**Модель SaaS – в мире и в России**

Автор: Андрей Колесов  
14.10.2008

|  |
| --- |
| [Увеличить](http://www.bytemag.ru/big-pictures/index.php?ARTICLE_ID=12825&PICTURE_ID=12823) |
| **Рис. 1. Наиболее важные ИТ-тренды с точки зрения бизнеса заказчиков.** |
| [Увеличить](http://www.bytemag.ru/big-pictures/index.php?ARTICLE_ID=12825&PICTURE_ID=12824) |
| **Рис. 2. Варианты SaaS, предпочтительные для компаний. Источник: McKinsey, 2008.** |

*Бизнес-модель Software as a Service — основные понятия, продвижение на рынке, оценки клиентов и первые проекты.*

История ИТ — это развитие не только технологий, но и бизнес-моделей взаимодействия между поставщиком и потребителем ИТ. Точнее сказать, развитие технологий и бизнес-моделей — это две взаимосвязанные стороны одного процесса в ситуации, когда заказчик стремится снизить свои расходы на ИТ в условиях постоянного роста их значимости для основного бизнеса.

В последние несколько лет мы видим, как растет интерес рынка к модели, получившей название Software as a Service (SaaS, «ПО как сервис»). В самых общих чертах SaaS обычно рассматривают как альтернативу доминирующей уже несколько десятилетий схеме локальной установки ПО на площадке заказчика. И в этом плане у SaaS есть несколько ключевых отличий, связанных с использованием различных видов аутсорсинга (аппаратных средств, ПО и услуг) и переходом от приобретения продуктов в постоянное пользование к схеме аренды с оплатой в зависимости от конкретно используемых ресурсов (модель оплаты по требованию).

На самом деле модель SaaS конечно же имеет далекие исторические корни, и для ее понимания вполне подходит исторически-диалектический закон спиралевидного развития: использование ранее известных идей и схем на качественно новом уровне реализации, с учетом новых потребностей пользователей и новых возможностей технологий.

Тут стоит вспомнить, что до середины 50-х годов вычислительная техника использовалась почти исключительно на правах аренды (в 1956 г. IBM была вынуждена отказаться от этой схемы и перейти к продаже компьютеров, выполняя постановление антимонопольных органов США). ПО же стало фактически самостоятельным рыночным товаром в 1969 г., когда та же IBM, не дожидаясь еще одного судебного разбирательства, впервые начала продажу техники, программ и услуг как независимых продуктов. Но еще десятилетия приобретение собственных Hard&Soft было недоступно многим организациям, и они были вынуждены арендовать «машинное» время на крупных внешних вычислительных центрах. По сути это типичная схема полного ИТ-аутосорсинга, когда клиенты сами приходили «к горе» — работать на ВЦ. Но еще в 70-е годы стали развиваться технологии удаленного доступа: установленные у заказчика терминалы доставляли к нему в офис ИТ-сервисы той поры.

В 80-е годы появление ПК (а потом и серверов архитектуры x86) сделало ИТ доступными практически для всех. Именно тогда начала формироваться доминирующая до настоящего времени модель ИТ-бизнеса, основанная на существовании трех независимых, но взаимодополняющих направлений: аппаратные вендоры, софтверные вендоры и поставщики ИТ-услуг.

С середины 90-х годов мы наблюдаем «обратную волну»: предприятия начинают отходить от схемы «все нужное (технику, ПО, информацию, персонал) имею у себя» и все чаще практикуют различные модели аутсорсинга. Этот процесс был обусловлен, как обычно, прогрессом технологий (здесь в первую очередь надо назвать клиент-серверную архитектуру и Интернет) и желанием заказчиков оптимизировать свои ИТ-затраты. С тех пор мы видим реализацию моделей аутсорсинга опять-таки в трех направлениях (техника, софт+данные, люди) и в различных их сочетаниях.

В этой связи отметим, что хотя в термине SaaS присутствует только слово «софт», на самом деле речь идет о наиболее развитой (на сегодняшний день) модели ИТ-аутсорсинга, объединяющей все три перечисленных выше компонента. Но почему же тогда именно ПО вынесено в название SaaS?

Позволю себе предложить следующее объяснение. С точки зрения бизнес-пользователя, именно софт выступает как ключевой ИТ-компонент, с которым он имеет непосредственные контакты: именно прикладные программы выполняют нужные пользователю бизнес-функции, а остальное — хотя и важные, но все же вспомогательные компоненты. Далее: именно передача на аутсорсинг программных продуктов логически завершает освоенные ранее процессы аренды аппаратуры, аутсорсинга услуг и аутстаффинга персонала. И наконец, именно переход к новой модели доставки ПО в наибольшей степени способен повлиять на будущую расстановку сил на ИТ-рынке в целом.

**Что такое SaaS**

Для начала определимся, что мы вкладываем в понятие SaaS и чем это отличается от того, что было (и есть) на ИТ-рынке. Для этого воспользуемся в том числе помощью «Википедии» (http://wikipedia. org). Согласно ей, концепция «софт как сервис» в современном виде была сформулирована еще в 1999 г. Сокращенное название (акроним) SaaS появилось два года спустя и именно оно получило признание, оттеснив другие аналогичные термины, во многом благодаря моде на обратно читающиеся аббревиатуры в стиле camelback («спина верблюда» — сочетание прописных и строчных букв).

Далее в «Википедии» говорится, что SaaS в основном ассоциируется с бизнес-софтом (т. е. с не инфраструктурными, а с бизнес-задачами предприятия), а также с необходимостью снижения начальных инвестиций в ИТ при решении бизнес-задач и оптимизации текущих затрат за счет получения услуг в нужных компании объемах (модель «по требованию»). При этом нужно понимать, что Web 2.0 и SaaS — это не одно и то же, хотя современные подходы и технологии создания корпоративных систем (SaaS, SOA, Web 2.0, виртуализация) сильно взаимосвязаны между собой.

Многие категории ПО изначально очень сильно ориентированы на применение в модели SaaS, особенно там, где у потребителя нет интереса или возможностей для развертывания соответствующей ИТ-инфраструктуры, но при этом есть потребность в решении некоторых задач. Сегодня это в первую очередь такие сферы, как CRM, управление кадрами, видеоконференции, управление ИТ-услугами, управление учетными записями, почтовые системы, управление Web-контентом и Web-аналитика. Оплата SaaS-услуг обычно выполняется по схеме «по числу пользователей».

Модель SaaS изначально ориентирована на применение Интернет-технологий. Эффективная ее реализация подразумевает иной подход к проектированию данных и архитектуре ПО, чем в традиционных приложениях. Речь в частности идет о поддержке режима multi-tenant (множественная аренда), когда один экземпляр ПО используется для параллельного обслуживания нескольких заказчиков. Именно этот момент принципиально отличает SaaS от подходов «клиент-сервер» и ASP (Application Service Provider). Принципиально важно и то, что SaaS-провайдер берет на себя полную ответственность в вопросах масштабируемости предоставляемого сервиса, имея в виду в том числе задачи развертывания, управления и поддержки ПО на протяжении всего его жизненного цикла.

Хотя, как мы отмечали, Microsoft — весьма специфический игрок на поле SaaS, но именно эта корпорация хорошо проработала технологическую схему данной модели, выделив ее ключевые атрибуты (конфигурируемость, multi-tenant и масштабируемость) и определив при этом четыре уровня зрелости SaaS.

1. Ad-Hoc/Custom (специальный). Каждый пользователь имеет собственную настроенную под него версию приложения, используемого в режиме хостинга. Миграция традиционного приложения (в том числе клиент-серверного) в модель SaaS на этом уровне дает снижение операционных затрат за счет консолидации аппаратных средств (серверов) и администрирования.
2. Configurable (конфигурируемый). Заказчик имеет возможность настраивать нужное ему ПО через метаданные; таким образом, несколько пользователей работают с собственными экземплярами ПО, но с одним и тем же программным кодом. Это снижает затраты поставщика при удовлетворении потребностей разных клиентов.
3. Configurable, Multi-Tenant-Efficient (конфигурируемый, многоарендный). В отличие от второго уровня тут всех пользователей обслуживает один экземпляр программы. При этом существенно снижаются все эксплуатационные затраты (в том числе на аппаратные средства), но имеются ограничения по масштабируемости.
4. Scalable, Configurable, Multi-Tenant-Efficient (масштабируемый, конфигурируемый, многоарендный). В дополнение к третьему уровню добавляется масштабируемость за счет многоуровневой архитектуры ПО и балансировки нагрузок с использованием большого набора серверов. Мощность системы легко изменяется за счет подключения/отключения серверов, без внесения каких-либо изменений в ПО.

В заключение теоретической части скажем, что реализация SaaS в технологическом плане очень существенно связана с использованием технологий виртуализации, эффективных методов балансировки нагрузок, создания отказоустойчивых кластеров и другими современными ИТ.

**Ветераны и новые игроки**

Начало каждого нового ИТ-этапа создает возможности для прорыва на рынок качественно новых игроков, не обремененных «наследием прошлого». В этом плане продвижение на рынок любой новой технологии или бизнес-модели очень любопытно наблюдать в разрезе борьбы между ветеранами этого рынка и новичками.

**ASP как прообраз SaaS**

В некоторых публикациях сегодня высказывается мнение, что SaaS — это та же модель ASP (Application Service Provider), но с новым названием, взятым из маркетинговых соображений. Однако с этим вряд ли можно согласиться.

Начнем с того, что не слишком высокая популярность ASP в конце 90-х годов объяснялась тем, что эта схема несколько опередила свое время, спрос на нее со стороны заказчиков был недостаточен, не слишком велики и технологические возможности. В этом плане скорее можно говорить о том, что SaaS — это реализации ASP на новом технологическом и бизнес-уровне, выделив при этом несколько моментов.

* ASP была в общем нацелена на крупных корпоративных клиентов. SaaS же — в первую очередь на SMB (это стало во многом возможным благодаря широкополосному Интернету).
* SaaS представляет клиенту не ПО, а реализацию бизнес-функций. В общем случае клиенту все равно, на каком ПО все это реализовано.
* SaaS-поставщик в числе прочего должен решать вопросы интеграции своего сервиса в ИТ-систему заказчика.
* Иначе решаются вопросы лицензирования (отношения с вендором базового ПО).
* SaaS-поставщик заинтересован в повышении эффективности своего внутреннего хозяйства.
* Реализация SaaS непосредственно связана с использованием других архитектурно-технологических течений — SOA (как внутри SaaS-проекта, так и при стыковке сервиса с ИТ-системой заказчика), виртуализация и т. п.
* Иначе ставится вопрос «монетизации» услуг: ASP — это чисто арендная плата, в SaaS большую роль играет рекламная составляющая.

SaaS и ASP различаются между собой примерно как ателье по индивидуальному пошиву одежды и производство готового платья. SaaS-поставщик — это не просто хостинг-провайдер (более того, в большинстве случаев он вообще не выступает как хостинг-провайдер — он сам арендует ИТ-инфраструктуру, причем не только «железо», но и ПО). SaaS-поставщик — это прежде всего разработчик сервиса (часто включая и прикладное ПО) и/или его внедренец-интегратор в ИТ-систему заказчика.

Надо сразу сказать: при всей адаптируемости к новым рыночным условиям каждый ИТ-вендор в целом придерживается своей изначальной бизнес-стратегии, пытаясь приспособить свои традиционные технологии к новым бизнес-моделям. Это хорошо видно на примере IBM и Microsoft — эти компании, относящиеся к поколениям 50-х и 80-х годов, сегодня пытаются приспособить под себя ту же модель SaaS.

Но и между ветеранами есть существенные различия. Например, модель SaaS исторически близка IBM — «Голубой гигант» в течение первых двух десятилетий на ИТ-рынке работал по похожей схеме. А Microsoft — это фактически ее антипод. Именно поэтому Microsoft, понимая, что от SaaS никуда не уйти, но при этом не желая отказываться от своего традиционного бизнеса, предлагает собственный вариант S+S, который можно расшифровать так: традиционная продажа ПО + SaaS. Акцент здесь делается на то, что у пользователя должен быть выбор между вариантами применения собственной ИТ-системы и приобретением услуг.

**Microsoft продвигает S+S**

Парадоксальная вещь: SaaS — одна из главных угроз традиционной бизнес-модели Microsoft, но именно Редмонд сегодня выступает как один из главных идеологов данного направления, и, как ни странно, именно с деятельностью корпорации сегодня во многом связывается продвижение идей SaaS в России. Впрочем, ничего удивительного тут нет: «если противника нельзя победить, нужно сделать его своим союзником».

Надо сказать, что в последние два-три года Microsoft активно занимается поиском новых форм сотрудничества с партнерами и независимыми ИТ-компаниями в общем русле тенденции ИТ-отрасли — перехода к сервисным моделям взаимодействия с заказчиками. В то же время наблюдения за отношениями корпорации с партнерами в России до сих пор оставляли впечатление, что здесь стратегия компании «софт-плюс-сервис» (S+S) пока представлена не очень сильно. Но, по-видимому, как раз сейчас настал момент перехода к более активным действиям в этом направлении, что было хорошо заметно на прошедшем в конце апреля в Москве очередном партнерском форуме Microsoft.

На форуме было четко обозначено, что изменение подхода к работе с клиентами вызвано не субъективным желанием того или иного вендора найти более эффективные способы конкуренции, а объективными потребностями рынка, которые, в свою очередь, опираются на новые технологические возможности ИТ-отрасли. Прежде всего речь идет об общей тенденции перехода от локальных моделей (в бизнесе, в технических решениях) к моделям распределенным — на базе новых коммуникационных возможностей Интернета. Говоря о сервисных моделях, нужно учитывать, что здесь имеется в виду широкий спектр деловых и технических подходов — SaaS, SpS, Web 2.0, разнообразные онлайновые сервисы и т. д.

Со своей стороны Microsoft уже сейчас предоставляет в распоряжение партнеров большой набор сервисов, которые можно разделить на несколько классов, в зависимости от уровня их применимости в решениях для пользователей.

* Строительные блоки — платформенные решения, функционал которых может использоваться в партнерских решениях через наборы API и базовых сервисов (это, например, Windows Live Platform, Silverlight Streaming, BizTalk Services, Virtual Earth).
* Объединенные сервисы — комплексные настраиваемые решения, которые партнеры могут предоставлять корпоративным заказчикам в режиме хостинга (Managed Services, Xbox Live, Forefront, Security for Exchange Server, Exchange Hosted Services, Windows Live OneCare).
* Оконечные сервисы — готовые услуги для пользователей (Windows Live, Office Live, Microsoft Dynamics Live CRM).

Впрочем, на том же апрельском форуме было видно, что движение в сторону S+S идет не так быстро. И это вполне объяснимо, так как процесс определяется не столько желанием Microsoft и инициативами ее партнеров, сколько реальными потребностями рынка. В то же время уже есть очень удачные примеры использования сервисных подходов в ИТ-бизнесе — и весьма отрадно, что многие из них реализованы в регионах.

Пример же нового игрока на поле SaaS — это Google, которая не просто изначально создает технологии под модель Интернет-услуг, но и реализует при этом качественно иную модель оплаты (за счет рекламы). Такая же картина — ветераны и новички — наблюдается в случае SaaS в сфере бизнес-решений, между традиционными игроками и молодыми компаниями.

Но говоря о противоборстве старого и нового, нужно подчеркнуть, что речь идет не только о бизнес-моделях, но и о технологиях. Проблема заключается в том, что для реализации той же SaaS недостаточно лишь перейти от продажи лицензий к их аренде. Создание эффективных SaaS-сервисов требует, как правило, разработки ПО на основе новых архитектурных принципов, в которых, например, совсем иначе, чем в традиционных продуктах, решаются вопросы производительности, масштабируемости, надежности, а также авторских прав на ПО. Речь фактически идет о новом поколении программных платформ для SaaS, уже получивших название Platform-as-a-Service (PaaS). Это хорошо видно на примере популярного решения Microsoft CRM: чтобы использовать его по схеме SaaS, корпорация вынуждена была радикально переработать архитектуру этого решения в его новой версии 4.0.

А теперь посмотрим, как SaaS применяется сегодня в жизни, «у них» и «у нас».

**Что думают западные клиенты**

Нынешней весной аналитическая компания McKinsey & Co провела очередное ежегодное исследование на тему использования ПО корпоративными заказчиками — Enterprise Software Customer Survey 2008. Особый акцент в нем был сделан на изучение текущего состояния модели SaaS и перспектив ее применения предприятиями. В ходе этой работы было опрошено более 850 организаций по всему миру, среди которых были компании разного размера из различных сфер бизнеса. На долю ИТ-специалистов (включая CIO) пришлось примерно 45% респондентов, остальные — представители бизнеса (топ-менеджеры и руководители подразделений). Результаты исследования были опубликованы в виде отчета ([http://www.software2008.com/downloads/mckinsey\_software2008\_survey.pdf](http://http:/www.software2008.com/downloads/mckinsey_software2008_survey.pdf)).

Прежде всего нужно сказать, что большинство опрошенных (79%) считает, что именно сейчас ИТ-отрасль переживает пик инноваций: уровень и значимость предлагаемых новшеств существенно выше, чем два-три года назад. Лишь 5% респондентов думает, что сегодня наблюдается спад инноваций, а остальные — что их уровень остается примерно одинаковым. Наиболее важные позитивные тренды сегодняшнего развития ИТ-рынка с точки зрения клиентов— это развитие модели SaaS, использование Web-сервисов и SOA, ПО open source, офшоринг и глобализация и консолидация софтверной отрасли (рис. 1).

На приобретение ПО заказчики тратят примерно треть своего ИТ-бюджета, причем эта доля медленно, но уверенно растет: в 2006 г. она составляла 30%, в текущем — 32%, а к 2010 г., по мнению респондентов, достигнет 35%. Окончательное решение о покупке софта принимается преимущественно централизованно (так сказали 83% опрошенных), хотя порой решающую роль играет мнение бизнес-подразделения, причем с увеличением размера организации возможности руководителей отделов в этих вопросах заметно возрастают. Но все же в целом вопросы выбора ПО относятся к компетенции ИТ-руководства.

Как же распределяются софтверные расходы? Как показало исследование, компании постепенно переходят от традиционных схем лицензирования ПО (приобретение лицензий в постоянное пользование) к различным моделям «по требованию» (подписка на определенное время, транзакционные модели, аренда и т. п.). На сегодняшний день на постоянные лицензии приходится 65% затрат на приобретение ПО, но уже на следующий год ожидается, что их доля уменьшится до 58%.

Принципиально важен вопрос о том, заказчики из каких сегментов оперативнее других начинают использовать технологические инновации. Для выяснения этого вопроса эксперты McKinsey разделили респондентов на четыре группы по численности сотрудников компаний: малые (до 100 человек), средние (до 1000), крупные (до 25 тыс.) и очень крупные (более 25 тыс. человек). Здесь нужно отметить, что такая линейная категоризация, конечно, не очень точно характеризует потребительский рынок. Известно, что готовность предприятий к использованию новшеств во многом зависит от сферы их деятельности (например, в сфере услуг она выше, чем в производстве) и в стратегическом плане определяется уровнем конкуренции в той или иной отрасли (а не наличием денег и доходностью). В то же время известно, что именно малые и средние предприятия работают как раз в наиболее конкурентных и динамично меняющихся рыночных условиях.

Так или иначе, но данные McKinsey говорят о том, что как раз малый бизнес наиболее активно применяет ИТ-инновации, в частности, доля лицензий «по требованию» здесь уже сейчас составляет 42% (против 35% в среднем по рынку). Правда, нужно отметить, что самые крупные организации чаще других применяют транзакционные схемы лицензирования (15% против 10% в среднем).

Переходя к вопросам использования SaaS, McKinsey предлагает структуризацию этого понятия, выделяя три основных типа (archetypes) SaaS-платформ: платформы для доставки функционала ПО, средства разработки ПО в виде онлайновых сервисов и наборы готовых прикладных решений в SaaS-реализации (например, Salesforce.com). При этом для платформ доставки, в свою очередь, существуют два варианта: управляемый хостинг приложений (managed hosting) и модель cloud сomputing. В общих чертах их различие состоит в том, что в первом случае заказчик заключает с поставщиком договор об аренде физической ИТ-инфраструктуры, а во втором он имеет дело с виртуальными вычислительными средами (их предоставляют, например, Amazon и Google). Преимущество cloud сomputing — автоматическое решение проблем доступности и масштабируемости приложений (эти задачи берет на себя поставщик), но при этом пользователь лишен возможности гибкой настройки своей инфраструктуры, и уровень поддержки и сервиса может оказаться более низким. Кроме использования готовых SaaS-платформ, заказчик, разумеется, может создавать собственные SaaS-решения. Такой подход эксперты McKinsey обозначили термином «сделай сам» (do-it-yourself).

В опубликованном отчете вопрос об использовании модели SaaS в настоящее время не затрагивается (можно предположить, что из-за не очень высокого уровня ее применения), эксперты McKinsey решили сосредоточиться на выяснении потенциальных предпочтений заказчиков. В этом плане вырисовывается довольно оптимистичная картина: 74% респондентов высказали желание использовать промышленные SaaS-платформы и только 7% в принципе пока не хотят применять у себя модель SaaS (рис. 2). Но, как и можно было ожидать, энтузиазм заказчиков уменьшается с ростом размера компании: среди самых крупных клиентов желание применять SaaS имеется лишь у 61%. В то же время нужно отметить, что большинство респондентов предпочитают иметь дело с проверенным вариантом хостинга (32%), и в этом плане мнение клиентов почти не зависит от величины компании.

Другой интересный вопрос — выбор поставщика SaaS-платформы. Здесь предлагалось выбрать между традиционными мега-игроками, поставщиками специализированных SaaS-решений, проектами start-up и сервисными компаниями. Предпочтения респондентов тут также вполне понятным образом зависят от размеров бизнеса: малые фирмы больше ориентированы на специализированные и новые решения, а корпорации хотят иметь дело с универсальными вендорами-гигантами. Что же касается наиболее важных критериев при выборе SaaS-поставщика, то их рейтинг выглядит следующим образом: скорость развертывания решения и простота интеграции (27%), приверженность поставщика идеям SaaS (18%), стоимость (14%), использование открытых стандартов (14%), репутация провайдера в плане обеспечения ИТ-безопасности и надежности в деловых отношениях (11%). Известность брэнда, соглашения SLA и уже имеющиеся отношения с вендором не слишком существенны — соответственно 5, 5 и 3% (еще 3% приходится на другие критерии).

**SaaS в России**

Исследования на эту тему нам неизвестны (скорее всего их нет), но можно сказать, что в нашей стране делаются только первые шаги по освоению SaaS. Нынешней весной о начале своей работы в России объявил крупнейший онлайновый поставщик CRM-услуг Salesforce.com, но пока о конкретных результатах его работы в нашей стране сказать почти нечего. О некоторых проектах шла речь на партнерском форуме Microsoft в апреле этого года. Вопрос об использовании SaaS сообществом «1С» на летней конференции фирмы остался фактически без ответа.

Тем не менее некоторый опыт реализации SaaS в нашей стране имеется, и, что важно, речь идет как о начинающих компаниях, так и об освоении этой модели традиционными игроками рынка.

**Проект «МойСклад»**

Проект создания онлайнового сервиса для управления складским комплексом ([www.moysklad.ru](http://www.moysklad.ru)) компании LogneX стартовал осенью прошлого года и уже прошел несколько этапов развития: прототип — поиск инвестора — запуск бета-версии — другие инвесторы — запуск в рабочем режиме. Вот что рассказывает о проекте его руководитель Аскар Рахимбердиев.

«Стартовая команда сформировалась из сотрудников компании, продвигающей SaaS-продукты для заказчиков из нефтяного сектора (прежде всего трейдинговых компаний). Мы получили хороший опыт разработки и поставки таких продуктов, но прежде всего убедились в том, что модель SaaS отлично работает для крупных компаний. Следующим логическим шагом стало понимание того, что SaaS-продукты еще более выгодны для малого бизнеса, прежде всего за счет сокращения расходов на ИТ-инфраструктуру и очень дешевого внедрения.

Наши клиенты — это небольшие компании, численностью от единиц до нескольких десятков сотрудников. Задача ведения бухгалтерского учета в таких компаниях так или иначе решена (все сдают налоговую отчетность): небольшие фирмы используют бухгалтеров на аутсорсинге, в более крупных компаниях работают свои бухгалтерии. Проблема заключается в оперативном управленческом учете — оперативно обновляемой информации о наличии и движении товарно-материальных ценностей. Наш сервис позволяет с достаточно символическими затратами вести такую отчетность, одновременно помогая автоматизировать операционную деятельность (несложные бизнес-процессы и ведение документооборота). С точки зрения области деятельности наши клиенты — это прежде всего производство и мелкая оптовая торговля. С большей частью розницы на данный момент мы не готовы работать — отсутствует поддержка сканеров штрихкодов.

Инвесторы проекта — эстонская компания Ambient Sound Investments, которая приобрела 30%-ную долю LogneX за 200 тыс. долл. Компания Ambient основана бывшими сотрудниками Skype и специализируется на инвестициях в области hi-tech. Мы планируем привлечь дополнительные средства в ходе следующего раунда инвестиций, который должен состояться через 6–8 месяцев.

Мы не использовали готовые бизнес-платформы, писали все «с нуля». Это объясняется тем, что сделать удобное Web-приложение на основе существующего настольного решения невозможно. Западные продукты нам не подходили, так как учетное ПО должно соответствовать множеству требований, специфичных для нашей страны. Вторая причина: до недавних пор Web-приложения значительно отставали от традиционных с точки зрения удобства использования, хотя сейчас появились новые технологии разработки Web-приложений, которые позволяют создавать сложные, интерактивные пользовательские интерфейсы, — Adobe AIR, Microsoft Silverlight. Мы используем Google Web Toolkit (GWT). Этот инструмент позволяет создавать Web-приложения, которые работают в браузере пользователя без единой перезагрузки страницы.

В нашем продукте серверная часть сервиса представляет собой набор приложений Java EE, выполняющихся в сервере приложений JBoss. Мы используем базу данных PostgreSQL и ОС Linux, для управления учетными записями пользователей служит OpenLDAP. Иными словами, абсолютно все продукты и компоненты — разработки open source. Тем не менее мы пока не планируем переводить сам сервис на open source, поскольку это не даст нам преимуществ в рамках выбранной бизнес-модели.

Вопросы безопасности решаются за счет использования защищенного SSL-соединения для доступа к сервису и размещения серверов в специализированном дата-центре, где невозможен несанкционированный доступ к сервису. Клиенты (на платных тарифах) могут в любой момент времени выгрузить в файл в открытом формате все свои данные.

Мы не заключаем SLA с нашими клиентами. На практике суммарное время недоступности сервиса в рабочее время (8:00–21:00 по московскому времени) с момента его публичного запуска в ноябре 2007 г. составило несколько часов. Чтобы повысить потенциальную доступность сервиса, мы будем размещать некоторые из резервных серверов в альтернативном дата-центре. Используемый сервер приложений (JBoss) позволяет нам, если потребуется, организовать кластеринг приложения для увеличения производительности и доступности сервиса, но пока в этом нет необходимости.

Наша бизнес-модель — привлечение клиентов на бесплатный доступ (своего рода пробная версия без ограничения по времени использования) с последующим их переводом на один из платных тарифных планов с помесячной оплатой.

С нашей точки зрения, главное достоинство сервиса — низкая стоимость (за счет отсутствия скрытых расходов на инфраструктуру), быстрое внедрение, простота организации работы распределенных сотрудников, в течение всего периода подписки автоматическое обновление до новых версий с новыми возможностями, помесячная оплата лицензии. Узкие места — возможные проблемы с доступностью сервиса при отсутствии Интернет-соединения, ограниченные возможности настройки и настройки multi-tenant Web-приложений по сравнению с традиционными инсталляциями on site.

Главный источник обеспокоенности клиентов — их неуверенность в сохранности своих данных. При этом практически всегда отсутствует понимание того, что защищенность данных не появится сама собой, волшебным образом — в ее обеспечение необходимо инвестировать. Тот факт, что сервер с бизнес-решением находится под столом у системного администратора или программа установлена у бухгалтера на ноутбуке, который он носит домой, сам по себе не обеспечивает безопасности.

Возможно, основная проблема в продвижении сервиса состоит в том, что типичный потенциальный клиент — а это вовсе не ИТ-специалист — не понимает, как работает модель SaaS и не воспринимает Web-приложения как нечто подходящее для серьезного использования. Думается, что в этой области мы традиционно на три-четыре года отстаем от США, и через несколько лет ситуация принципиально изменится».

**Решение CRM-задач**

О проекте системы учета клиентов и заявок 24com.ru (http://24com.ru) рассказывает его ведущий консультант Андрей Миногин.

«Идея возникла в значительной степени случайно. Мы занимались разработкой Web-сайтов, и для контроля над большим количеством проектов я разработал небольшую онлайн-программу, которая оказалась очень полезной. Одновременно с этим я наткнулся на информацию о SalesForce. Подумал, что будет совсем несложно сделать небольшую CRM-систему и продавать ее на условиях аренды. Стартовая команда: я как руководитель проекта и разработчик (значительную часть кода написал я), мой партнер по бизнесу — реклама и продажи, программист, дизайнер.

Хронология проекта такова: в середине 2006 г. начата разработка 24com; в январе 2007 г. выпущена первая версия, открыт сайт, появились первые клиенты; сентябрь 2007 г. — значительное обновление функционала и начало рекламной кампании.

У нас сейчас нет инвестора, всю разработку и рекламу мы вели на собственные средства. Мы планируем заняться привлечением более серьезных ресурсов после выхода новой версии системы 24com v2.

Назначение нашей системы следующее: система учета для малого бизнеса (компании со штатом отдела продаж от 1 до 50 человек), позволяющая работать с клиентской базой, вести документооборот и товарный учет. Мы стремимся к универсальности — в следующей версии системы функционал будет существенно расширен. У нас нет бесплатных клиентов, но мы предоставляем систему на месяц на полное тестирование с неограниченным количеством пользователей.

Изначально наша задача была в том, чтобы сделать все максимально быстро и с наименьшими затратами. Мы выбрали привычные инструменты — PHP, MySQL, так как у нас был большой опыт разработки сайтов, много наработок в этой области. На текущий момент мне понятно, что для дальнейшего динамичного развития необходимы более серьезные технологии, поэтому наш новый продукт 24com v2 разрабатывается на языке Java с использованием последних технологий от компании Google.

Что касается причин написания проекта с «нуля», то я не видел и сейчас не вижу возможности использовать какой-либо продукт в качестве основы для подобной системы. У нас было свое представление о том, что нужно людям, мы стремились и стремимся сделать продукт максимально простым и понятным с первого взгляда. Особенность SaaS-продуктов в том, что невозможно тратить много времени на обучение пользователей. Идеальный вариант — пользователь регистрируется и начинает работать. Следующая версия программы 24com v2 тоже в большой степени разрабатывается с нуля, но скорее по другой причине — в ней используются современные технологии, для которых пока мало готовых решений.

Основные трудности на пути продвижения сервиса — это сравнительная новизна SaaS в России, боязнь людей размещать данные на удаленном сервере вне компании, зависимость от Интернет-подключения, слабая известность нашего брэнда. Тем не менее я не считаю это серьезными проблемами. Я вижу, что множество людей готово пользоваться подобными продуктами, а Интернет-реклама в наше время сравнительно дешева.

С моей точки зрения, одна из важнейших проблем — это слабые возможности настройки под конкретного пользователя SaaS-продуктов вообще и нашей системы в частности. Каждая компания уникальна, и нужно предлагать клиентам больше возможностей настройки, в том числе и на базовом уровне. Мы разрабатываем наш новый продукт, ориентируясь именно на индивидуальный подход к каждому SaaS-клиенту, как это ни парадоксально звучит».

**Модель S+S для управления документами**

Нынешним летом компания DocsVision объявила о запуске в рабочую эксплуатацию своего первого онлайнового бизнес-сервиса — DocsVision Live (http:// live.docsvision.com). Он предоставляет клиентам услуги автоматизации управления документами и деловыми процессами через Интернет, в режиме хостинга прикладного ПО с повременной оплатой клиентских лицензий. Проект развернут в дата-центре хостинг-провайдера Parking.ru при технической и маркетинговой поддержке корпорации Microsoft; на это, в частности, указывает фирменное слово «Live» в названии сервиса, которое Microsoft использует для обозначения своих Интернет-сервисов.

Комментируя новость о запуске онлайнового сервиса, директор по развитию DocsVision Сергей Курьянов пояснил, что в проекте используется известная в нашей стране система автоматизации документооборота DocsVision 4.0 (реализованная на платформе Microsoft .NET и технологии Web Services) без каких-либо переделок, с применением типового решения для базового делопроизводства. Отсечены доступные пользователю функции, связанные с тонкой настройкой системы, которые при неквалифицированном обращении могут привести к потере данных клиента или другим проблемам. Пользователь работает с сервисом через клиентское приложение DocsVision, устанавливаемое на ПК заказчика. Но уже в ближайшем будущем предполагается в качестве базы сервиса развернуть выпущенную нынешней весной редакцию «DocsVision Документооборот для SharePoint», и тогда общение с системой будет вестись через стандартные клиентские приложения Microsoft Office и Internet Explorer.

Авторы проекта не скрывают, что главная их задача — оценка спроса на подобный сервис со стороны российских потребителей, в ходе которой будут выстраиваться схема отношений с партнерами и заказчиками, решаться вопросы стоимости услуг. По расчетам DocsVision, чтобы вывести проект на точку безубыточности, нужно не так уж много пользователей. Кроме того, Сергей Курьянов уверен, что DocsVision Live во всех случаях окупится как инструмент предпродажных демонстраций продукта партнерами и полигон для реализации ими пилотных проектов.

Из описания условий предоставления сервиса можно сделать вывод, что проект ориентирован (по крайней мере на сегодняшний момент) не на прямые отношения с клиентами, а на работу через партнеров — именно на них возлагаются функции настройки решения под заказчика. В целом ожидается, что стоимость лицензии для хостинга будет несколько выше, чем обычной лицензии (в расчете на два года эксплуатации). Кроме того, в тариф будут включаться услуги системного (Parking.ru) и прикладного (партнер DocsVision) обслуживания.

Как известно, ключевое преимущество онлайновых бизнес-сервисов — минимизация стартовых затрат на развертывание системы, более гибкие схемы оплаты в зависимости от потребностей в сервисе, экономия на ИТ-инфраструктуре. Важна также изначальная ориентация на Интернет-доступ, что дает пользователям возможность работать в любом месте с помощью портативного компьютерного устройства.

Потенциальные проблемы также имеются, и одна из них — безопасность и доступность бизнес-функций. Но по мнению экспертов, это скорее относится к области психологии и связано с необходимостью преодоления стереотипов: простой технические анализ показывает, что надежность услуг солидного сервис-провайдера (в том числе в плане сохранности конфиденциальной информации) чаще всего выше, чем у собственной ИТ-службы, особенно в случае малых и средних предприятий. Соответственно успех новой модели предоставления бизнес-услуг будет нарастать по мере избавления от устоявшихся стереотипов. Эту ситуацию Сергей Курьянов комментирует так: «Мы ориентируемся на тех клиентов, которые понимают, что надежность и конфиденциальность хранения данных у провайдера гораздо выше, чем у собственной ИТ-службы. Ну и конечно, рассчитываем на тех, кто просто хочет попробовать ПО DocsVision, не разворачивая его в своей сети».

**Аренда HRM-системы**

Первый проект по модели SaaS компания «АйТи» ([www.it.ru](http://www.it.ru)) выполнила весной 2007 г., предоставив доступ к CRM-системе компании Metallux. Эта быстроразвивающаяся высокотехнологичная российская производственная компания занимается изготовлением корпусных изделий для низковольтного электрооборудования и устройств самообслуживания. Чтобы успешнее вести внутренние и клиентские проекты, заранее выявлять неудовлетворенные потребности клиентов и на этой основе строить с ними долгосрочные доверительные отношения, создавая потенциал для дальнейшего развития, руководство компании приняло решение о внедрении и использовании CRM-системы класса SaaS.

Аренда HRM-системы «БОСС-Кадровик» появилась в портфеле SaaS-предложений интегратора в июле 2008 г. По расчетам «АйТи», стоимость аренды трех рабочих мест в системе «БОСС-Кадровик» составит 133 200 руб. в год, тогда как годовая общая стоимость владения (TCO) трех рабочих мест собственной HRM-системы, внедренной по традиционной модели, может составлять около 900 тыс. руб. TCO учитывает затраты на обновление HRM-системы, амортизационные отчисления на сервер (исходя из нормы амортизации сервера, равной двум годам), стоимость обновлений серверной СУБД для трех рабочих мест, а также годовой фонд оплаты труда ИТ-специалиста (исходя из средней заработной платы 30 тыс. руб.). Конечно, все эти затраты можно оптимизировать, но, по оценкам специалистов, аренда HRM-системы обойдется как минимум в 2,5 раза дешевле, чем содержание собственного приложения.