисы аренды инфраструктуры – IaaS.

SaaS-сервисами сейчас в основном занимаются такие вендоры, как Google – с

приложениями Google Apps и Microsoft – с Office 365. Первоначально облачные сервисы ориентировались на верхнюю часть сектора SMB, а сегодня арендой инфраструктуры как в частных, так и в публичных облаках стали активно интересоваться большие серьезные компании – банки, промышленные предприятия, ритейловые сети, крупные маркетинговые, кадровые и PR-агентства



Андрей ГАРКАНОВ,
руководитель
отдела маркетинга
департамента
облачных технологий,
Softline

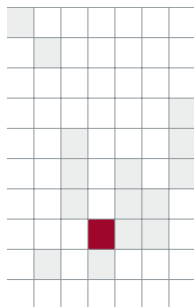
с разветвленной сетью филиалов. Конечно, они выносят в облако далеко не все свои сервисы, но тенденция налицо – они высвобождают собственные мощности под более значимые проекты и выводят в облако некритичные для них сервисы. Причем если раньше в облака выносились самые простые сервисы, прежде всего электронная почта, то сейчас наметился крен в сторону тяжелых ресурсоемких решений.

Предложение на рынке облачных сервисов заметно превышает спрос, однако явно выраженной конкуренции между провайдерами и борьбы за каждого клиента тоже не наблюдается. Поэтому рынок до сих пор не выработал никаких общепризнанных критериев качества сервисов, хотя разговоры об этом ведутся давно. За рубежом есть, например, ассоциация Cloud Computing Association (CCA), объединяющая сервис-провайдеров облачных решений и конечных пользователей, которая совместными усилиями своих участников выработала некий свод правил для облачных сервисов, определила критерии ранжирования провайдеров по нескольким уровням и составила рекомендации для

пользователей по выбору провайдера в соответствии с требованиями к доступности сервиса, уровню защиты данных, набору сервисов и т.п.

Что-то аналогичное хорошо бы сделать и в России, потому что наличие пусть и неофициальных, но признанных сообществом стандартов должно сделать рынок облачных сервисов более цивилизованным. Уже не раз провайдеры в рамках профессиональных конференций поднимали этот вопрос, но пока так ни о чем и не договорились. Объясняется это, скорее всего, тем, что рынок по своим объемам еще мал, а провайдеров слишком много, и они очень разные. С ростом популярности облачных сервисов борьба за клиентов активизируется, и тогда у провайдеров будет больше стимулов для согласования позиций. Кроме того, пока на рынке слишком много разных облачных платформ, и каждый провайдер норовит построить нечто уникальное, собирая аппаратный комплекс и программную платформу из продуктов нескольких вендоров. А для выработки стандартов нужна хотя бы минимальная унификация. Возможно, она появится в ходе консолидации рынка. **ИКС**

ПОЗИЦИЯ



Сначала надо разобраться, что такое облако

Поставщикам облачных систем следует помнить, что принимать решение о переходе в облако будут не айтишники, а руководители бизнеса, которые должны понимать, что такое виртуальная среда, VDI, облако и прочее. И в обретении этого понимания им нужно помочь.

Правила торговли облаками

В 2011 г. и даже в начале 2012 г. от вендоров можно было услышать прямолинейный призыв «покупайте наши облака, самые облачные в мире», а крупные поставщики, работающие в разных направлениях, к названиям своих продуктов сплошь и рядом просто добавляли магическое

слово «cloud». Но эти потенциально «облачные» продукты даже от одного вендора требуют сложнейшей работы для интеграции их друг с другом, и даже весьма ИТ-продвинутым компаниям, которые уже внедрили у себя крупные виртуализированные системы, оставалось непонятно, где заканчиваются их виртуальные серверы и начинается облако, какое отношение к облаку имеют виртуальные рабочие места и виртуализа-

ция приложений, и что вообще дает облако бизнесу.

И вот серьезные поставщики, в числе которых можно отметить Microsoft, IBM и HP, наконец осознали, что им надо перестраивать стратегию продаж облачных решений, потому что облако – это не новый компьютер, который заведомо лучше старого и поэтому для его продажи не нужно прилагать особенных интеллектуальных усилий. Облако – это гораздо более сложное явление, в котором клиенту, прежде чем он согласится хоть что-нибудь купить, нужно сначала разобраться. А для этого потенциальному заказчику нужно объяснить преимущества технологии, честно рассказать о ее опасностях и сложностях перехода.

Стал ясен и второй важный момент: крупные организации передавать свои информационные активы в публичные облака не планировали и пока не планируют. На нынешнем этапе их можно «раскрутить» только на



Александр ШИБАЕВ,
начальник управления
эксплуатации
обеспечивающих
систем МЦИ,
Банк России

частные облака. Но и их внедрение тормозится отсутствием у клиентов понимания сути облака и целостной картины его функционирования.

Самообразование заказчиков

Одновременно обозначился встречный процесс: накопление знаний и опыта у потенциальных корпоративных пользователей частных облаков. Так, в Банке России в прошлом году был создан облачный стенд. Причем работы велись не потому, что ЦБ имеет конкретные планы перехода на облачные технологии, а потому, что оформилось понимание: переходить в облако все равно придется, но прежде надо уяснить себе, что к чему.

С «железной» точки зрения создать облачный стенд несложно – это четыре стойки сервера. С программной – это интегрированный комплекс продуктов управления, учета и контроля работы абсолютно всех аппаратных и программных компонентов, развернутый на виртуальных серверах. Несколько месяцев работы этого стенда показали, что технических проблем с организацией облака почти нет и все они решаемые. Для создания нашего тренировочного облака потребовалось больше двух десятков программных продуктов. Как выяснилось, установка, интеграция их друг с другом и соответствующая настройка пока под силу либо представителям вендора, либо самым квалифицированным специалистам системных интеграторов. Но никто и не ожидал, что для создания частного корпоративного облака солидной организации достаточно будет набора «собери сам».

Что касается проблемы информационной безопасности, которая остается главным аргументом против облака, то работа над проектом стенда показала, что продукты, которые закрывают вопросы ИБ, актуальные для крупных организаций, вендорами уже выпущены. Мы, конечно, испытали лишь малую их часть, но вывод один – все работает. Да, это совершенно новые продукты, которые нельзя назвать следующими версиями традиционных систем ИБ для «физического» мира.

Облако кардинально изменяет рабочее место и функции администратора ИБ, ответственного за АРМ пользователей: с одной консоли осуществляется контроль всех рабочих мест в части наличия и актуальности антивирусного и другого ПО защиты информации. Когда у пользователя на столе останется клавиатура и монитор, подключенные к корпоративной сети, а все приложения переместятся в облако, администраторам ИБ уже не надо совершать регулярные обходы нескольких тысяч компьютеров. Они получают возможность со своего рабочего места моментально видеть потенциальные нарушения и попытки несанкционированных действий и приобретают обязанность так же быстро на эти нарушения реагировать. Это не комиссионное расследование нарушений и составление актов, а прямое участие в бизнес-процессе! К такому изменению рабочих функций служба ИБ пока не готова.

Перестройка мышления

Перед организацией, задумывающейся о переходе в облако, обязательно должен встать вопрос – повы-



Мы предлагаем новый подход к формированию интерфейса доступа бизнес пользователя к функциям корпоративных приложений

УПРАВЛЕНИЕ НА КОНЧИКАХ ПАЛЬЦЕВ

Преимущества наших разработок мобильных приложений:

- Минимально необходимый набор функций доступных в любое время и в любом месте;
- Поддержка двух принципов работы: онлайн и офлайн;
- Качественно оформленный интерфейс в корпоративном стиле;
- Интеграция с бэкэнд системами и использование уже созданных наработок (профилей авторизации, функциональных модулей, моделей данных, запросов к хранилищу и т.д.).

Реклама

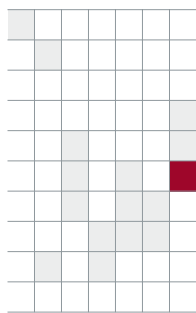
www.saprun.com

сится ли эффективность ее работы после такого перехода? Да, повысится, но только в том случае, если приложения будут разработаны специально для облака. С публичными облаками в этом смысле все понятно – о разработке облачных приложений заботятся провайдеры. А что делать при переходе в частное облако крупной организации, имеющей массу унаследованных приложений, зачастую написанных пять-десять лет назад, когда облаков еще не было? Пересмотр идеологии создания корпоративных приложений – дело небыстрое и непростое, а перенос уже имеющегося приложения в облако вызывает у заказчика закономерные вопросы: что представляет собой этот перенос? это перенос на виртуальный сервер? в виртуальную среду? а виртуальная среда – это уже облако? И чаще всего выясняется, что под облачной средой понимается всего лишь виртуальный сервер, процедура развертывания которого существенно проще, чем физического.

Внедрение облака потребует от компаний не только технической и организационной перестройки, но и перестройки мышления: ИТ-подразделение становится провайдером ИТ-сервиса, а мы – потребителями этого сервиса. Облако позволяет ввести понятие SLA для корпоративной информационной системы, т.е. перейти на терминологию пользователя. Но критерии SLA еще предстоит выработать.

Серьезным отличием частного облака от публичного является еще и то, что для клиента последнего уровня риска определены провайдером – минуты простоя внесены в договор, риски утраты данных и остановки бизнеса для небольшой компании довольно легко просчитываются и к ним можно адекватно подготовиться. Риск перехода в частное облако для крупных организаций, распределенных по всей территории страны, пока понятен намного меньше. Но это лишь означает, что вопрос надо изучать. ИКС

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ



Облачный социальный интранет – рабочее пространство будущего



Облачные технологии в недалеком будущем станут основой симбиоза корпоративной коммуникационной среды и функционала социальных сетей, который кардинально поднимет эффективность бизнес-процессов.

Сегодня крупный бизнес рассматривает облака как возможность высвободить часть внутренних ресурсов для развития приоритетных для организации направлений. Средний и малый бизнес вместе с облаками получает в свое распоряжение сервисы уровня, ранее недоступного ему в силу высокой стоимости. Однако с наступлением новой информационной эпохи, которая требует от компаний гораздо большей открытости и динамичности, приближается момент, когда наличие единой корпоративной коммуникационной среды станет обязательным для успешной конкуренции.

Единая коммуникационная среда подразумевает открытое коллективное обсуждение рабочих вопросов и полную информационную прозрачность организации. В ней есть все необходимые инструменты и технологии для координированной работы групп по достижению общей цели, вне зависимости

от их принадлежности к тем или иным

подразделениям. Она обеспечивает высокую скорость коммуникаций и принятия решений. Ключевое требование к подобной корпоративной среде – доступность всех необходимых для работы ресурсов вне зависимости от местонахождения пользователей и используемых ими устройств, т.е. доступ должны иметь не только штатные сотрудники, находящиеся в офисе и вне его, но и аутсорсеры, работающие удаленно. Облачное решение как нельзя лучше отвечает этим требованиям.

Но нужно помнить, что доступность инструментов не должна зависеть от их типа. То есть у планшетных компьютеров и смартфонов должны быть те же возможности работы в облачной системе, что у ноутбуков и ПК. Отсюда



Сергей РЫЖИКОВ,
гендиректор,
«1С-Битрикс»

возникает необходимость в мобильных приложениях, которые обеспечивают непрерывную доступность системы и рабочих инструментов для всех пользователей. Это означает, что нужна поддержка всех распространенных мобильных платформ (iOS, Android, Windows Phone) и концепции BYOD, позволяющей снять ограничения на возможности работы пользователей за пределами офиса. Современные облачные решения предоставляют для этого достаточный уровень надежности и безопасности.

Органично дополняет концепцию единой корпоративной коммуникационной среды внедрение в повседневную бизнес-активность социальных функций и механизмов, зародившихся в публичных социальных сетях – Facebook, Twitter, LinkedIn и т.д. Удобные и хорошо знакомые по социальным сетям функции приносят дополнительную интерактивность в рабочие процессы: в «ленте новостей» собирается вся информация о важных для пользователя событиях, комментарии позволяют обсуждать события, задачи и действия коллег, персональные профайлы содержат все необходимые данные пользователя, «лайки» дают мгновенную обратную связь, а возможность самостоятельного формирования групп для координации действий позволяет организовывать совместную работу.

Логичным итогом миграции функционала социальных сетей в корпоративные интранеты является социальный интранет, т.е. общее информационное пространство, которое объединяет в себе необходимые

рабочие инструменты, механизмы взаимодействия и управления с привычными возможностями социальных сетей. Как показывают западные исследования, таким образом удастся уменьшить поток писем почти в три раза и примерно на 25% сократить затраты времени на всевозможные совещания и планерки. Возможность самостоятельно формировать рабочие группы и совместно работать над задачами ускоряет их выполнение на 20–30%. Сами рабочие процессы в значительной степени деформализуются, что ускоряет прохождение бюрократических процедур и упрощает большинство привычных действий. Формируется комфортное рабочее пространство, где стрессовая нагрузка на пользователей существенно снижена. Такое пространство способствует раскрытию потенциала сотрудников, серьезно повышает эффективность индивидуальной и коллективной работы.

Работы по созданию универсального инструмента, который включает в себя облака, единую коммуникационную среду, полную мобильность и социальность, активно ведутся и на Западе, и в России. Социальные интранеты – мощный тренд, претендующий на массовое распространение. Результаты первой волны внедрений в Европе и Америке позволяют ожидать, что традиционные интранеты со временем будут вытеснены социальными. И, вероятнее всего, уже в обозримом будущем облачные социальные интранеты станут таким же обыденным явлением, как сегодняшние внутрикорпоративные сети. ИКС

Скоро лето.
Хочешь
ОТДОХНУТЬ
без забот?

Размести инфраструктуру
в надежном
ОБЛАКЕ
ИТ-ГРАД
и **отдыхай** спокойно!

ИТ-ГРАД - первый в России сервис-провайдер VMware

Облачные горизонты отечественного ИТ-ландшафта



Владимир КУРИЛОВ

– Как, на Ваш взгляд, соотносятся выводы аналитиков и те процессы, которые происходили на российском облачном рынке за последние год-полтора?

– Прогнозы аналитиков читать всегда интересно, но еще интереснее потом сравнивать их с реальностью. На российской территории разница довольно заметная, поэтому можно сказать, что наша страна, храня национальные традиции, и в облака идет своим путем. Прежде всего отмечу, что ситуация в секторах частных и публичных облаков кардинально различается. В частных облаках ни о каком росте в разы говорить не приходится. Да, заказчиков, которые обращаются к нам с запросами на модернизацию своих дата-центров и создание частного облака, немало, и это, наверное, подтвердят многие системные интеграторы, занимающиеся подобными проектами. Но после предварительных переговоров отсеивается каждый второй заказчик, а до фактической реализации доходит лишь каждый десятый. Так что рост на рынке частных облаков в 2012 г. составил вполне скромные 20–25%, и в наступившем году этот тренд сохраняется. Основные бизнес-процессы уже автоматизированы, внедрение и автоматизация новых бизнес-процессов пока не являются для крупного бизнеса актуальной проблемой. Поэтому запуск проектов частных облаков больше связывается с модернизацией, чем с революционным входом новых технологий.

С публичными облаками все иначе. По нашим оценкам, этот рынок за 2012 г. вырос вдвое. Если в 2011 г. и в первой половине прошлого года серьезные корпоративные клиенты смотрели на услуги публичных облаков с большой опаской, в лучшем случае соглашаясь на тестирование, но дальше не двигались, то к концу 2012 г. наметился перелом – теперь крупные компании стали планировать перенос в облако не только вспомогательных приложений, но и основных бизнес-процессов.

Кроме того, вокруг публичных облачных сервисов сами собой начали формироваться партнерские экосистемы. Например, разработчики ПО для самых разных компаний встречаются в нашем облаке OnCloud.ru и находят повод для дальнейшего взаимодействия, в результате чего они более активно потребляют наши сервисы. Буквально год назад такого еще не было, и, думаю, в 2013–2014 гг. этот круг общения станет интернациональным. И с технологической точки зрения публичные облака развиваются бы-

стро, так как провайдеры, для которых эти облака являются частью бизнеса, все время стараются внедрять в них новые технологии и сервисы.

Публичное облако растет, и это хорошо, но основной доход пока дают проекты частных облаков. Доля доходов, получаемых от публичного облака, составляет сегодня всего 6%. Скромный показатель обусловлен большим объемом проектов частных облаков.

– Как за это время изменился состав клиентов публичных облачных сервисов?

– Реальный интерес к публичным облачным сервисам у российских компаний появился в 2011 г., и передовиками оказались представители крепкого SMB-сектора, т.е. компании, имеющие порядка 100 сотрудников. Выяснилось, что никакой отраслевой привязки к облакам у SMB нет. Чуть ли не единственная общая характеристика таких компаний – это их распределенность по городу, области, стране или наличие зарубежных представительств, т.е. это компании, которым нужен доступ к своим информационным ресурсам из любой точки интернета. В 2011 г. публичными облаками начали пользоваться сетевые торговые компании. Крупные компании свою заинтересованность в облачных сервисах проявили лишь во второй половине 2012 г. Полагаю, что в немалой степени это стало результатом длительной работы по продвижению нашего решения в области защиты персональных данных, которая актуальна для многих таких компаний.

– Как создавался проект OnCloud.ru? С чего он начинался и на каких принципах строился?

– Наше облако OnCloud.ru появилось в результате естественной эволюции систем, которые имелись в компании «Онланта», входящей в ГК ЛАНИТ. В любой компании, занимающейся системной интеграцией или эксплуатацией информационных систем, есть лаборатория, в которой проводится тестирование новых технологий. В свое время некоторые проблемы в ходе реализации проектов по виртуализации ИТ-инфраструктуры наших заказчиков заставили нас построить в этой лаборатории стенды для тестирования предлагаемых вендорами технологий распределенной обработки данных. В результате испытаний стало понятно, что эти технологии дают нам инструменты для создания гибкого масштабируемого решения по управлению ИТ-инфраструктурой. «Онланта» предложила перейти на эту платформу заказчикам, до этого потреблявшим услуги хостинга и colocation. Сначала мы не строили планов по объемам продаж и прибылям, мы про-

сто заинтересовались облачной технологией, решили попробовать внедрить ее и оценить, насколько она будет удобна нам самим. Но затем мы увидели заинтересованную реакцию рынка и стали уже целенаправленно разрабатывать и внедрять облачные сервисы.

– Какие сервисы – IaaS, PaaS или SaaS – пользуются сейчас наибольшей популярностью?

– Когда мы запускали свое облако OnCloud.ru, доля IaaS как наиболее понятного для потребителей сервиса составляла 95%. Однако со временем как-то сама собой выросла популярность PaaS-сервисов. Полагаю, что во многом это заслуга крупных поставщиков ПО, которые оперативно предложили рынку систему аренды лицензий на свои продукты, в том числе на операционные системы. Так что сейчас заказчики уже не просто берут виртуальный сервер с диском и функцией резервного копирования, а покупают готовую настроенную платформу, т.е. серверы с развернутой и настроенной операционной системой и инфраструктурными сервисами, на которые сразу можно устанавливать бизнес-приложения. Да, я знаю, что аналитики отводят сегодня PaaS долю в 5–6%, но у нас статистика именно такая – по объему продаж PaaS-сервисы почти догнали IaaS. Более того, наши западные заказчики больше интересуются именно PaaS-сервисами.

– Какие критерии качества облачных сервисов Вы считаете наиболее адекватными?

– Провайдеры обычно представляют заказчикам данные о доступности своих сервисов в процентах – 99,95% или 99,97%. Однако мало кто уточняет, что эти цифры, как правило, означают доступность инженерных систем дата-центра, а не приложений. Вместе с тем случающиеся у разных провайдеров инциденты показывают, что остановка работы дата-центра на несколько секунд в пределах заявленной доступности 99,95% может привести к такому нарушению работы приложений клиентов, что их восстановление потребует нескольких часов. И получается, что соглашение об уровне обслуживания не нарушено, а заказчику нанесен колоссальный ущерб. Думаю, что провайдер должен заявлять реальную доступность на уровне сервисов. Поэтому на сайте OnCloud.ru есть счетчик, отражающий данные мониторинга состояния включенных виртуальных машин клиентов. Например, сейчас он показывает, что за последний месяц доступность наших сервисов составляла 100%, а суммарная доступность за предыдущий год – 99,91%. На мой взгляд, это правильная практика, она свидетельствует, что проблемы могут случиться у каждого и если есть смелость честно в них признаться, то значит, уже приняты меры к тому, чтобы подобные инциденты не повторялись.

– Традиционный вопрос о планах.

– В частных облаках предвижу традиционный рост в 20–25%. Здесь пока все смотрится закономерно: есть большая база корпоративных ЦОДов, которые по мере морального устаревания будут приходить к естественному эволюционному шагу – модернизации. В рамках модернизации будет осуществляться переход к использованию облачных вычислений.

Наша статистика за прошлый год и рыночные тенденции указывают на то, что в 2013 г. объем продаж наше-

го облака OnCloud.ru вырастет вдвое. Если совсем точно, планируем 107%. Сейчас доля SaaS-сервисов у нас составляет около 9%. Немного, но это честные 9%, которые получаются от продажи потребителям программных продуктов, опубликованных нашими клиентами-разработчиками. Полагаем, что к концу 2013 г. доля SaaS увеличится до 15%, хотя хотелось бы, чтобы она была не менее 30%. Во всяком случае, предпосылки для этого в виде продуктов, которые должны быть востребованы потребителями, есть.

Основным сервисом, конечно же, останется комплекс IaaS/PaaS – при любом развитии SaaS его доля составит от 70 до 85%. Мы принципиально не разделяем IaaS- и PaaS-сервисы, потому что даже когда заказчики изначально заявляют, что им нужны только виртуальные мощности, потом выясняется, что им удобней получить платформу, готовую к установке бизнес-приложений, включая лицензии на операционные системы и другие программные продукты.

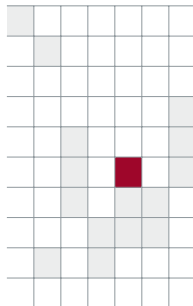
По-прежнему доходы от публичного облака уступят доходам от проектов частных облаков. Тем не менее публичное облако отберёт 10% дохода у проектов частных облаков, и его доля составит 16%.

– Что собираетесь делать для реализации высоких плановых процентов?

– В проектах частных облаков будем увеличивать долю консалтинговых услуг, направленных на автоматизацию бизнес-процессов. В итоге планируем повысить эффективность внедрения облачных проектов за счет формирования корпоративного каталога облачных услуг для заказчиков.

Сейчас OnCloud.ru работает на базе двух дата-центров, но уже остро стоит вопрос освоения третьей, более высокоуровневой площадки. Мы хотели бы использовать ее для обслуживания крупных корпоративных клиентов, которые имеют повышенные требования к доступности систем, обеспечивающих работу их бизнес-критичных приложений, и готовы платить за их бесперебойную работу. При этом мы не собираемся забывать о наших SMB-заказчиках, которые по-прежнему интересны для нас. Их устраивают имеющийся уровень надежности инженерных систем существующих ЦОДов, технологические решения, обеспечивающие восстановление работоспособности в случае сбоев (15–20 мин простоя для них обычно не представляют проблемы), и нынешний уровень цен на подобные сервисы. Чтобы угодить и тем и другим, мы должны дифференцировать ресурсы.

Кроме того, мы хотим добиться того, чтобы заказчики более активно пользовались средствами автоматизации работы с облачными сервисами. А для этого нужно стремиться автоматизировать максимально возможное количество ИТ-сервисов, сделав их доступными не только ИТ-специалисту заказчика, но и обычному пользователю. Например, пользователь сможет самостоятельно установить необходимое ПО. Для такой автоматизации заказчику потребуются помощь, которую мы предлагаем в виде консалтинга в области формирования каталога облачных сервисов. Мы считаем это перспективным направлением, которое принесет пользу заказчикам.



«ИКС»

Облака сквозь рынок



Как показывает анализ рынка, интересы участников процесса – пользователей облачных сервисов, их разработчиков, поставщиков и провайдеров, а также государства – не во всем совпадают. Почему?

Достижения есть, но...



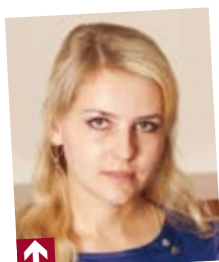
«ИКС»: Какие произошли сдвиги на рынке облачных сервисов за прошедший год? В каких сегментах они были наиболее заметны?



П. ДИДЕНКО

Петр ДИДЕНКО, директор по стратегическому развитию, «СКБ Контур»: Я бы не сказал, что в 2012 г. появились новые истории успеха или качественно новые сервисы, которые были хорошо восприня-

ты клиентами. Опыт показал, что бесполезно без конца запускать все новые и новые сервисы. Стало ясно, что недостаточно просто копировать западные истории успеха. У нас нет такого рынка, как на Западе. Наш клиент хочет чего-то особенного. Это «что-то» участники рынка и пытались нащупать. В целом, хорошо развивается все, что связано с отношениями бизнеса с государством (бухгалтерия, отчетность, цифровая подпись, электронный документооборот), и не так хорошо – то, что влияет на производительность труда (task-менеджеры, CRM и т.д.). Думаю, рост приложений второго типа у нас еще впереди: когда вырастет уровень конкуренции, возникнет и потребность в инструментах для повышения производительности труда.



В. НОСОВА

Виктория НОСОВА, консультант по безопасности, Check Point Software Technologies: Провайдеры стали

посмелее. В 2012 г. некоторые из них начали разворачивать собственные облака. Естественно, первоначально каждый решал свою задачу, но не забывал и о том, что всегда можно расширить свою облачную ИТ-систему и привлечь заказчиков для размещения их сервисов или ресурсов. При этом провайдеры в первую очередь решали вопросы доступности и безопасности ресурсов. Свидетельством того, что российские облака хоть и медленно, но развиваются, стало учреждение премии SaaS-решений «Облака 2012».

Тимофей ТОЛПЕЖНИКОВ, начальник отдела развития продуктов и услуг, «ВымпелКом»: В последнее время заметно увеличился спрос на IaaS-сервисы. Если в 2011 г. за ними обращались



Т. ТОЛПЕЖНИКОВ

буквально считанные клиенты, то сегодня мы получаем множество таких запросов, причем как от небольших компаний, так и от крупного бизнеса. Активно растет интерес и к SaaS-сервисам, например, с июля по ноябрь 2012 г. число компаний, арендовавших Microsoft Office 365,росло со скоростью 45% в месяц. Подавляющее большинство клиентов этого сервиса (92%) – компании SMB, 6% пользователей – индивидуальные предприниматели и 2% – крупные представительства иностранных компаний.

Алексей БАХТИАРОВ, гендиректор, Infobox: За прошедший год усилился интерес к облакам со стороны крупных компаний, хотя совсем недавно именно эта категория клиентов относилась к размещению информации на сторонних серверных мощностях с наибольшей опаской. В первую очередь



А. БАХТИАРОВ

они строят частные облака, но все же это облака на ресурсах провайдеров, и организуются они с участием провайдеров. На растущем, точнее, зарождающемся рынке облачных сервисов пока рано говорить о превышении спроса над предложением. Очередь не стоит ни к одному из провайдеров, но некоторое усиление интереса мы наблюдаем.

Михаил ШТАРЕВ, руководитель отдела инфраструктурных решений, «Инлайн Групп»: Агрессивная маркетинговая политика производителей оборудования и ПО принесла свои плоды: большинство ИТ-специалистов в компаниях – потребителей ИТ-услуг и оборудования про облачные сервисы хотя бы слышали. Предложение превышает спрос в сегменте «облака-из-коробки», где представлены решения крупных производителей аппаратно-программных комплексов. Но заказчики смотрят на эти предложения с подозрением, справедливо считая их очередной по-

пыткой продать побольше «железа» в новой упаковке. Предложение соответствует спросу в области ИТ-сервисов для небольших компаний (почта, файлообмен, управление базами данных, управление проектным учетом и т.п. от разных производителей по приемлемым ценам) и сильно отстает от спроса в сегменте SaaS для частных облаков. Производители пытаются продвигать свои системы виртуализации, подменяя понятие «предоставление сервиса» формулой «развертываем виртуальный сервер и устанавливаем на нем ПО».



М. ШТАРЕВ

Рустэм ХАЙРЕТДИНОВ, исполнительный директор, Appercut Security: Предложение сформировалось практически во всех сегментах, которые есть на западных рынках. Все западные облачные решения уже доступны и у нас, наши производители также вышли «в облака». Но спрос пока не сформирован, а там, где он есть, чувствуется российская специфика – например, существует не востребованная на Западе услуга «вынести серверы с данными за пределы страны». Некоторые российские облачные провайдеры рапортуют о миллионах долларов доходов и тысячах подписчиков, так что прогресс налицо, однако пока он не стал массовым. Потенциальных подписчиков действительно миллионы.

Units

Оборудования
для вашего бизнеса.

Какие необходимы
именно Вам?

www.ibs.ru



«ИКС»: Сформировался ли квалифицированный спрос на облачные сервисы? Можно ли говорить, что рынком выработаны критерии качества облачных решений?

Алексей СЕВАСТЬЯНОВ, заместитель гендиректора, DataLine: Квалифицированный спрос находится в стадии формирования, но за 2012 г. произошел позитивный сдвиг в этом направлении. В первую очередь это касается IaaS-сервисов. Продолжают формироваться и критерии качества решений, которые включают уровень доступности услуги, достаточность выделяемых виртуальных мощностей в зависимости от изменения требований во времени, качество работы службы поддержки.



А. МЕЛУЗОВ

Андрей МЕЛУЗОВ, руководитель направления ИТ-аутсорсинга, ГК «КОРУС Консалтинг»: Интерес к облакам и предложение находятся на одном уровне. На мой взгляд, рынок созрел. Заказчики активно интересуются облачными решениями. У поставщиков тоже есть что предложить. Сейчас идет этап притирки: поставщики не всегда имеют то решение, которое нужно заказчику, но это чаще всего касается деталей.

Вячеслав МЕДВЕДЕВ, системный архитектор, «Инфосистемы Джет»: Критерии качества облачных решений, на мой взгляд, – это SLA и соответствие функциональным требованиям. И в том, и в другом пока, к

сожалению, есть нарекания к предложениям вендоров. Существующие SLA зачастую не соответствуют требованиям бизнес-критичных приложений. А в области функциональности наиболее сложные технические проблемы возникают при интеграции облачных приложений с уже имеющейся инфраструктурой.

Дмитрий ХОРОШИХ, менеджер по развитию бизнеса в секторе ЦОДов, Cisco: Рынок еще находится в стадии формирования. Есть всего несколько поставщиков сервисов разного типа и разного качества. Потенциальным заказчикам часто приходится выбирать, чем они готовы пожертвовать, вместо того чтобы оценивать преимущества для бизнеса. Наиболее популярны два типа сервисов: аутсорсинг бухгалтерских программ и офисных приложений и услуги IaaS в виде аренды виртуальных серверов или виртуальной инфраструктуры. Первые позволяют заказчикам решить проблемы с лицензированием и поддержкой, но в этом секторе нет каких-либо критериев сравнения, настолько сильно различаются существующие предложения. Вторые популярны потому, что более или менее понятно, как эти сервисы измерять и сравнивать, хотя и здесь предложения разных компаний сильно разнятся.



Д. ХОРОШИХ



«ИКС»: Нужны ли стандарты для облачных решений? Какова их роль в развитии рынка?

В. МЕДВЕДЕВ: Стандарты для облачных решений необходимы. Особенно они нужны для обеспечения миграции из облака в облако. Пока же извлечение данных из облака, если клиент решил его покинуть, представляет собой технически очень сложную проблему, что явно не способствует миграции в облака.

Д. ХОРОШИХ: Стандарты определенно нужны, но для их формирования требуется достаточная база для стандартизации. Это процесс сейчас идет и в России, и в мире. Скорее всего, в ближайшие год-два появятся документы по стандартизации IaaS-сервисов, в том числе с проработкой вопросов информационной безопасности. Облачные сервисы, которые интересны SMB, как правило, не подходят для корпоративного сектора и наоборот. Поэтому в дальнейшем, вероятно, будут разработаны отдельные стандарты для каждой отдельной отрасли.



Р. ХАЙРЕТДИНОВ

Р. ХАЙРЕТДИНОВ: Без стандартов отрасль так и останется



В. МЕДВЕДЕВ

набором инновационных решений, которыми будут пользоваться только «пионерские» клиенты. Развитие рынка невозможно без тиражирования положительного опыта и принятия его в качестве стандарта де-факто, который затем превращается в стандарт де-юре. Однако пока компании, нашедшие удачные решения (технические, маркетинговые, юридические), считают их своим конкурентным преимуществом и не спешат ими делиться. Даже облачные ассоциации пока не способны консолидировать и начать тиражировать опыт своих участников.

Олег ГАШНИКОВ, руководитель практики «Облачные решения», AT Consulting: Стандарты для облачных решений крайне важны, особенно я бы выделил стандарты в области информационной безопасности, наличие и практическая реализация которых позволят снять барьер для внедрения облаков в сфере среднего и крупного бизнеса.



О. ГАШНИКОВ

Рост благодаря и вопреки



«ИКС»: Способствует ли российское законодательство развитию облачных сервисов? Какова роль государства в распространении облаков в России?



А. СЕВАСТЬЯНОВ

А. СЕВАСТЬЯНОВ: Сумятицу на рынок облачных услуг вносит закон о персональных данных. К сожалению, ни в нем, ни в подзаконных актах нет четкого описания алгоритма действий, а это приводит к различным вариантам толкования закона.

П. ДИДЕНКО: Серьезная проблема – раздутость вопроса защиты персональных данных. Из-за этого многие сервисы или не возникают вовсе, или не могут реализовать те или иные нужные клиентам функции. Серьезные ограничения накладывает на сервисы использование отечественной криптографии, без которой сложно обеспечить, в частности, юридическую значимость документа. Кроме того, государство как крупнейший заказчик могло бы больше услуг по-

купать у частных провайдеров, а не реализовывать их своими силами.

Артем СОКОЛОВ, заместитель технического директора, «Техносерв»: В принципе облачную модель информатизации можно построить с выполнением всех требований законодательства, но это наложит массу ограничений, выхолащивающих многие ключевые идеи облаков. Так, сегодняшние нормативы и методики предлагают ограниченный набор мер, не учитывающий современные технологии, например мобильные устройства, беспроводную связь, технологии хранения данных. Получается, регуляторы «не успевают» или «не замечают» появления новых технологий, что не позволяет их применять с соблюдением достаточного набора мер защиты.



А. СОКОЛОВ



«ИКС»: Каковы ваши прогнозы в отношении развития в России облачных решений?



М. ЛУКОВНИКОВ

Михаил ЛУКОВНИКОВ, заместитель директора сервисного подразделения, ГК «Ай-Тек»: Рост продолжится, это подтверждают и интерес бизнес-сообщества, и развитие технологий, и прогнозы аналитиков в России и за рубежом. Один из важных факторов роста – стремление организаций максимально быстро выводить на рынок свои новые бизнес-сервисы.

Другой стимул – необходимость оптимизации издержек и направления финансовых потоков на развитие основного бизнеса.

Артем ГАРУСЕВ, исполнительный директор, CDNvideo: Переход на облачные технологии продолжится без громких революций. Будет расти квалификация разработчиков, будет расширяться поток инвестиций, увеличится число и разнообразие сервисов, использующих облака, и усилятся их конкуренция. Греметь будут названия наиболее успешных сервисов, а сами облачные провайдеры останутся неизвестны широкому кругу пользователей.

Федор ЕЛЬЦОВ, руководитель проектов, Digital Design: Быстрее всего будут появляться провайдеры и расти спрос на платформы и приложения вроде «1С» или Microsoft Office. Повысится доверие к

облакам среди компаний сектора SMB. Сформируются стандарты на инфраструктурные сервисы. Станут известны истории успеха размещения масштабных инфраструктур в облаках, а в самых крупных компаниях появятся собственные подразделения, предоставляющие облачные сервисы.

Р. ХАЙРЕТДИНОВ: Облака неизбежны, как неизбежен был переход к центральному отоплению от котельных в каждом доме. Частные пользователи уже все там, от трети до половины SMB-компаний ведут свои операции в облаках. Крупный бизнес принял облака как архитектуру, но по понятным причинам строит частные облака. В нашей компании, которую мы создали три года назад, нет ни одного не облачного программного продукта, ни одной единицы аппаратного обеспечения – серверы арендуются в облаках, а клиентские устройства сотрудники приносят свои. Скоро таких компаний среди стартапов будет большинство.



Ф. ЕЛЬЦОВ



А. ГАРУСЕВ

ПОЛНЫЙ ТЕКСТ

Дискуссионного клуба читайте на

www.iksmedia.ru

