

Зачем клиентам «облака»?

Ведущие IT-эксперты уверены, что «облачные» технологии — наше сегодня и завтра. Так, по мнению специалистов корпорации IBM, к 2015 году работа с «облачными» технологиями и аренда ПО и сервисов станут приоритетными в сравнении с традиционными IT и их приобретением в собственность. По прогнозам Gartner, объем мирового рынка «облачных» вычислений уже в этом году достигнет \$17,4 млрд, а к 2013 году увеличится до \$30,8 млрд.

Перспективы и достоинства «облаков» (гибкость, масштабируемость, финансовая и техническая оптимальность «владения») очевидны не только экспертам, но и компаниям, чей бизнес связан с оказанием IT-услуг: аутсорсингом, хостингом, системной интеграцией, предоставлением в аренду оборудования с предустановленным ПО (ОЕМ).

Однако для отечественного конечного пользователя, будь то компания СМБ-сектора или крупный холдинг с разветвленной структурой, «облака» представляются не вполне понятной технологией. Для объяснения клиентам, что такое «облако», и их мотивации на переход к новой модели использования ПО зачастую недостаточно общих примеров. Как при использовании сотовой связью мы не становимся владельцами конкретных базовых станций или сетей, так и при использовании «облаков» мы не приобретаем в собственность конкретный программный продукт. В обоих случаях мы просто арендуем оборудование и ПО, т.е. используем их от случая к случаю в соответствии с нашими актуальными потребностями.

Пример достаточно наглядный, но для убедительной мотивации клиентов необходимы модели конкретных ситуаций применения «облака»: в каких обстоятельствах и для решения каких бизнес-задач целесообразно их использование? В этой статье рассмотрены некоторые базовые ситуации, в которых «облака» намного эффективнее, чем традиционные схемы работы с ПО и инфраструктурой.

Примеры из практики

1. Прогнозируемые пики нагрузки на ПО и инфраструктуру

Начнем с примера, ставшего классическим в истории «облаков». Как известно, одним из самых популярных видов спорта в США является американский футбол, а демонстрация на телевидении топовых матчей этого вида спорта является одной из самых рейтинговых трансляций, идущих к тому же в прайм-тайм. Реклама, транслируемая в перерывах матча, охватывает огромную аудиторию и существенно поднимает продажи. Этой ситуацией воспользовалась компания KIA Motors. Во время трансляции финала суперкубка по американскому футболу между двумя популярнейшими командами НФЛ, который обещал собрать почти 150-миллионную телеаудиторию,

KIA Motors решила дать рекламу нового автомобиля. В рекламе помимо прочего предлагалось зарегистрироваться на официальном сайте компании, чтобы принять участие в тест-драйве автомобиля. Естественно, рекламу посмотрело огромное число человек, многие из которых захотели поучаствовать в тест-драйве и отправились на сайт KIA Motors. Предусмотрев приток посетителей, в KIA Motors провели анализ собственной IT-инфраструктуры и сделали вывод, что их сервисы не справятся с ожидаемой нагрузкой. Выходом из ситуации стал временный перенос сайта в «облако» к одному из сервис-провайдеров. В результате мощности дата-центра сервис-провайдера вполне хватило, чтобы зарегистрировать на тест-драйв всех желающих пользователей, и рост продаж нового автомобиля KIA Motors благодаря успешно проведенной промоакции резко пошел вверх.

В этой ситуации компания столкнулась с тем, что можно классифицировать как прогнозируемые пики нагрузки на ПО и инфраструктуру. Понимая необходимость привлечения большего объема IT-сервисов, нежели имеющийся, компания выбрала «облако» как эластичное решение, которое легко масштабируется в сторону увеличения или уменьшения в течение нескольких минут, не требуя привлечения штатных специалистов и приобретения дополнительного оборудования.

Кроме того, «облачный» сайт позволил KIA Motors оптимально использовать средства. По подсчетам специалистов компании, на создание и дальнейшую поддержку инфраструктуры, необходимой для стабильной работы сайта при высокой загрузке, потребовалось бы порядка \$100 тыс., при том что по завершении рекламной акции созданная инфраструктура скорее всего не использовалась бы вообще или использовалась бы минимально.

Наконец, «облачное» решение потребовало минимальных ресурсов и времени: перенос web-ресурса в «облако» занял всего несколько дней.

Перенос IT в «облако» оправдан не только в случаях, когда клиент ожидает экстренных нагрузок или стремится обезопасить бизнес от внеплановой загрузки IT-ресурсов. Для стабильно развивающегося холдинга или небольшого стартапа «облачные» технологии также имеют свои преимущества.

2. Нестабильная нагрузка

На крупном предприятии в период расчета заработной платы или подготовки итоговой годовой отчетности нагрузка на бизнес-систему может существенно возрастать, а в остальные периоды сводится к минимуму. Фактически здесь идет речь о нестабильных нагрузках на IT. Если клиент в подобной ситуации решает работать по «классической» схеме, т.е. приобрести программное обеспечение и оборудование в собственность, он неизбежно сталкивается со значительными финансовыми издержками. По сути, ему приходится оплачивать не только лицензию на IT-решение, но и его поддержку и сопровождение: обновление ПО, ремонт аппаратной части, электроэнергию; кроме того, нужно платить специалистам, обслуживающим решение.

При этом затраты на поддержку и сопровождение умножаются на все время владения решением, в то время как «облако» позволяет оплачивать ПО и оборудование только за время их реального использования. Благодаря этому работа с IT-решениями по модели SaaS («ПО как услуга») приводит к экономии до 60% бюджета, выделяемого на IT за три года. Очевидно, что сэкономянные средства могут пойти на развитие основного бизнеса и таким образом увеличить эффективность и доходность компании.

3. Быстрый рост

Если ваш клиент — стартап-компания или организация, планирующая запустить новый проект, приобретаемое или имеющееся в ее распоряжении ПО, как правило, «заточено» под решение конкретных начальных задач. Рост компании или развитие проекта влекут за собой появление новых задач и рост нагрузки на IT-сервисы. Значит, клиент рано или поздно столкнется с тем, что имеющаяся в его распоряжении инфраструктура не справляется с ситуацией.

Постоянное обновление ПО и инфраструктуры не является панацеей. Во-первых, это требует значительных инвестиций. Во-вторых, если компания приобретает IT-продукты или оборудование в собственность, решение окупается только через 3-4 года. За это время устареет и серверное оборудование, и ПО, меняются потребности компании. В результате клиент оказывается обременен разного вида слабосвязанными IT-сервисами. Наиболее рациональное решение дают как раз «облачные» технологии: компания по необходимости может задействовать ресурсы и ПО фактически любого масштаба, причем это будут новейшие версии продуктов с поддержкой высококвалифицированных специалистов и гарантией стабильной работы.

Таким образом, практически для любой специфики (прогнозируемые или непрогнозируемые нагрузки на ПО и инфраструктуру, нестабильные нагрузки или

быстрое увеличение объема задач) «облака» обеспечивают надежную и стабильную ИТ-поддержку бизнеса.

Возможность выбора

Наглядно показав клиенту эффективность «облачных» технологий, можно столкнуться с закономерным вопросом: «Не окажется ли переход в «облако» разрушительным для устоявшихся бизнес-процессов компании?» В случае с «облачными» решениями Microsoft этого не произойдет. Гибкая политика корпорации позволяет, при желании клиента, выносить в «облако» только некоторые сервисы, сохраняя их функциональную связь с ПО, установленным непосредственно у клиента. Другой вариант — сделать «облачной» основную часть инфраструктуры, оставив отдельные решения в собственности компании.

Кроме того, в «облаке» сегодня представлены практически все «традиционные» продукты Microsoft. Значит, клиенты могут получить комплексное решение ИТ-задач с помощью инструментов одного производителя. Это позволяет снизить стоимость решения и обеспечить бесконфликтную интеграцию различных сервисов.

Например, с помощью «облака» клиент может воспользоваться услугами почтового сервиса на базе Microsoft Exchange Server, портала на Microsoft SharePoint или системы взаимодействия с клиента-

ми на базе Microsoft Dynamics CRM. Последняя возможность особенно актуальна для СМБ-компаний, которым целесообразнее арендовать ИТ-решения, а не выделять значительный бюджет под приобретение их в собственность.

Перечисленные решения могут быть интегрированы между собой, что даст клиенту мощный и эффективный инструмент управления взаимодействием и совместной работой. Также клиент может воспользоваться решением Windows Server 2008 R2, технологией Hyper-V и средствами управления Microsoft System Center, получая в результате масштабируемую, эластичную и безопасную виртуальную среду.

Помимо перечисленных решений линейка «облачных» продуктов Microsoft включает также пользовательские приложения (Microsoft Office), ПО для взаимодействия (Microsoft Lync Server), инструменты хранения данных (Microsoft SQL Server) и многое другое.

Шаг в «облако»

Для того чтобы начать разворачивать «облака» для клиентов, необходимо присоединиться к программе Services Provider License Agreement (SPLA). Это программа лицензирования, позволяющая предоставлять заказчикам (внешним, если речь идет о сервис-провайдерах, или внутренним, в случае с ИТ-департаментами крупных холдингов) услуги

доступа к продуктам Microsoft по моделям SaaS («ПО как услуга») и IaaS («инфраструктура как услуга»).

Присоединиться к программе SPLA просто — нужно выполнить три условия.

1. Компания должна быть зарегистрированным участником программы Microsoft Partner Network и обладать статусом Network Member, Silver partner with competency или Gold partner with competency. Если компания не обладает компетенцией, ей нужно вступить в сообщество Hosting Community.
2. Нужно заключить партнерское соглашение с корпорацией Microsoft по программе SPLA с помощью компании Softline. Соглашение заключается на 3 года и позже может быть продлено.
3. После заключения соглашения SPLA у компании есть 90 дней для развертывания бизнеса. В этот период вы можете предоставлять нулевые показатели по использованным лицензиям.

Контакты

Получить дополнительную информацию о программе SPLA и принять в ней участие вам поможет Игорь Балашов, директор по развитию бизнеса Softline.

Звоните: +7 (495) 232-00-23, доб. 0158

Пишите: spla@softline.ru

<http://soft.softline.ru/spla>



ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
6/2008

CONTROL SCIENCES

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

Научно-технический журнал. Издается с 2003 года, 6 номеров в год

Учредитель  **ИНСТИТУТ ПРОБЛЕМ УПРАВЛЕНИЯ** им. В.А.Трапезникова

Журнал новых научных идей и достижений в области управления – вопросы теории и выбора эффективных методов и реальных механизмов управления в технике, экономике, экологии, организационных структурах и медико-биологических системах. Адресован широкому кругу специалистов, научных сотрудников и разработчиков, преподавателям, аспирантам и студентам вузов.

Журнал входит в Перечень периодических изданий, рекомендуемых ВАК для публикации основных научных результатов докторских и кандидатских диссертаций. Публикации в журнале бесплатные.

Подписку можно оформить с любого месяца в любом почтовом отделении (подписные индексы 81708 и 80508 в каталоге Роспечати или 38006 в объединенном каталоге «Пресса России»), а также через редакцию на льготных условиях. Журнал распространяется также и на компакт-дисках.

Редакция журнала:
117997, ГСП-7, Москва, Профсоюзная ул., 65, оф. 410,
☎ (495) 334-92-00,
<http://pu.mtas.ru>; ✉ pu@ipu.ru

S

ОСНОВНЫЕ РУБРИКИ ЖУРНАЛА

Обзоры, прогнозы

Системный анализ

Математические проблемы управления

Информационные технологии в управлении

Анализ и синтез систем управления

Управление техническими системами

Управление технологическими процессами

Управление в социально-экономических системах

Управление в медико-биологических системах

Управление подвижными объектами

Философские вопросы управления