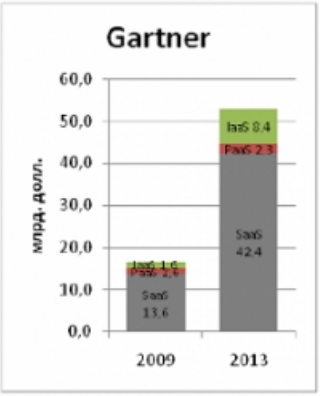
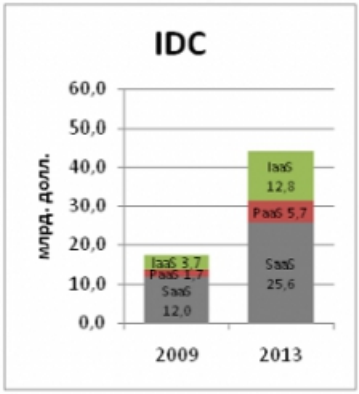
# По дороге с «облаками»

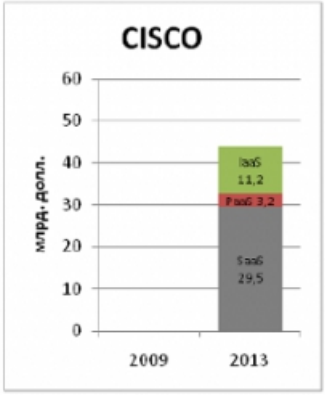
Весной в России проводилась одна конференция, где обсуждалась модная сейчас тема «облачных вычислений» (cloud computing). Среди многих запомнился обзорный доклад о состоянии нашего рынка и его перспектив. Он вызвал отклик в аудитории, и породил интересную дискуссию: стоит ли учитывать как «облачные», доходы почтовых сервисов крупных российских контент-провайдеров? Здесь есть две точки зрения. По версии Gartner утверждение, что «электронная почта является товаром», и товаром облачным – не всегда верно. С другой стороны почта для корпоративных пользователей на Яндексе, того самого, который недавно с помпой дебютировал на NASDAQ, мало чем отличается (в принципах) от реализации решения на базе Microsoft Hosted Exchange 2007 на Softcloud. Вот и пойми, где «облака», а где нет. А ведь по данным Softline (презентация председателя совета директоров Игоря Боровикова) электронная почта занимает значительную долю (78%) в спросе на SaaS (Software as a Service) сервисы.

Путаница с почтой лишь один из примеров, где заметна разноголосица в определении «облачных вычислений». Если уж затронуть терминологию, нельзя миновать тренд последних нескольких месяцев, когда «по дороге с облаками», как пели Тигренок и Обезьянка, идти станет веселее не только им, но и всем остальным. Недавно ряд крупных компаний - Amazon, Google и Apple, догоняя один другого, вывели на рынок свои музыкальные сервисы. И хотя речь идет об обыкновенной потоковой передаче, известной давно, - сервисы названы «облачными», обыгрывая с нового ракурса, со стороны частного лица, раздутую маркетингом концепцию.

Заведя речь об «облачных», не уверен, что будет правильно сказать «вычислений», скорее обращенных к потребителю потоковых сервисах, - нельзя не упомянуть о видео-трансляции. Взять тот же Netflix, с его 23 млн. пользователей и только в первом квартале этого года получившего $719 млн. дохода. Будет ли он «облачным»? Вероятно, если любой потоковый сервис назвать «облачным», или, как вариант, заведя речь о книгах, тогда действительно, как говорит Dr. Windson Holden из Juniper Research: «*мы на Пути к сценарию, где облака равно веб - интерфейсу*».



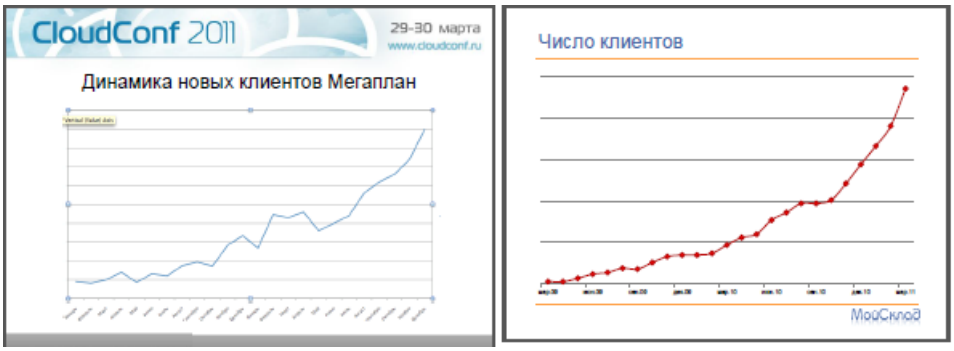




Презентация «Российский рынок IaaS» на CloudConf 2011, Владимир Карпенко, консультант J'son & Partners Consulting

Как видно, вопрос, «что относить к облакам?» – не так прост. Тем паче определение Национального института по стандартам и технологиям, к которому часто апеллируют, говоря об «облаках», является только draft-ом, проектом. И не более. Поэтому «облачные вычисления» могут трактоваться очень свободно, а значит, и показатели будут значительно «гулять». К примеру, по данным Gartner объем рынка в 2013 году составит более $50 млрд., из них на SaaS придется $42,4 млрд., а вот по версии Cisco объем «облаков» немногим превысит $40 млрд., а доля SaaS составит всего $29,5 млрд. Разброс в цифрах у двух источников по SaaS чуть менее чем в два раза. Давайте приведем еще одно, показательное сравнение. По одному прогнозу к 2014 году объем сегмента IaaS (Infrastructure as a Service) составит $4 млрд., а по другому сумма в $4 млрд. будет достигнута только к 2015 году. Оба отчета подготовлены в одной компании, In-Stat, и время между ними всего пять месяцев. Первый увидел свет в марте, второй в июле этого года.

Впрочем, нельзя не отметить, что все, кто говорит про «облака», сходятся в одном: «облачные вычисления» наиболее динамично развивающийся сектор в ИТ и смежных отраслях. Так, по данным IDC совокупный темп годового роста (CAGR) в мире составит 27,6% в период с 2010 по 2015 года. Если посмотреть на оценки участников рынка в России, к примеру, глядя на презентации Мегаплана и «Мой склад» на CloudConf 2011, у обеих компаний найдутся слайды, где на графиках по динамике клиентов кривые резко уходят вверх. В Softline, также указывая на рост объемов продаж в сегменте SaaS, говорят о соотношении 2010 года к 2009 на 382%.




Слайды из презентаций Мегаплана и «Мой склад» на CloudConf 2011

В общем, данные участников рынка перекликаются с прогнозами. Объем рынка в России в 2009 году по данным IDC составил $4,9 млн., а по итогам 2014 года увеличится до $161,5 млн., что говорит о более чем 100% совокупном темпе годового роста. По другую сторону от «облаков» находится телеком, где факт неоспоримый, темп замедлился, а за 2009 и 2010 года объем отрасли хоть и увеличился в деньгах, доля связистов в ВВП стала меньше. Темпы роста за последние два года были ниже, чем уровень инфляции. И вероятно такими, немного превышая уровень инфляции, или идя с ним вровень, и останутся. Недавно, на последнем РИФ+КИБ по этому поводу хорошо сказал Аркадий Волож (Яндекс), заявив: «Вы росли в прошлой десятилетке, а теперь наша очередь».

Получается, что под боком у телекоммуникационной отрасли находится перспективный рынок в самом начале своего пути, где идет крайне динамичное развитие. При этом в соответствии с бизнес-логикой «облачных вычислений», если не брать в расчет «потоковые облака» (музыкальные и видео), основными потребителями являются предприятия малого и среднего бизнеса - лакомый кусок для любого оператора связи. Тем более с «облаками» телеком знаком давно и не понаслышке. Ведь та же сеть интернет, это облако «сети сетей». Поэтому желание операторского сообщества расширить сферу деятельности и распространить свое влияние на только нарождающийся рынок, естественно и понятно. На «облаках», вместе с рынком, можно расти более 100% в год, в отличие от связи и ИТ, где годовой рост ожидается в среднем на уровне 7% и 20% соответственно. На этом, кстати, и построена стратегия группы ИНОВЕНТИКА, которая недавно объявила себя первым ИТ-оператором в России.

Презентация: «ИТ-оператор как среда развития облачных сервисов» на Business Models Media & Telecom 2.0: Ключевые стратегии монетизации, Ольга Понамарева, руководитель службы маркетинга INOVENTICA

Если не брать в расчет Ростелеком, которого само государство, с чем уже пора «смириться», поставило на роль лидера, «Национального чемпиона», в том числе и в G-cloud (под G понимается Government), интерес к «облакам» у операторов связи более чем заметен. Примеров достаточно. Ранее не «слезавшая» со страниц профильной прессы Йота, чуть менее года назад сделавшая нескромную заявку на первенстве в LTE по России, совместно с Ай-Теко решила продвигать облачные решения SAP. Сотовый оператор с российскими корнями, МТС, для тестов новых сервисов по модели SaaS ушел в Белоруссию. Вымпелком, еще одна компания из «большой тройки», сел, или лучше

сказать взлетел в «облака» Microsoft и будет предоставлять корпоративным клиентам Office 365. Да и сам Ростелеком, видать, решив жить не только национальными «облаками», в лице своей дочки, РТКомм, запустив платформу на базе Parallels Automation, пробует занять рынок корпоративных клиентов, выступив агрегатором разных сервисов, в том числе и в сегменте SaaS.

В компании Parallels, известной решениями в области виртуализации, говоря о влиянии операторов связи на «облачные вычисления» обращают внимание на ряд аспектов. Учитывая, что будет происходить смена модели дистрибуции ПО, а из-за специфики бизнеса мировые вендоры навряд ли будут осуществлять прямые продажи в России, у наших операторов есть хороший шанс побороться за $3 млрд. «облачных» денег к 2017 году. Тем более операторы владеют естественными преимуществами, к которым надо отнести:

1. *большую базу потребителей, открытых новым онлайн-сервисам;*
2. *мощные дата-центры;*
3. *возможность контроля качества end-to-end (в силу владения доступа к инфраструктуре на всем протяжении оказания услуг, так называемый «сквозной» SLA);*
4. *большие маркетинговые бюджеты для продвижения новых услуг*.

Правда как это все пока сработает, и сработает ли в пользу телекома - совершенно непонятно. Ведь рынок «облаков» молодой, и только находится в стадии становления. Есть мнение, что порядка 70% потенциальных клиентов не готовы покупать у провайдеров, а будут брать «облачные» сервисы у интеграторов или по рекомендациям специализированных компаний. Представьте, сколько руководителей среднего и малого бизнеса, где часто нет полноценных служб ИТ, знают об «облаках»? А если и знают, то откуда? Здесь показателен пример Microsoft, где наряду с Вымпелкомом, вторым партнером по Office 365 стал СКБ «Контур», занимающий большой вес при подаче отчетности в налоговую инспекцию или другие контролирующие органы через интернет, в электронном виде.

Будет ли доступ к инфраструктуре, владельцами коей являются операторы, той «изюминкой», которая направит взгляды потребителей только к ним, к примеру, как гарантия по SLA – вопрос также нетривиальный. Выше уже упоминался Netflix, где видео-сервисы предоставляются поверх существующих сетей (over-the-top, OTT), а ведь «облачные» сервисы, это изначально сервисы для работы «поверх»!

В любом случае, по дороге с «облаками», вместе с операторами связи будет идти, как с Тигренком и Обезьянкой в мультфильме, веселая компания. Вот только если в мультфильме это были верные друзья: слон, лягушонок, крокодил и бегемот, то в «облаках» ситуация иная. Сами производители ПО, его продавцы, интеграторы или специализированные на аутсорсинге ИТ-услуг компании, вряд ли захотят отдать этот рынок. И все шансы занять на нем место у них, как впрочем, и у операторов – есть. Забывать об этом, идя к «облакам», не стоит. Ведь где-то там, выше облаков, находится космос, где кислорода нет, а значит дышать нечем…

---

PS: Допустим, что РТКомм стал успешно продавать среди своих клиентов, и клиентов Ростелекома сервис «Мой склад». Какие коллизии вылезут, когда, опять же допустим, Синтерра, … то есть Мегафон, ... или МТС, … или Вымпелком, у кого уж там денег будет по более, приобретет ООО «Логнекс», владельца сервиса «Мой склад»?