

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ПЕТРОЗАВОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

А. В. Воронин, И. Р. Шегельман

**КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ  
ИТ-ТОВАРОВ И ИТ-УСЛУГ**

Петрозаводск  
Издательство ПетрГУ  
2010

ББК 65.52  
УДК 338(100)  
В752

**Воронин А. В.**

В752 Конкуренция на рынке ИТ-товаров и ИТ-услуг : монография /  
А. В. Воронин., И. Р. Шегельман. – Петрозаводск : Изд-во  
ПетрГУ, 2010. – 300 с.

ISBN 978-5-8021-1087-4

В работе рассмотрены вопросы конкуренции на мировом рынке ИТ-товаров и ИТ-услуг, особое внимание уделено влиянию на нее мирового экономического и финансового кризиса. Приведены причины и особенности интеграции и глобализации в этой сфере. Описаны методы, применяемые компаниями в конкурентной борьбе, осуществлении экспансии по расширению масштабов своей деятельности и выводу на мировой рынок ИТ-товаров и ИТ-услуг, включая поглощения, слияния, заключение соглашений, создание консорциумов, развитие аутсорсинга, диверсификацию и расширение функций, вывод на мировой рынок конкурентоспособных ИТ-товаров и ИТ-услуг и выход корпораций на транснациональный уровень; отражены факты недобросовестной конкуренции. Работа базируется на результатах исследований специалистов, ученых, экспертов и опыте таких крупных компаний, как «Microsoft», «IBM», «Google», «Dell Inc.», «Hewlett-Packard», «Lenovo Group», «Acer Inc.», «Ebay», «Intel Inside», «Oracle Corp.», «SAP», «Asustek», «ASUS», «Acer», «Samsung», «Apple», «EMC», «Cisco Systems» и др. Приведены данные о крупнейших ИТ-компаниях России и опыте аутсорсинга.

ББК 65.52  
УДК 338(100)

**ISBN 978-5-8021-1087-4** © Воронин А. В., Шегельман И. Р., 2010  
© Петрозаводский государственный  
университет, 2010

FEDERAL AGENCY ON EDUCATION  
STATE EDUCATIONAL INSTITUTION OF  
HIGHER PROFESSIONAL EDUCATION  
PETROZAVODSK STATE UNIVERSITY

A. V. Voronin, I. R. Shegelman

**COMPETITION IN THE MARKET OF  
IT-GOODS AND IT-SERVICES**

Petrozavodsk  
Publishing House of PetrSU  
2010

ББК 65.52  
УДК 338(100)  
B752

**Voronin A. V.**

B752 Competition in the Market of IT-goods and IT-services :  
monograph / A. V. Voronin, I. R. Shegelman. – Petrozavodsk :  
Publishing House of PetrSU, 2010. – 300 p.

ISBN 978-5-8021-1087-4

The paper considers the issues of IT-goods and IT-services competition in the world market with particular focus on the influence of the world economic and financial crisis in this respect. The reasons and peculiarities of integration and globalization in this sphere are given in the monograph. The authors depict the methods used by companies in competitive struggle, expansion process for broadening their activity boundaries and launch of IT-goods and IT-services in the world market. Such methods include takeovers, mergers, agreement undertaking, consortium creation, outsourcing development, diversification and function broadening, launch of competitive IT-goods and IT-services in the world market and corporation transition to the transnational level. The facts of unfair competition are also mentioned in the publication. The paper is based on the research results provided by specialists, scientists, and experts and the experience of such major companies as «Microsoft», «IBM», «Google», «Dell Inc.», «Hewlett-Packard», «Lenovo Group», «Acer Inc.», «Ebay», «Intel Inside», «Oracle Corp.», «SAP», «Asustek», «ASUS», «Acer», «Samsung», «Apple», «EMC», «Cisco Systems», etc. The authors cite the data of the first-rate Russian IT-companies and their outsourcing experience.

ББК 65.52  
УДК 338(100)

ISBN 978-5-8021-1087-4 © Voronin A. V., Shegelman I. R., 2010  
© Petrozavodsk State University, 2010

## ПРЕДИСЛОВИЕ

В монографии профессоров Петрозаводского государственного университета (ПетрГУ) А. В. Воронина и И. Р. Шегельмана проанализирован и обобщен опыт конкуренции на мировом рынке ИТ-товаров и ИТ-услуг с учетом причин и особенностей интеграции и глобализации в этой сфере и влияния на нее мирового финансово-экономического кризиса.

Авторы проделали колоссальную работу, изучив множество книг, статей, интервью, аналитических обзоров, результаты исследований ученых, аналитических агентств, мнения практиков и экспертов, опыт становления и развития крупнейших ИТ-корпораций мира. Они акцентировали внимание на том, что с каждым годом растет потребность государства, общества и бизнеса в информационно-коммуникационных технологиях, развиваемых благодаря государственному вниманию, рыночной конкуренции, таланту и инициативе менеджеров, ученых и разработчиков.

Монография продолжает исследования авторов в области изучения закономерностей и особенностей специфических рынков и конкуренции и тесно связана с проведением ПетрГУ серьезных проектно-внедренческих работ в ИТ-сфере, в т. ч. и по зарубежным заказам.

В ПетрГУ успешно работает и динамично развивается руководимый ректором ИТ-парк, составной частью которого является Центр систем автоматизации «Metso» ПетрГУ, созданный совместно с финской корпорацией «Metso Automation»; проводится и Международная конференция «Новые информационные технологии в целлюлозно-бумажной промышленности и энергетике», собирающая российских и финских специалистов крупнейших предприятий и организаций в этой сфере.

Прочитанная с большим интересом монография весьма актуальна, охватывает широкий спектр ИТ-проблем. Несомненно, она привлечет внимание специалистов ИТ-отрасли, а также студентов и аспирантов, интересующихся проблемами информационно-коммуникационных технологий и конкуренции в целом.

Президент корпорации  
«Metso Automation»

*Теуво Лааксонен*

## INTRODUCTION

In their monograph professors of Petrozavodsk State University (PetrSU) A. V. Voronin and I. R. Shegelman analyze and summarize competition experience in the world market of IT-goods and services, taking into account the reasons and particularities of integration and globalization in this field and the world crisis influence.

The authors have done serious work having studied an immense amount of books, articles, interviews, analytical reviews, results of scientific and analytical agencies researches, experts' and practitioners' opinion, as well as the experience of establishment and development of the world major IT-corporations. They have focused their attention on the fact that the demand of the state, society and business in information and communication technologies (ICT), being developed through state influence, market competition, talent and initiative of managers, researchers, and developers, is growing from year to year.

The monograph continues the authors' research in the field of principles and peculiarities of specific issues markets and competition and is closely linked with PetrSU project and implementation activity in the field of ICT, including work under international orders.

PetrSU IT-park successfully functions and develops under the direction of its Rector. The IT-park includes the international centre «Metso-System Automation PetrSU» established in collaboration with the Finnish corporation «Metso Automation». PetrSU also holds the international conference «New Information Technologies in Pulp and Paper Industry and Power Engineering» that convokes many Russian and Finnish specialists from the biggest enterprises and organizations in this field.

The monograph that was read with great interest is highly relevant, it covers a wide range of IT issues. There is no doubt that it will be interesting for IT-specialists, as well as for students and postgraduates who deal with the problems of information and communication technologies and competition in general.

President  
«Metso Automation» corporation

*Teuvo Laaksonen*

## ВВЕДЕНИЕ

Отрасль производства и предоставления пользователям ИТ-товаров и ИТ-услуг является одной из наиболее инновационных, динамично развивающихся и востребованных отраслей в мире и России. Это не случайно, поскольку общепризнано, что развитие ИТ-отрасли и масштабное освоение ее товаров и услуг бизнесом, государственными структурами и населением является доминирующей тенденцией научно-технического прогресса, влияющего на формирование глобального информационного общества.

Процесс международной интеграции в области ИТ, как и в других областях, обуславливает развитие ИТ-рынка, создание, расширение и интеграцию ИТ-корпораций с трансформацией крупнейших из них в транснациональные. В рамках этого процесса интенсифицируется взаимодействие производителей ИТ-товаров и ИТ-услуг различных стран как между собой, так и с потребителями этих товаров и услуг. При этом головной офис ИТ-производителей зачастую находится в одной стране, а их подразделения, филиалы, сервисные центры и подобные структуры – в других странах, куда крупнейшие ИТ-корпорации переносят как изготовление персональных компьютеров и их компонентов, так и разработку программного обеспечения и пр., способствуя развитию экономики этих стран.

Все это обуславливает растущее международное влияние крупнейших корпораций ИТ-отрасли на экономическое и политическое объединение стран, углубление их взаимосвязей, международное разделение труда.

У крупных ИТ-корпораций, таких, как «Microsoft», «IBM», «Oracle Corp.», «Hewlett Packard Co», «SAP AG», «Dell Inc.», «Cisco Systems», «Siemens», «Lenovo Group» и др., высок социальный потенциал, так как предоставляя большое количество рабочих мест во многих странах мира, формируя бюджеты различных уровней и владея разнообразными ресурсами, они могут отстаивать свою позицию в органах власти, лоббировать свои интересы и др.

В то же время именно на примере ИТ-отрасли, с учетом ее динамичности и краткого цикла жизни ИТ-товаров и ИТ-услуг, видны особенности отраслевой конкуренции, которая согласно классической экономической теории разворачивается между предприятиями,

производящими сходную продукцию, и представляет собой соперничество за долю отраслевой прибыли.

Перспективность ИТ-отрасли подтверждается не только уникальным влиянием на мировую экономику, но и тем, что ее инновационно-инвестиционная направленность требует колоссальных системных инвестиций. Инвесторы вкладывают их в ИТ-компании, прогнозируя при этом прибыль выше этого уровня в течение длительного периода, хотя располагают альтернативными возможностями инвестирования в другие отрасли. Возможность достижения нормы прибыли, превышающей скорректированный уровень свободного рынка, служит стимулом для ИТ-инвесторов, обеспечивающих приток капитала в ИТ-отрасль через инвестиции действующих конкурентов или путем входа в него новых участников. Одновременно компании в конкурентной борьбе за рынок товаров и услуг, постоянно не достигающие этого уровня, вынуждены уйти из бизнеса или стать поглощенными.

Опыт показал, что конкурентоспособные компании могут не только выстоять в кризисных ситуациях, но и достойно выйти из них, завоевывая сегменты рынка, ранее контролируемые вынужденными уйти из этих сегментов конкурентами, поглощая дешевающие в этот период активы других компаний, а также компаний, которые, как и поглотитель, заинтересованы в организации совместной деятельности. Конкурентоспособные компании быстро реагируют на изменяющуюся внешнюю среду, принимая стратегические и тактические решения для расширения масштабов своей деятельности.

Известно, что для защиты лидеру рынка необходимы постоянные инновации, обеспечивающие поступательное движение отрасли, разрабатывающие новые продукты и услуги, создающие новые маркетинговые каналы, повышающие эффективность производства и сокращающие издержки. На конкурентном рынке неумение прогнозировать перспективы развития и использовать передовые технологии производства и продаж приводит к потере позиций и даже к ликвидации не способных конкурировать структур.

Вопросам конкурентной борьбы на ИТ-рынке посвящен целый ряд публикаций ученых, создателей и руководителей ИТ-корпораций, экспертов и аналитических агентств. В настоящем издании сделана скромная попытка обобщить эти работы, уделив особое внимание ИТ-рынку в период мирового финансово-экономического



кризиса, и в определенной мере продолжить исследования ПетрГУ в области изучения закономерностей и особенностей специфических рынков, конкуренции и развития информационных технологий.

Авторы благодарят президента корпорации «Metso Automation» Теуво Лааксонена и доктора экономических наук, профессора М. Н. Рудакова, поддержавших идею настоящей работы и внесших ценные предложения, использованные при ее написании и подготовке к печати.

Все замечания и предложения просим направлять по адресу: 185910, г. Петрозаводск, пр. Ленина, 33, Петрозаводский государственный университет.

## **ПРИЧИНЫ ИНТЕГРАЦИИ И ГЛОБАЛИЗАЦИИ В СФЕРЕ ИТ**

Хозяйствующие субъекты рынка информационно-коммуникационных технологий, как и других рынков, трансформируются в силу обоснованного в экономической науке объективного стремления к росту масштабов своей деятельности и увеличению абсолютных размеров. Тенденция к монополизации определяется как естественный результат свободной конкуренции, механизм преодоления преград, естественных противоречий рыночного развития посредством концентрации и централизации капитала.

Но именно чрезвычайно динамично развивающийся ИТ-рынок оказал серьезное влияние на развитие мировой экономики. Не случайно создатель корпорации «Microsoft» Билл Гейтс назвал свою знаменитую книгу «Бизнес со скоростью мысли». В этой книге он уже в 90-е гг. XX века отметил: «Ключевая концепция нынешнего десятилетия – “скорость”. Здесь и скорость изменения характера бизнеса; здесь и вопросы оперативности управления бизнес-процессами; здесь и динамика изменения образа жизни потребителей и их запросов под влиянием все большей доступности информации. Скорость роста качества продукции и скорость совершенствования бизнес-процессов будут намного выше, а при достаточно большом значении этих показателей произойдет изменение характера самого бизнеса. Если компания, выпускающая или распространяющая продукцию, способна отреагировать на рыночную ситуацию не за несколько недель, а за несколько часов, то, по сути, она уже становится компанией, занимающейся услугами по предложению этой продукции».

Он также высказал свое мнение по вопросу транснационализации: «Международный бизнес корпорации “Microsoft” начал расти по-настоящему быстро с самого момента его выхода за пределы Северной Америки. Мы стремились выйти на международные рынки как можно раньше, и наши зарубежные отделения были полны энтузиазма. Предоставление им свободы в выборе методов ведения бизнеса в соответствии с особенностями каждой страны было полезно для клиентов и выгодно для корпорации в целом. Рост нашего международного бизнеса можно охарактеризовать увеличением его доли в доходах корпорации с 41 % в 1986 г. до 55 % в 1989 г.» [22].

Как отмечается в работе [97], в последние три десятилетия XX века мировая экономика претерпела значительные изменения: ослабли узы экономического национализма, снизились торговые и инвестиционные барьеры. С начала 1970-х гг. революция в сфере ИТ на несколько порядков улучшила качество и снизила стоимость коммуникаций и деловых операций на мировом уровне, вслед за ней произошла международная стандартизация технологий и деловых операций, упростив организацию связей и деятельности компаний. Сочетание общедоступных технологий и общепринятых деловых стандартов, использующих ИТ и коммуникационную инфраструктуру, изменило представление компаний о возможных типах глобализации.

В совокупности это углубило корпоративную глобализацию, переместив акцент с продукции на производство: с того, что производить, на то, как производить; с того, какие услуги предлагать, на то, каким должен быть способ их предоставления. По словам генерального директора корпорации «IBM» Самуэля Палмизано, стратегия корпораций стала нацеленной на предоставление товаров и услуг во всемирном масштабе, снизив влияние государственных границ на их способ мышления и практическую деятельность. Естественно, что все вышесказанное в полном объеме относится к ИТ-рынку.

Изменились принципы выбора места производства продукции и производителя. Иностранные инвестиции по-прежнему осуществляются инвесторами для получения доступа к важным источникам зарубежного спроса, но более значительная часть капитала вкладывается в целях изменения способа поставок на всем глобальном рынке. Глобальная интеграция производства способствует снижению затрат и привлекает новые источники профессиональных навыков и знаний. При этом экономическая активность обращается за пределы отдельных стран благодаря образованию межнациональных методов коммуникации, позволяющих подключаться к глобальной системе производства [97].

В результате, как отмечает глава «IBM», внешним специалистам поступает все больший объем работ, который прежде компании выполняли самостоятельно. Ранее корпорация обычно представляла собой совокупность филиалов, бизнес-подразделений или производственных линий на территории одной страны. Сейчас распространение аутсорсинга позволяет компании рассматривать себя как систему

специализированных элементов (закупки, производство, исследования, продажи, распространение и т. д.). Глобальная интеграция заставляет корпорации выбирать места для выполнения определенных работ (зачастую за пределами своей страны) и определять, как выполнять работы – местными ресурсами или привлеченными партнерами. В итоге корпорация превращается в сочетание как тесно переплетающихся, так и слабо связанных между собой разнообразных функций и профессиональных навыков и интегрирует эти элементы деловой активности и производства на глобальной основе.

Именно поэтому многие ИТ-компании создают научно-исследовательские центры и центры обслуживания в Индии и производят компьютеры и их компоненты в Китае. Например, по данным А. Вея, занимающего должность вице-президента по развивающимся рынкам корпорации «Lenovo Group» и генерального директора по развитию бизнеса «Lenovo Group» в России и странах СНГ, 80 % мировой компьютерной продукции сейчас производится в Китае, хотя из-за транспортировки происходит удорожание товара на 10–13 %. В своей работе специалисты корпорации «Lenovo Group» все чаще употребляют слово «глобализация» и привлекают японских и американских специалистов. Это приводит к дополнительным затратам, но способствует, таким образом, повышению качества продукции и выпуску конкурентоспособных товаров. Лаборатории корпорации «Lenovo Group» располагаются в Японии, Китае и США, их называют «треугольник инноваций» («Innovation Triangle») [92].

О результативности работы китайских компаний свидетельствуют и данные о доходах их топ-менеджеров, приведенные в рейтинге «Hurun China IT Rich List», опубликованном в 2008 г. Самым состоятельным среди руководителей китайских ИТ-компаний стал основатель поисковой системы «Baidu» Ли Яньхун; его капитал оценивается в 13 млрд юаней (1,9 млрд дол.). Компания «Baidu» является лидером среди китайских поисковых систем, занимая третье место в мире по количеству обрабатываемых запросов. Рейтинг «China IT Rich List» публикуется ежегодно и включает 50 топ-менеджеров китайской ИТ-индустрии; их общий капитал составляет около 23 млрд дол. Второе место – у основателя компании «Tencent» Ма Хуатэну, третье – у генерального директора «NetEase» Дин Лэя. Их капитал оценивается в 1,8 и 1,4 млрд дол. соответственно [<http://business.compulenta.ru/384572/?r1=yandex&r2=news>].

Обычно выделяют два принципиальных момента различного организационно-экономического характера, касающихся интеграционных и глобализационных аспектов и сохраняющих, с некоторыми оговорками, свое значение до настоящего времени:

- несмотря на экономическую и финансовую мощь современных корпораций, их ресурсы в каждый момент времени ограничены, сдерживая их внутреннюю экспансию, а ориентация на внешнее развитие привлекательна и перспективна, поскольку практически не ограничена и в указанном отношении абсолютна; более того, существующие корпоративные формы и интеграционные механизмы позволяют довольно успешно обходить, например, преграды антимонополистического законодательства;
- внутренний и внешний рост фирм имеет неодинаковые последствия микро- и макроэкономического характера. Развиваясь «изнутри», причем не только за счет собственной прибыли, но и заемных, временно свободных средств других экономических субъектов, фирма, увеличивая собственные размеры, вместе с тем реально увеличивает региональный и национальный (транснациональный, мировой) экономический потенциал, способствует росту национальной экономики. Микро- и макроэкономические последствия содержательно одинаковы – экономический рост.

Интеграция различных капиталов, расширяя границы экономических субъектов (изменяя их количество) и увеличивая их масштаб, не дает непосредственного макроэкономического прироста. Ощутимые микроэкономические результаты означают лишь потенциальное изменение макроэкономической ситуации: делают иными организационно-экономические и управленческие отношения, трансформируют рыночные и рыночно-иерархические взаимодействия. Выгоды от интеграционных процессов более смещены на уровень экономических субъектов, но общество (экономика) в целом может рассчитывать на перспективный экономический рост и обязано поэтому контролировать интеграционные процессы.

Поэтому интеграцию хозяйствующих субъектов следует рассматривать не только на уровне отдельных государств, но и на международном уровне и неотрывно от процесса глобализации, при которой либерализованная глобальная экономика предоставляет свободу движению товаров, услуг, капиталов и людей.

В научной литературе дается несколько определений термину «глобализация»: процесс всевозрастающего воздействия на социальную действительность отдельных стран различных факторов международного значения: экономических и политических связей, культурного и информационного обмена и т. д.; изменение всех сторон жизни общества под влиянием общемировой тенденции к взаимозависимости и открытости; возрастание роли внешних факторов (экономических, социальных и культурных) в воспроизводстве всех стран-участниц этого процесса, формирование единого мирового рынка (рынков) без национальных барьеров и создание единых юридических условий для всех стран.

Процесс глобализации включает взаимосвязанные компоненты: международное разделение труда, международное производство и политические отношения. В этом процессе на основе многочисленных международных договоренностей снижались таможенные тарифы, ликвидировались нетарифные барьеры, упрощались процедуры оформления экспорта и импорта и др., менялись и национальные законодательства, касающиеся внешнеэкономических связей, включая расширение деятельности иностранного капитала на внутреннем рынке. При этом международные законодательства определены не властями отдельных стран, а основаны на разностороннем многолетнем поиске компромиссов и согласованиях.

Сторонники глобализации рассматривают ее как широкий, многоплановый процесс, захватывающий все стороны жизни человеческого общества. Они считают, что глобализация вытекает из саморазвития экономики и, способствуя свободным потокам товаров, капиталов и информации, создает наилучшие условия для роста промышленности и человеческого благосостояния, способствует формированию единого мирового социально-экономического строя и международному распространению культуры.

Интеграция национальных экономик обусловлена повышением коммуникативной связности их элементов, научно-техническим прогрессом, различием в экономическом развитии стран; резко возросла скорость передачи управленческих решений, а следовательно, сократилось время от принятия решения в одной стране до его реализации в другой; возросла степень миграции топ-менеджеров, инженеров, служащих, рабочих. Отдельные элементы процесса производства товаров целесообразно (дешевле) выполнять в разных

странах; значительно повысились международные транспортные, информационные и другие взаимосвязи.

В ежегодном отчете «Тенденции в реформировании электросвязи 2008: Шесть степеней совместного использования» («Trends in Telecommunication Reform 2008. Six Degrees of Sharing: Summary») Международного телекоммуникационного союза («ITU») сделан вывод, что 2008 г. был отмечен беспрецедентным ростом числа абонентов средств передачи голоса и Интернета как в развивающихся, так и в развитых странах, что привело к росту и расширению сетей. В то же время беспрецедентный мировой финансовый кризис может создать для инвесторов трудности с получением финансирования, необходимого для продолжения развертывания сетей.

Директор Бюро развития электросвязи Союза «ITU» С. Аль-Башир отметил: «Стратегии совместного использования требуются все чаще для того, чтобы операторы могли развертывать свои сети при невысоких затратах и одновременном гарантировании для абонентов доступа к услугам, приемлемым в ценовом отношении. Сегодня стратегии совместного использования нужны как никогда ранее, поскольку операторы вынуждены сокращать затраты на развертывание сетей, конкурируя за ограниченные инвестиционные фонды. Такое видение является прогрессивным в условиях неопределенности нынешнего финансового и экономического положения. <...> Обоснованные деловые и регуляторные методы будут способствовать максимально эффективному использованию имеющихся инвестиций в секторах электросвязи и ИТ. Союз «ITU» полон решимости сотрудничать с государствами-членами и помочь регуляторным органам в упорядочении специальных знаний в области регулирования, которые требуются им для того, чтобы плавать в этих бурных морях» [70].

Стратегии совместного использования включают совместную оплату издержек, связанных с проведением строительных работ при развертывании сетей, содействие открытому доступу к поддерживающей инфраструктуре сетей (мачтам, кабельной канализации, проводам), базовым средствам (станциям выхода подводного кабеля на берег и международным шлюзам), а также доступу к радиочастотному спектру и устройствам конечных пользователей.

В марте 2008 г. в Таиланде впервые была обсуждена в рамках Глобального симпозиума для регуляторных органов тема «Шесть

степеней совместного использования». Проявив широкий и инновационный подход в отношении вопросов совместного использования, регуляторные органы всего мира попытались собрать информацию о производительности глобальных сетей и использовать ее для расширения сферы возможностей поставщиков услуг и товаров и в конечном итоге потребителей. Развивающиеся страны воспользовались этим для того, чтобы сделать более доступным в ценовом отношении расширение ИТ-сетей в сельских и недостаточно обслуживаемых районах. Многие развитые страны прибегают к совместному использованию для уменьшения затрат по развертыванию сверхвысокоскоростных широкополосных сетей, охватывающих дома и многоквартирные здания абонентов.

Распространение подвижной связи шло быстрыми темпами на протяжении всего 2008 г. К концу 2008 г. общее число абонентов подвижной связи во всем мире составило приблизительно 4 млрд чел. Кроме того, в мире насчитывается свыше 1,5 млрд пользователей Интернета, все большее число которых использует широкополосные услуги фиксированной и подвижной связи. Услуги с набором номера в настоящее время заменяются широкополосными услугами как в развитых, так и в развивающихся странах. В развивающихся странах, таких, как Чили, Сенегал и Турция, абоненты широкополосной связи составляют свыше 90 % от общего числа абонентов Интернета.

В настоящее время появляется все больше беспроводных широкополосных систем, открывающих пользователям в развивающихся странах доступ к Интернету на основе мобильного телефона и других переносных устройств. Одновременно все больше развивающихся стран разворачивают национальные волоконно-оптические магистральные и транзитные сети для передачи своего постоянно возрастающего трафика с обширными данными. Кроме того, сооружено несколько новых международных подводных кабельных сетей для того, чтобы подключить развивающиеся страны к глобальной сети интернет-магистралей, в то время как группа высокотехнологичных предпринимателей работает над восстановлением планов, касающихся группировки широкополосных спутниковых систем, предназначенных для того, чтобы соединить развивающийся мир [70].

Компьютеры, телекоммуникационное оборудование, телекоммуникационная инфраструктура, информационные потоки, возросшая скорость передвижения, распространение знаний в результате научного



или других видов интеллектуального взаимодействия являются техническими аспектами перехода к глобализации. Резко возросла скорость передачи информации, сообщения об экономических возможностях и сделках быстро передаются по всему миру. Если для товаров и некоторых видов услуг еще требуется несколько дней и даже недель, чтобы попасть из одного места в другое, то благодаря ИТ информация подается немедленно. Если в каком-либо уголке мира происходит существенное изменение на рынке, то о нем становится известно почти мгновенно во всех других его частях [58].

Современные информационные технологии открыли новые возможности. Создание компьютерных программ и их применение возможны практически повсеместно. ИТ-компании поручают выполнение компьютерных работ исполнителям в других странах и получают результаты в своем офисе. Предприятия, работающие на экспорт, уже в течение нескольких десятилетий выполняют полностью или частично заказы производственного или научно-исследовательского характера для иностранных компаний. По завершении работы продукция (готовое изделие или его часть) упаковывается и направляется в нужное место. Хотя такая практика отнюдь не нова, ее масштабы теперь расширяются, охватывая все новые продукты и географические районы. Производство стало мобильным, не требуя при этом мобильности рабочей силы для выполнения своих задач [58].

Международное разделение труда в рамках глобализации углубляется и совершенствуется. Международное производство сформировалось позже и ведется зарубежными и местными предприятиями, будучи международным и по рынкам сбыта, когда товары и услуги свободно перемещаются через национальные границы. Резкий рост масштабов сбыта также интенсифицирует расширение и укрупнение международной интеграции. Например, головное предприятие, расположенное в одной стране, ведет сборку, а компоненты для сборки размещают в тех странах, где изготовление дешевле.

Глобализация способствует усилению конкуренции; тиражированию прогрессивных технологий, машин и оборудования, в т. ч. в развивающиеся страны, повышая там уровень образованности; углублению специализации и международного разделения труда; эффективному распределению материальных, финансовых, кадровых, интеллектуальных ресурсов.

Глобализацию характеризуют движением между странами и секторами экономики товаров, работ, услуг, финансового капитала, людей и интеллектуальной продукции, а также валютными операциями на международных валютных рынках.

В числе обуславливающих процесс глобализации предпосылок (движущих сил) выделяют [17]:

- производственные, научно-технические и технологические (резкое возрастание масштабов производства; переход к высоким наукоемким технологиям; быстрое и широкое распространение новых технологий, ликвидирующих барьеры на пути перемещения товаров, услуг, капиталов; качественно новое поколение средств транспорта и связи и их унификация, обеспечивающие быстрое распространение товаров и услуг, ресурсов и идей);
- организационные (международные формы производственно-хозяйственной деятельности; развитие ТНК; выход организационных форм за национальные границы; формирование единого рыночного пространства; выход неправительственных организаций на многонациональный или мировой уровень; глобальная роль ООН; Международный валютный фонд, Международный банк реконструкции и развития, ВТО и др.; превращение ТНК и других частных и государственных организаций в основных действующих лиц глобальной экономики);
- экономические (либерализация мировой торговли, перемещения товаров, услуг, капитала; ограничение политики протекционизма; небывалая концентрация и централизация капитала; резкое сокращение времени осуществления межвалютных сделок; внедрение единых критериев международной макроэкономической политики; унификация требований к налоговой, региональной, аграрной, антимонопольной политике, к политике в области занятости и др.; усиление тенденции к унификации и стандартизации);
- информационные (появление и развитие качественно новых систем получения, передачи и обработки информации; компьютеризация; введение пластиковых карт, создание глобальных сетей, Интернета, объединяющих финансовые и товарные рынки, обеспечивающие оперативное перемещение финансовой информации; заключение сделок, перевод средств с одних счетов на другие независимо от государственных границ);

- политические (ослабление жесткости государственных границ, облегчение свободы передвижения граждан, товаров и услуг, капиталов; окончание холодной войны и др.);
- социальные и культурные (преодоление национальной ограниченности; повышение территориальной, духовной и психологической мобильности; международная миграция; восприятие рыночной экономики; формирование глобализованных средств массовой информации, искусства; преодоление границ в образовании, подготовки трудовых ресурсов; ослабление национального контроля над воспроизводством «человеческого капитала»).

Идея свободной торговли согласуется с принципом относительного преимущества – каждая страна специализируется в тех сферах экономической деятельности, которые такое преимущество ей обеспечивают. В общепринятом смысле оптимальность свободной торговли между странами интерпретируется в том плане, что производимый в мире валовой продукт возрастает в результате принятия мер по переходу от неполной свободы торговли (из-за политики протекционизма) к полной. Хотя свободная торговля необязательно ведет к достижению максимума мирового валового продукта, эмпирические данные свидетельствуют о том, что повышение объемов мировой торговли тесно связано с его ростом. Открытые экономики доказали свое превосходство перед государствами, осуществляющими протекционистскую политику. Многие развивающиеся страны пытались проводить политику замены импорта местной продукцией, но быстро убедились, что это приводит к безнадежному отставанию от стран с открытой экономикой [58].

Вышеизложенное подтверждает, что транснационализация производства и капитала, выражением которой стали ТНК, является движущей силой глобализации мировой экономики [11].

Отечественные и зарубежные ученые отмечают, что эффект синергизма при интеграции обеспечивается путем:

- введения единой стратегии функционирования предприятий, входящих в корпорации; увеличения активов и объемов производства и реализации продукции, позволяющего укрепить рыночное положение;
- совершенствования системы распределения ресурсов;
- увязывания в единую технологическую цепочку предприятий;

- повышения возможности привлечения заемных средств в результате увеличения активов;
- расширения возможностей взаимной финансовой (ресурсной) поддержки;
- уменьшения рискованности решений по использованию денежных потоков;
- обеспечения информационного эффекта в результате слияния или поглощения, свидетельствующего, например, о стабильности направлений деятельности самой компании, ее потенциальной доходности;
- реализации продукции одной из ранее действовавших компаний через сбытовую сеть другой, способствуя снижению издержек и росту объемов продаж;
- объединения служб, выполнявших одинаковые функции (маркетинга, сбыта, экономической разведки и др.), что позволяет снизить издержки;
- совершенствования или создания новой системы контроля, повышающей ответственность специалистов и снижающей издержки и др.

Важным элементом растущего значения интеграции является и то, что крупнейшие компании имеют возможность вкладывать серьезные средства в текущие и прорывные НИОКР, сосредотачивая, как правило, НИР в корпоративных центрах, а ОКР – в компаниях корпораций.

В странах с развитыми ТНК преобладают как затраты на НИОКР, так и их результативность. Например, в Германии в 2001 г. согласно докладу Федерального правительства «О технологической эффективности» около двух третей – 33,9 млрд евро – затрат на НИОКР поступили из сферы экономики. По ежегодным расходам на НИОКР в 1999–2000 гг. первые места занимали США (963 дол. на душу населения), Швеция (888 дол.), Финляндия (848 дол.). Франция (518 дол.) заняла девятое, а Великобритания (453 дол.) – двенадцатое место. По доле НИОКР во внутреннем валовом продукте в 1998 г. ведущее место занимали Япония (3 % ВВП) и Швеция (2,9 %), за ними следовали США и Корея (по 2,6 %), Германия оказалась на пятом месте (2,3 %). Последствия совокупных инвестиций

в НИОКР проявляются, прежде всего, в наукоемких отраслях, чье растущее значение является свидетельством структурной перестройки в экономике [34].

О вкладе ИТ-компаний в инновации свидетельствуют следующие данные: из 200 млрд дол., затрачиваемых американскими компаниями на разработки, большая часть расходуется в сфере компьютерных технологий и коммуникаций. Так, в 2006 г. корпорация «Microsoft» истратила на эти цели 6,6 млрд дол., корпорации «IBM» и «Intel» – около 6 млрд дол. каждая, корпорации «Cisco Systems» и «Hewlett-Packard» – по 4 млрд дол. Средства в основном пошли на доработку уже существующих решений и вывод на рынок новых идей [33].

Крупнейшие ИТ-корпорации создают и поддерживают университеты, научные институты и лаборатории. Например, корпорация «IBM» объединяет под своим крылом восемь научных центров на трех континентах, причем у каждого свой опыт и профиль. «IBM» применяет концепцию «обслуживающей науки». Вслед за компьютерами бизнес услуг становится обычным товаром, и руководители корпорации понимают, что должны предложить потребителям новую интеллектуальную составляющую [33].

В Исследовательской лаборатории корпорации «IBM» в Цюрихе около 300 ученых из 20 стран работают в сферах микроэлектроники, нанотехнологий и информационной безопасности. Всего несколько лет назад их деятельность сводилась к получению патентов и публикации результатов экспериментов. Д. Дайкман, один из руководителей лаборатории, уверяет, что сейчас его коллектив тесно сотрудничает с консультантами компании. «Иногда мне казалось, что наша работа никому не интересна», – вспоминает Дайкман. Сегодня специалисты в Цюрихе применяют научный подход к решению насущных задач. Грань между разработкой и внедрением становится все тоньше. П. Хорн из корпорации «IBM» отмечает: «Любая идея, если ее вовремя не вывести на рынок, обесценивается. Мы развиваем проект с начала и до конца. В корпорации “IBM” вас никто не похвалит за то, что вы передали разработку технологии другому отделу» [33].

В американском городе Редмонд находится научная лаборатория «Microsoft Research», где трудятся 400 специалистов; еще 300 ученых со всего мира сотрудничают с этим научным центром. Почти весь бюджет идет на коммерческие проекты. Например, С. Друкер

пытается совместить ноутбук с проектором, считая, что будущее домашних развлечений – это просмотр видео на экране компьютера, и представляет себе мир, где люди отвечают на телефонные звонки при помощи телевизора, по желанию изменяют программу телепередач и просматривают только те рекламные ролики, которые им интересны. Сотрудники крупных корпоративных лабораторий должны видеть на много лет вперед, ломать головы над крупными проектами и рисковать большими суммами в расчете на прибыль.

Р. Рашид, глава отдела исследований корпорации «Microsoft», отмечает: «Наша компания действительно занимается фундаментальной наукой. Но при этом мы тесно сотрудничаем с производством и внедряем новые разработки» [33]. Команда из 10 человек занимается передачей технологий. Иногда ученые работают не в лаборатории, а в составе производственного отдела.

Корпорация «Hewlett-Packard» организовала результативный научный центр в г. Пало Альто, который в 2002 г. стал независимым подразделением, получив право разрабатывать интеллектуальную собственность не только для материнской компании, но и для других клиентов. «Когда я только возглавил научный центр в Пало Альто, я был уверен, что 99 % нашей деятельности – разработка инновационных продуктов. Нас не касалось, в каком виде они попадут на рынок – это был “примитивный” маркетинг, – отметил Дж. С. Браун (бывший директор “Xerox PARC”). – Но сегодня я понимаю, что представить товар покупателям в выгодном свете так же тяжело, как и найти идею его создания. Если бы я осознал это раньше, то распоряжался бы своим временем иначе» [33].

В США связь между государственными и коммерческими предприятиями усилилась после принятия в 1980 г. Закона Бэя – Доула. Университеты обязали патентовать изобретения, сделанные с использованием государственного финансирования, и заниматься их коммерциализацией. Так, например, когда в 2004 г. акции корпорации «Google» начали продаваться на бирже, Стэндфордский университет получил ценных бумаг на сумму 200 млн дол., поскольку исследование основателей корпорации по поисковым алгоритмам частично финансировалось Национальным научным фондом. Упростило процесс превращения новых идей в продукты и активное использование венчурного капитала [33].

Специалисты корпорации «Intel» при проведении фундаментальных исследований опираются на научную базу университетов и внимательно относятся к выбору проектов, а ее научные сотрудники отлично разбираются в производственных процессах. «Чем ближе область исследования лежит к суровым реалиям рынка, тем лучше», – говорит представитель руководства корпорации «Intel» Ш. Малони [33].

«В корпорации “Google” существует команда внедрения, – объясняет Э. Шмидт. – Несколько ученых разрабатывают перспективные и многообещающие идеи. В таком деле неудачи и провалы неизбежны. Мы говорим: “Падайте быстрее – тогда вы сможете быстрее подняться и предпринять еще одну попытку”». Сегодня корпорация «Google» исследует способы привлечь внимание пользователей, предоставляя им бесплатные услуги и используя Всемирную паутину для быстрого и дешевого взаимодействия с ними.

В компании «Yahoo!» ученые занимаются решением практических задач. В новом исследовательском центре в Барселоне лаборатории соседствуют с подразделениями маркетинга и бизнеса и размещаются в одном здании с некоммерческой организацией «Барселонский Инновационный Медиа Центр». «Yahoo!» ведет активный поиск молодых талантливых специалистов в университетах.

На мировом рынке ИТ-товаров и ИТ-услуг существует жесткая конкуренция между ИТ-корпорациями, головные офисы которых расположены как в одной стране, так и в различных странах мира: в США – «IBM», «Microsoft», «Hewlett-Packard Co», «Oracle Corp.», «Apple», «Dell Inc.», «Intel» и «Cisco Systems», «AT&T»; в Германии – «SAP»; в Японии – «Sony», «Canon», «Toshiba», «NEC» и др.; в Южной Корее – «Samsung» и «LG Electronics»; на Тайване – «Hong Hai», «Acer», «Asus», «Formosa»; в Китае – «Lenovo Group» и «Huawei»; в Сингапуре – «Flextronics»; в Индии – «Tata Consultancy Services Ltd», «Infosys Technologies», «Wipro»; в Финляндии – «Nokia», «Metso Automation», «Forte Netservices», «Tieto Corporation» и др.

Интересны исследования, выполненные Дугласом Реди – основателем и президентом международного центра, исследующего проблемы подготовки управленцев высшего ранга («ICEDR», Лексингтон, штат Массачусетс), преподавателем теории организационного поведения Лондонской школы бизнеса; Линдой Хилл – профессором Гарвардской школы бизнеса (Бостон), преподавателем теории

управления бизнесом и Джеем Конгером – заведующим кафедрой исследований в области управления колледжа Маккена (Клермонт, штат Калифорния), преподавателем теории организационного поведения Лондонской школы бизнеса [107].

Суть их исследовательской идеи сводится к тому, что если на Западе рост деловой активности составляет 2–5 %, а на развивающихся рынках – 40 % и многие компании связывают свое будущее с Бразилией, Россией, Индией, Китаем (регион «БРИК») и другими развивающимися странами, то для конкуренции и экспансии на международные рынки им жизненно необходимы квалифицированные местные кадры.

Для этих целей корпорации развитых стран пытаются экспортировать «домашние» кадровые стратегии и часто терпят фиаско. И наоборот, такие корпорации, как «Lenovo», привлекают кадры, обеспечивая им быстрый профессиональный рост и условия, в которых человек чувствует свою значимость. В Китае, Бразилии и других развивающихся странах корпорации жестко конкурируют за кадры.

Авторы исследования [107] выделили факторы, позволившие ряду корпораций в развивающихся странах выигрывать конкурентную борьбу за кадры, – это известность и культура корпорации, ее цели и карьерные перспективы для сотрудников. В странах «БРИК» для молодых специалистов очень важен престиж корпорации, по их мнению, в статусных корпорациях можно быстро сделать карьеру, особенно если ее славу создали талантливые руководители, ждущие от сотрудников инициативности, умения брать на себя ответственность, желающих прославить свою компанию. Понятие «карьерные перспективы» во всех странах означает примерно одно и то же: интересную работу, непрерывное повышение квалификации и продвижение по службе, хорошую зарплату. Самые способные люди готовы, оставаясь на том же уровне иерархии, переходить на другие должности, где они будут приобретать новые навыки и опыт. Особенно ценятся корпорации, работающие по принципиально новым экономическим моделям. Именно они, по мнению местных специалистов, могут внести серьезный вклад в перестройку национальной и мировой экономики. Корпорация должна укорениться на местном рынке развивающихся стран, не казаться чужеродной. Людям здесь важно ощущать себя частью коллектива, чувствовать собственную значимость в деле общего успеха.



Хорошими примерами того, как привлекать нужных людей именем, репутацией, карьерными перспективами и целями, служат китайская корпорация «Lenovo» и индийские «Tata Consultancy Services» и «HCL Technologies».

Чен Шаопень, президент «Lenovo Great China» и первый вице-президент «Lenovo Group», отмечал, что грандиозные планы «Lenovo» оказались самой большой приманкой: она окружила себя ореолом славы, и ее сотрудники гордились покупкой подразделения корпорации «IBM», знаковой для американского бизнеса. Честлюбивая молодежь стремится попасть в нее. Глобальные притязания корпорации, обещания стать международной сделали ее еще более притягательной. Билл Амелио, президент и генеральный директор корпорации «Lenovo», говорит, что здесь у сотрудников «нет потолка», их ждет «всемирная сцена». Он проводит свои совещания в разных городах мира: Пекине, Гонконге, Сингапуре, Париже и Ралее (штат Северная Каролина). Бренд компании гарантирует, что национальность не имеет значения: если у человека есть способности и идеи, перед ним открыты все пути – стартовые возможности у всех одинаковые.

Корпорация «TCS Iberoamerica», подразделение крупнейшего индийского разработчика программного обеспечения «Tata Consultancy Services» («TCS», в свою очередь, подразделение «Tata Group»), обслуживает клиентов из Латинской Америки, Испании и Португалии. Ее оборот достигает 160 млн дол. («TCS» – 28,5 млрд дол.), поэтому индийские программисты охотно идут работать в «Tata Group». Для привлечения специалистов из других стран корпорация создает авторитетный имидж и позиционирует перспективы своих сотрудников.

Но репутация и цели компании, возможности, которые открываются перед ее сотрудниками, при нынешней ожесточенной конкуренции работодателей могут оказаться приманкой, заброшенной лишь с целью привлечения людей.

Еще одна индийская корпорация – «HCL Technologies», глобальный поставщик программного обеспечения – предоставляет работникам возможность быстрого роста, продвигает достойных и индивидуально планирует карьеру каждого. В ней работает около 55 тыс. чел. из 18 стран. Возглавивший ее в 2005 г. В. Найяр отмечал: «Мне хотелось, чтобы профессионализм, инициативность стали для нас самым главным. Потому что нам нужны специалисты, готовые

и способные предлагать клиентам неординарные, инновационные решения». Он сплотил вокруг себя 20 ведущих молодых менеджеров, и вместе они придумали девиз, который определил стратегию «HCL» на следующие два года: «Сначала – сотрудники, потом – клиенты». Идея проста: лучший способ создать новое и нужное – дать людям возможность повышать квалификацию, помочь им в полной мере проявить свою творческую фантазию, быть самостоятельнее. Чтобы люди работали с максимальной отдачей, в 2005 г. решено было переналадить внутрикorporативную сеть. Сотрудники могли теперь сообщать о любых недостатках и следить за их устранением. «Докладную» вправе аннулировать только тот, кто ее подал. К тому же благодаря внутреннему сайту люди знают, что действительно происходит в компании: можно задать любой вопрос самому Найяру, и он ответит лично (ему отправляют до ста вопросов в неделю). После обновления внутренней сети количество посетителей достигло 25 тыс. чел. в неделю. Спустя несколько месяцев после назначения гендиректором Найяр поместил на сайте результаты оценки своей работы и предложил то же самое сделать остальным топ-менеджерам – его примеру последовало две тысячи человек. Обычно в индийских компаниях к подобного рода информации допускают только высшее руководство. Многие ИТ-компании в Индии платят своим сотрудникам следующим образом: 70 % зарплаты – фиксированная сумма, 30 % – переменная. На деле же планку поднимают слишком высоко и заработать 30 % очень трудно. «HCL» нарушила эту традицию: в начале каждого года она устанавливает для 85 % своих сотрудников (главным образом программистов) фиксированную зарплату. В развивающемся мире это очень ценится. Корпорация «HCL» не выдает желаемое за действительное, поэтому и сотрудники преданы компании, и клиенты уверены в ней. Найяр объясняет: «Когда мы говорим, что на первом месте у нас сотрудники, наша цель – не просто создать им комфортную обстановку, а сделать так, чтобы от каждого зависел конечный результат, чтобы все могли участвовать в интересных проектах, расти в профессиональном и личностном отношении» [107].

В корпорации «Lenovo» существует стройная система повышения квалификации и карьерного роста. Разрабатываются подробные планы профессионального и карьерного роста для каждого сотрудника, зачисленного в «золотой» кадровый резерв, в том числе

и для генерального директора. Всем сотрудникам предлагается подумать, к чему они стремятся, какой опыт работы и какое образование помогли им занять нынешние должности и какая подготовка им нужна для достижения поставленных целей. Но главное, что в «Lenovo», выявляя лучших из лучших и определяя основные этапы их будущей карьеры, учитывают структуру организации – какие ключевые должности есть в зарубежных подразделениях компании, а ответственность за эту работу в целом возлагают не на отделы персонала, а на непосредственных руководителей. Для «Lenovo» важно доказать, что она серьезно заботится о будущем своих сотрудников.

Корпорации, побеждающие на развивающихся рынках, выигрывают конкуренцию за кадры не только за счет репутации, но и за счет огромного внимания к профессиональной подготовке сотрудников и их карьере. Молодым сотрудникам постоянно напоминают: «Ваши возможности безграничны, и все зависит только от вас – вашей преданности делу, работоспособности и целеустремленности» [107].

Было бы неправильно, рассматривая вопросы ИТ-конкуренции, не отразить умение ИТ-корпораций позиционировать себя на рынке, которое особенно проявилось в начале финансового кризиса. С этой целью приведем мнения руководителей крупнейших ИТ-корпораций мира, высказанные в конце 2008 г. и приведенные в работе Каролин Даффи Марсан [77]:

- финансовый директор корпорации «Microsoft» Крис Лидделл отметил, что «относительная конкурентоспособность компании находится на высоком уровне, и она готова продолжать увеличивать расходы на ИТ. Мы убеждены в том, что наши денежные потоки, производственные мощности и финансовые ресурсы позволяют держать экономическую ситуацию под контролем»;
- финансовый директор корпорации «AT&T» Рик Линднер заявил: «В условиях, когда большинство неприятностей вызваны макроэкономическими причинами, наш бизнес оказывается более эластичен, чем у большинства других. У нас прекрасные активы. Наш оборот продолжает расти. Имеются дополнительные резервы для снижения затрат. Наша команда управленцев обладает необходимым опытом и уже успела продемонстрировать высокий уровень компетенции, а высшее руководство продолжает выдавать

хорошие результаты. Число подписчиков услуг беспроводной связи увеличивается, растут и объемы передачи данных. <...> Тенденции бизнеса позволяют говорить о стабильности»;

- генеральный директор корпорации «Apple» Стив Джобс 21.10.2008 г. сделал следующее заявление: «На сегодняшний день у нас имеется самое мощное семейство продуктов за всю историю “Apple”, самый талантливый персонал и самые лучшие клиенты. Добавьте сюда еще 25 млрд дол. на банковском счете. Возможно, нас и потрепали немного разбушевавшиеся в последнее время волны, но когда стихия немного успокоится, мы будем чувствовать себя еще сильнее и увереннее, чем раньше»;
- генеральный директор корпорации «Sun» Джонатан Шварц 20.10.2008 г. сказал: «Мы и наши клиенты в полной мере ощутили на себе последствия экономического спада. Вместе с тем мы убеждены в том, что наши продукты, начиная от «Open Storage» и заканчивая системами «Chip Multi-Threading» на платформе «Solaris», помогут клиентам радикально сократить свои затраты на инфраструктуру. Сегодня мы предлагаем самые энергосберегающие системы на рынке»;
- председатель совета директоров, президент и генеральный директор компании «Texas Instruments» Рик Темплтон 20.11.2008 г. отметил: «По нашим прогнозам, оборот в 4-м квартале 2008 г. существенно уменьшится. Это объясняется значительным снижением объема заказов в последние несколько месяцев. В 4-м квартале ускоренными темпами будут сокращаться и имеющиеся запасы продукции. Кроме того, мы намерены сокращать расходы и капитальные затраты. Вместе с тем мы намерены продолжать инвестиции, укрепляя свои позиции в области “Analog and Embedded Processing”»;
- председатель совета директоров, президент и генеральный директор корпорации «IBM» Сауэль Палмизано 20.09.2008 г. заявил: «Ряд предпринятых усилий, к числу которых относится укрепление стратегии управления эффективностью на основных рынках и проведение инвестиций в развивающихся странах, помогли нам добиться процветания даже в экономических условиях, не поддававшихся прогнозированию. Мы по-прежнему уверены в том, что успешно подойдем к окончанию 2008 г.»;

- генеральный директор корпорации «Google» Эрик Шмидт подчеркнул: «Совершенно ясно, что экономика сегодня находится в гораздо более тяжелом положении, чем прогнозировалось еще месяц назад. Финансовый кризис затронул самые широкие аспекты экономики. Экономическая ситуация настолько непредсказуема, что все мы фактически оказались на неизвестной территории. <...> Мы продолжаем внимательно следить за стоимостными параметрами, фигурирующими в газетных публикациях, потому что считаем это наиболее объективным показателем»;
- по итогам 3-го квартала 2008 г. оборот корпорации «Intel» составил 10,2 млрд дол., увеличившись по сравнению с аналогичным периодом 2007 г. на 1 %. Чистая прибыль выросла на 12 %, достигнув 2 млрд дол. Несмотря на рекордный оборот по итогам 3-го квартала, по мнению представителей «Intel», экономический спад усложняет выдачу каких-либо прогнозов. 14.10.2008 г. президент и генеральный директор корпорации «Intel» Пол Отеллини сделал следующее заявление: «Пытаясь понять, что нас ждет в четвертом квартале, очень трудно оценить, какое влияние финансовый кризис окажет на спрос со стороны конечных потребителей. Мы убеждены в том, что имеющийся в нашем распоряжении набор продуктов, устойчивые денежные потоки, готовность к внедрению новых технологий и движущие силы рынка позволят нам опередить конкурентов в ситуации, когда результаты бизнеса с трудом поддаются прогнозированию».

Таким образом, ИТ-корпорации уже в 2008 г. выразили готовность к конкурентной борьбе даже в условиях финансового кризиса.

Выполненный анализ позволил выделить следующие основные особенности ИТ-рынка:

- колоссальное влияние ИТ-сферы на развитие научно-технического прогресса в других областях предпринимательства и социальной сферы;
- высокие темпы интеграции и глобализации в сфере, где крупнейшие ИТ-корпорации путем расширения усиливают свои политические и экономические позиции, чем обусловлено и усиление влияния крупнейших ИТ-корпораций, прежде всего транснациональных, на мировой рынок;

- растущая потребность в ИТ-товарах и ИТ-услугах бизнеса и социальной сферы;
- инновационная направленность ИТ-сферы, обеспечивающая колоссальную скорость повышения технического, технологического и функционального уровня этих товаров и услуг, сжатый срок существования моделей ИТ-продукции;
- системная работа ИТ-корпораций на перспективу, стимулирование ими перспективных разработок и НИОКР, осуществляемая как в собственных подразделениях и научных центрах, так и во взаимодействии с университетами. Даже в кризисных условиях крупнейшие ИТ-корпорации работают не только над реструктуризацией производств и расширением продуктовой линейки, но и над созданием принципиально новой продукции в недавно появившихся «прорывных» отраслях;
- сверхинтенсивная в рамках жесткой конкуренции смена технических и организационно-технологических моделей и ИТ-решений, нацеленность на формирование новых рынков;
- потребность отрасли ИТ в высококвалифицированных специалистах при одновременном росте этой потребности на предприятиях других отраслей, реализующих инновационные ИТ-разработки;
- растущая потребность в различных странах в субъектах малого и среднего бизнеса, реализующих ИТ-продукцию и ИТ-услуги.

## **ВЛИЯНИЕ ИТ НА МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ И БРЕНДЫ**

Как показано выше, информационно-коммуникационные технологии оказывают огромное влияние на мировую экономику в целом, на происходящие в ней процессы интеграции и глобализации.

Зависимость этого влияния исследована аналитической компанией «Aberdeen Group». Опрос 1 607 топ-менеджеров из 36 стран мира показал, что лидером стала корпорация «Microsoft», далее следуют корпорации «IBM Corp.», «Oracle Corp.», «Hewlett Packard», «SAP AG», «Dell Inc.» и «Cisco Systems». По сравнению с проведенным ранее исследованием корпорация «Intel Inside» смогла переместиться

сразу на 10 строчек вверх – с 29-й на 19-ю позицию, но самый значительный прогресс продемонстрировала корпорация «Lenovo», которая за год поднялась с 43-й на 20-ю строку. По признанию экспертов, результаты исследования оказались ожидаемыми, за исключением того, что в этом рейтинге не оказалось компании «AT&T» [85].

По результатам этих исследований, компанией «Aberdeen Group» был составлен *Ton-25* самых влиятельных ИТ-компаний: 1 – «Microsoft», 2 – «IBM», 3 – «Oracle», 4 – «Hewlett Packard», 5 – «SAP AG», 6 – «Dell Inc.», 7 – «Cisco Systems», 8 – «Salesforce.com», 9 – «Google», 10 – «EMC», 11 – «Sun Microsystems», 12 – «Apple», 13 – «Infor», 14 – «Sage», 15 – «Siemens», 16 – «RIM», 17 – «Adobe», 18 – «AT&T», 19 – «Intel», 20 – «Lenovo Group», 21 – «Accenture», 22 – «Tata Consultancy Services Ltd», 23 – «Lawson», 24 – «Motorola», 25 – «ADP». Этот список неполон, он отразил конкретную ситуацию, и понятно, что в него не вошел целый ряд ИТ-корпораций, активно продвигающих свои продукты на мировой рынок.

Лидером на рынке ИТ-услуг по-прежнему остается корпорация «IBM», которой принадлежит доля в 7,3 % рынка, второе место занимает корпорация «Hewlett-Packard».

Корпорация «IBM» среди всех компаний, работающих на рынке информационных технологий, наиболее устойчива к рецессии, т. к. обладает наличными средствами более 12,7 млрд дол. Пример корпорации «IBM» показывает, что правильно выбранная долгосрочная конкурентная стратегия приносит свои плоды даже в сложных условиях. За последние годы корпорация «IBM» переориентировалась на выпуск программного обеспечения и предоставление услуг, включая различные услуги по аутсорсингу, резко сократив объемы деятельности товарных подразделений.

Среди других финансово благополучных компаний, каждая из которых обладает более 5 млрд дол. свободных средств, крупнейший в мире производитель компьютеров, блейд-серверов и принтеров – «Hewlett-Packard», а также корпорации «Google», «Dell Inc.», «EMC», «Oracle Corp.» и «Intel Inside» [68].

Необходимо отметить, что крупнейшие ИТ-корпорации, формируя бренды своей продукции, создают и имидж самих корпораций. Свидетельством этого являются результаты, приведенные американским журналом «Fortune» совместно с исследователями компании «Hay Group», которые в 2008 г. составили рейтинг 20 американских

компаний, вызвавших уважение жителей США. В исследовании приняли участие 3 700 респондентов – представителей различных профессий.

На первой позиции в рейтинге – ИТ-корпорация «Apple», которая поразила воображение жителей США тем, что ей удалось добиться капитализации в 24 млрд дол. на продажах портативных устройств и компьютеров при том, что она имеет лишь 1 % на мировом компьютерном рынке. Акции инвестиционной компании «Berkshire Hathaway», принадлежащей мультимиллиардеру У. Баффету, поднялись в цене на 27 %, в то время как ценные бумаги других компаний, на фоне финансового кризиса, теряли в цене. Корпорация «General Electric» заняла третье место в рейтинге благодаря тому, что объявила о выходе из рынка ипотечного кредитования еще в июле 2007 г., когда ипотечный кризис начал свое активное развитие. Четвертое место получила ИТ-корпорация «Google». За относительно недолгое время своего существования она составила серьезную конкуренцию софтверному гиганту – корпорации «Microsoft». В двадчатку лучших вошли еще две ИТ-корпорации – «Microsoft» и «Cisco Systems». В аналогичном рейтинге 2007 г. первые три строчки занимали корпорации «General Electric», «Starbucks» и «Toyota Motors» соответственно [32].

Журнал «Fortune» также составил рейтинг самых социально ответственных компаний 2008 г., который удивил количеством попавших в него некоммерческих организаций и фондов, где зарплаты невелики, но люди работают с удовольствием и гордятся условиями труда. Как и в 2007 г., лучшей в этом рейтинге стала ИТ-корпорация «Google». В качестве достоинств работающие в ней отметили деловую гибкость компании, финансовую стабильность (99 % сотрудников имеют право на покупку опционов) и возможность самостоятельного выбора способов решения поставленных задач. ИТ-корпорация «Cisco» в этом рейтинге заняла 6-е место, а ее конкурент – поисковик «Yahoo!» – только 87-е место (44-е в 2007 г.) вслед за ИТ-корпорацией «Microsoft» (86-е место).

Аналитики отмечают, что дефицит профессионалов вынуждает компании привлекать специалистов социальными программами, которые часто совсем малозатратны. «Успех бизнеса зависит не только от денег, – отмечает исполнительный директор Международного форума лидеров бизнеса в России Б. Горовиц. – Идет борьба



за талантливых сотрудников и менеджеров, поэтому предоставление медицинской страховки, соблюдение баланса между работой и частной жизнью, наличие возможности поработать из дома стали весомыми аргументами» [167]. Например, длительный отпуск с сохранением содержания для проведения учебы является в большинстве компаний, входящих в сотню лучших (по данным журнала «Fortune»), нормальной практикой.

Известен еще один рейтинг журнала «Fortune» – *Ton-25* самых влиятельных бизнесменов мира. В этот рейтинг вошло 27 человек (руководству корпорации «Google» досталась одна строка на троих). Пятуую часть этого рейтинга составили работники ИТ-индустрии. Первую строку рейтинга занял С. Джобс, основатель и руководитель корпорации «Apple», в списке двадцати пяти самых влиятельных фигур бизнеса он опередил медиамагната Р. Мердока, инвестиционного гуру У. Баффета и ИТ-конкурента Б. Гейтса. Составители рейтинга утверждают, что за первые двадцать лет своей удивительной тридцатилетней карьеры С. Джобс дважды определял направление развития компьютерной отрасли: в 1977 г. компьютер «Apple II» начал эру персональных компьютеров, а затем графический пользовательский интерфейс, примененный в первом компьютере «Macintosh» («Mac») в 1984 г., стал образцом для ИТ-индустрии. Вернувшись в корпорацию «Apple» в 1997 г., Джобс изменил динамику развития сектора потребительской электроники, предложив плеер «iPod» вместе с электронным музыкальным магазином «iTunes», добился самой высокой эффективности продаж и нормы прибыли в фирменных магазинах корпорации. Затем он организовал эффектный выход компании на рынок сотовых телефонов со смартфоном «iPhone» (мобильным телефоном с расширенными возможностями и операционной системой, т. е. компьютером). Джобс также долгое время был владельцем и вдохновителем студии «Pixar» – пионера в области компьютерной анимации. В итоге Джобс оставил свой след, по крайней мере, в четырех сферах бизнеса: компьютеры, анимация, звукозапись, розничная торговля и мобильные телефоны [[http://www.e-xecutive.ru/news/news/487762/?phrase\\_id=170804](http://www.e-xecutive.ru/news/news/487762/?phrase_id=170804)].

Важнейшим направлением развития корпораций на рынке ИТ-продуктов и ИТ-услуг является формирование и продвижение

брендов корпораций как фактора достижения побед в конкурентной борьбе.

Понятие бренда относится к развитию и распространению системы маркетинга в корпоративной практике, заключающейся в особом внимании к нуждам и желаниям потребителя и стремлении максимально полно удовлетворить спрос на необходимые товары или услуги. Как отмечает Д. Антимонов, понятие бренда является некой совокупностью объектов авторского права, товарного знака, фирменного наименования. Суммарный эффект воздействия бренда на сознание потребителя состоит в узнаваемости образа определенной фирмы и ее продукции. Процесс всеобщего применения маркетинговых технологий самыми разными корпорациями привел в конечном итоге в 80-х гг. XX века к синтезу, казалось бы, различных по своей сути элементов, а именно: удачного обозначения, четкой идеологии его продвижения и соответствующего ему качественного товара, направленного на удовлетворение общественной потребности. Это новшество получило название бренда, а технология создания и продвижения бренда на рынок – название брендинга [4].

Брендинг также имеет свои ступени развития: возникая сначала на потребительском рынке, проходит ряд метаморфоз и достигает нового уровня развития – брендинга на ИТ-рынке. В основе построения ИТ-бренда лежит разработка самого продукта или решения. Сроки определяются сложностью поставленной задачи. На разработку, оформление и название бренда уходит 6–9 месяцев, на обеспечение дистрибуции – 2–3 месяца, на рекламу – 3–4 месяца и на адаптацию (привыкание потребителей) – 4–6 месяцев. В общей сложности затрачивается 15–22 месяца. В среднем ИТ-бренд в России обходится в 4–12 млн дол., в то время как на Западе – в 20–50 млн. Бренд сравнивают с другими, оценивая потенциальную способность приносить доход. Так определяется стоимость бренда [4].

Значение бренда может быть подтверждено данными аналитической компании «Millward Brown» [168], [83], которая занимается оценкой стоимости различных брендов. Методика составления рейтинга учитывает доходы от нематериальных активов и позиции бренда на рынках присутствия компании. В рейтинг вошли 30 компаний из ИТ-сектора (разработчики программных и аппаратных платформ, а также провайдеры услуг) и телекоммуникаций. Оценка

показала, что в 2009 г. ИТ-бренды (не включая сотовых операторов) в целом подорожали на 2 % по сравнению с 2008 г.

Данные компании «Millward Brown» показали, что наиболее дорогим в мире является бренд «Google», стоимость которого в 2009 г. оценена примерно в 100 млрд дол. Второй по стоимости – бренд корпорации «Microsoft» – оценивается аналитиками в 76,2 млрд дол., четвертый – бренд корпорации «IBM» – оценен в 66,6 млрд дол., а бренд компании «Apple» – в 63,1 млрд дол. (занимает 6-е место в рейтинге).

Самый высокий рост стоимости бренда в 2008 г. среди ИТ-компаний продемонстрировала торговая марка смартфонов «Blackberry» – на 100 %. Она заняла 16-е место в *Ton-100* лидирующих мировых брендов с 27,5 млрд дол. Столь резкий скачок стоимости бренда «Blackberry» объясняется не только растущей популярностью смартфонов с сенсорными экранами, но и личным предпочтением президента США Барака Обамы: с этой маркой он не пожелал расстаться, даже попав в Белый Дом.

Бренд «Blackberry», владельцем которого является канадская компания «Research In Motion» («RIM»), стал расти с момента выхода устройств под этой маркой на корпоративный рынок [168]. Компания «RIM» разрабатывает, подготавливает и реализует инновационные решения на базе беспроводной связи, предназначенные для мирового рынка мобильных коммуникаций. Разрабатывая интегрированные аппаратные средства, программное обеспечение и сервисы, поддерживающие различные стандарты для беспроводной сети, «RIM» предоставляет платформы и решения, обеспечивающие свободный доступ к информации, включая электронную почту, телефон, обмен SMS-сообщениями, Интернет и интернет-приложения. Кроме того, «RIM»-технология позволяет широкому кругу сторонних разработчиков и производителей расширить ассортимент своих продуктов и сервисы путем беспроводного подключения к данным.

Предоставляемый компанией «RIM» пакет продуктов, сервисов и встроенных технологий используется тысячами организаций во всем мире и включает в себя беспроводную платформу «BlackBerry», семейство программных решений «RIM Wireless Handheld», инструментальные средства разработки программного обеспечения, радиомодемы и лицензионные соглашения на программное обеспечение/аппаратные средства. По данным аналитического

агентства «IDC» [<http://helpix.ru/news/200908/061445/>], «Research In Motion» в 2008 г. заняла первое место в списке компаний, выпускающих самые продаваемые в США смартфоны; второе место у компании «Apple». Шесть из десяти самых популярных смартфонов второго квартала произведены именно этими компаниями: смартфон «BlackBerry Curve», доступный на американском рынке в нескольких вариантах, занял первое место; «iPhone 3GS» прочно обосновался на втором; четвертое место принадлежит «iPhone 3G». Компания «RIM» завоевала остальные места в шестерке (модели «Pearl», «Bold» и «Storm»). Замыкают десятку «G1», «HTC Touch Pro» и «HTC Touch Diamond». Основанная в 1984 г., расположенная в г. Уотерлу (штат Онтарио) и имеющая офисы в Северной Америке, Европе и Азиатско-Тихоокеанском регионе, компания «RIM» представлена на американской фондовой бирже «Nasdaq Stock Market» и на фондовой бирже Торонто «Toronto Stock Exchange» [192].

Больше всех в 2008 г. потерял в цене бренд поисковика «Yahoo!» – 31 %. Компания опустилась на 81-ю строчку рейтинга – ниже своих коллег по ИТ-отрасли. Стоимость ее бренда сейчас оценивается в 7,9 млрд дол. Немногим менее (на 29 %) подешевела торговая марка «Canon» (73-е место, 8,8 млрд дол.); 25 % от стоимости в 2007 г. потерял бренд «Cisco» (33-е место, 17,9 млрд дол.) и 20 % – бренд «Nokia» (13-е место, 35,2 млрд дол.). Для сравнения: наибольшие потери в стоимости понесли такие бренды, как «Citi» (стоимость упала на 52 %, до 14,6 млрд дол.) и «Bank of America» (падение составило 53 %, до 16,5 млрд дол.) [168].

Представляют интерес результаты рейтинга надежности, составленного американской компанией «Rescuecom», выпустившей очередной отчет «Computer Reliability Report» по итогам 2-го квартала 2009 г. Оценка ИТ-компаний в этом отчете составляется на основе индекса надежности, в котором учитывается качество компьютерных комплекствующих и программного обеспечения, а также уровень послепродажного обслуживания. При расчете индекса надежности компания принимает во внимание объем поставок вендора и количество обращений в сервисную компанию о неисправности компьютеров.

По результатам исследований компании «Rescuecom», ИТ-корпорация «ASUS» получила самый высокий индекс надежности, набрав 416 баллов. Второе место у корпорации «Apple» (394 балла). Далее следуют корпорации «IBM» и «Lenovo» (по 314 баллов). Корпорация

«Toshiba» (218 баллов) заняла четвертую строчку рейтинга. Пятое место досталось корпорациям «Hewlett Packard» («HP») и «Compaq», каждая из которых получила по 142 балла.

По итогам 1-го квартала 2008 г. первое место в рейтинге также занимала компания «ASUS», индекс надежности которой составлял тогда 972 балла. Столь большую разницу в результатах исследователи объясняют резким увеличением продаж нетбуков «Еее PC», которые в тот момент еще не успели пройти проверку на прочность [<http://www.astera.ru/news/?id=71133>]. (Термин «нетбук» введен корпорацией «Intel»; это легкий, небольшого размера ноутбук с минимальным оснащением.)

Интересен рейтинг брендов ИТ-компаний в России, представленный информационно-деловым каналом «@ASTERA», полученный по результатам исследований в рамках проекта «Рейтинг ИТ-брендов» по итогам 2-го квартала 2009 г. [108]. Рейтинг предложения построен на базе интегральной оценки уровня упоминаемости марок в материалах, опубликованных в новостной ленте канала «@ASTERA». Рейтинг спроса построен на основании поисковых запросов пользователей канала и отображает реальный интерес к торговым маркам, представленным на российском рынке информационных технологий.

Корпорация «Intel» во 2-м квартале 2009 г. возглавила российский рейтинг предложения, она доминирует на российском рынке микропроцессоров, где ее доля приближается к 80 %, и постоянно подтверждает свое лидерство выпуском новых, современных продуктов, не ограничиваясь рынком процессоров. Она, например, продвигает стандарт «WiMAX», инвестирует компанию «UQ Communications», предоставляющую «WiMAX»-сервисы в Японии, активна на рынке «M&A»; во 2-м квартале 2009 г. приобрела компании «OpenHand» и «Wind River».

Острое противостояние производителей процессоров используют в своих интересах компьютерные вендоры, стремящиеся предложить потребителям наиболее оптимальные решения. К числу топовых производителей относится, например, тайваньская компания «Acer»; во 2-м квартале 2009 г. она вошла в первую десятку рейтинга предложения, улучшив свои позиции на восемь пунктов. Тайваньский вендор стремится охватить разные сегменты рынка, включая, например, рынок смартфонов и сегмент неттопов. В апреле 2009 г. она представила недорогой неттоп «AspireRevo», планирует выпуск

неттопов на базе операционной системы «Moblin Linux», готовит к выходу нетбук под управлением «Android», продвигает технологию «WiMAX», ведет экспансию на рынок нетбуков, которые занимают важное место в ее продуктовой линейке.

Показательно сравнение со 2-м кварталом 2008 г., когда российский ИТ-рынок бурно развивался и компании демонстрировали огромные показатели роста. После возникновения кризиса за год рынок уменьшился практически в два раза, но большинство представителей первой двадцатки рейтинга предложения выдержали удар.

Российский рейтинг спроса претерпел более существенные изменения. Главными действующими лицами здесь стали корпорации «Cisco», «Sony» и «Samsung». Компании «Acer», «ASUS» и «Toshiba» также добились высоких результатов. Замечен и рост интереса к российским дистрибьюторским компаниям «Марвел», «RSI», «OCS» и «Landata».

Таким образом, на российском ИТ-рынке во 2-м квартале 2009 г. основную роль продолжают играть мировые бренды, но растет интерес и к российским компаниям [108].

Компания «Altimeter Group» исследовала интернет-активность игроков первой сотни мирового бизнеса и опубликовала рэнкинг наиболее искушенных в этом отношении глобальных корпораций. Предметом изучения стала вовлеченность компаний в модные инструменты Всемирной паутины. Их назвали «каналами продвижения» и насчитали одиннадцать: корпоративные блоги, брендированные сообщества, обменные сети, дискуссионные форумы, глобальные социальные сети («Facebook», «Myspace»), «Flickr/Photobucket», википедии, централизованные пользовательские сообщества, рэнкинги и рецензии в Сети, «Twitter», «YouTube» [115].

Исследования показали, что мастерством ведения блогов и приобретения партнеров прекрасно владеют, главным образом, ИТ-корпорации. В первую десятку попали только три компании, для которых хайтек не является основным видом бизнеса: это «Tompson Reuters», «Nike» и сенсационно прорвавшийся в лидеры «Starbucks». В этом рейтинге компания «Dell Inc.» – крупнейший в США и второй в мире производитель персональных компьютеров – только на третьем месте. Наиболее эффективными были усилия, которые в социальных сетях предпринимала сеть кофеен «Starbucks». Компания «Google», владеющая как минимум одной социальной сетью

«Orkut», одной блог-платформой «Blogger», разрабатывающая «революционный сервис» «Wave» и время от времени мечтающая приобрести «Twitter», в этом рейтинге только на четвертом месте.

Замыкают десятку компании «Yahoo!» и «Intel Inside». Первой активностью в социальных сетях не помогла избавиться от перманентного падения акций и сокращения прибыли: в 2008 г. чистая прибыль бывшего поисковика номер один составила 424,3 млн дол. против 660 млн дол. годом раньше. Эксперты считают, что с учетом этой ситуации социальные сети, видимо, не спасут компанию «Yahoo!» от партнерства с корпорацией «Microsoft» в поисковом бизнесе.

Корпорацию «Intel Inside» социальная инженерия не избавила от необходимости выплачивать Евросоюзу штраф. В середине 2008 г. компания «AMD» предъявила ей обвинения в недобросовестной конкуренции («Intel Inside» действительно выплачивала бонусы электронным ритейлерам за отказ от продаж техники с процессорами «AMD»). Корпорация «Intel Inside» была наказана штрафом в 1,45 млрд дол. и показала во 2-м квартале 2009 финансового года худший результат за последние двадцать три года.

Компанией «Altimeter Group» выявлена корреляция между степенью активности компании в социальных сетях и ростом ее выручки. Аналитики отметили, что в лидирующей группе объемы продаж за последний год выросли в среднем на 18 %, тогда как аутсайдеры отрапортовали о снижении в среднем на 7 %. Маркетологи призывают относиться к этому выводу с осторожностью, говоря, что он может свидетельствовать и об обратном: наиболее успешные компании быстрее других осваивают новые инструменты продвижения.

Отечественные эксперты считают, что и в России, и в Америке создание отделов маркетинга, которые продвигают корпоративную идею в «Twitter» за зарплату, пока зависит от доброй воли инновационного руководства. Само же руководство к сетям довольно индифферентно. Из 100 руководителей крупнейших компаний США блогов не ведет никто. Страницу в «Facebook» имеет каждый пятый, и только каждый седьмой в «Linkedin» [115].

В 2009 г. Всемирный экономический форум опубликовал очередной регулярный доклад «Global Information Technology Report 2006–2007» («Глобальные информационные технологии 2006–2007»), который содержит традиционный рейтинг развития информационных

технологий в различных государствах мира. Всемирный экономический форум (World Economic Forum, WEF), также известный в России как Давосский форум (Davos summit), – это крупнейшая международная неправительственная организация со штаб-квартирой в Женеве. Его главной целью провозглашено улучшение глобального состояния мира через содействие мировому сообществу в решении вопросов экономического развития и социального прогресса. В этих целях форум способствует развитию партнерства между деловыми, политическими, интеллектуальными и другими лидерами мирового сообщества для обсуждения важнейших проблем глобального развития.

При составлении рейтинга Всемирным экономическим форумом учитываются не только развитость ИТ-рынка в том или ином государстве, но и степень его влияния и проникновения в другие сферы (например, в сферу образования), а также успешность политики властей, направленной на интенсификацию применения информационных технологий. В докладе «Global Information Technology Report 2006–2007» учтены данные по 122 странам, в том числе и постсоветским. В итоге в первую десятку стран, в которых информационные технологии развиты наилучшим образом, вошли Дания, Швеция, США, Сингапур, Швейцария, Финляндия, Исландия, Норвегия, Нидерланды и Канада (годом ранее, например, США занимали первое место, а Швеция – восьмое).

Эстония продемонстрировала лучшие результаты среди стран, ранее входивших в состав СССР. Она оказалась на 20-й позиции. Места других постсоветских государств: Литва – 39-е, Латвия – 42-е, Россия – 70-е, Азербайджан – 71-е, Казахстан – 73-е, Украина – 75-е, Молдова – 92-е, Армения – 96-е, Кыргызстан – 105-е. Для сравнения: Германия заняла 16-е место, Израиль – 18-е, Франция – 23-е, ОАЭ – 29-е, Италия – 38-е, Индия – 44-е, Турция – 52-е, Польша – 58-е, Китай – 59-е. По сравнению с прошлым рейтингом ухудшились позиции Индии и особенно Китая. В целом страны Азии продемонстрировали заметные темпы роста. Так же успешно действовали и государства Латинской Америки. Ситуация на Ближнем Востоке противоречивая: здесь лидер – Израиль [80].

Журнал «Fortune» в 2009 г. представил результаты очередного рейтинга компаний, лидирующих в мире по темпам роста. Рейтинг 2009 г. отличается тем, что впервые в него были включены компании



не из США. Он формируется на основании данных о выручке, обороте и доходах инвесторов за последние три года. «Несмотря на “Великую депрессию”, некоторым компаниям удается набирать обороты. И не только в США», – резюмировали аналитики издания. В рейтинге журнала «Fortune» канадская компания «Research in Motion» («RIM») – производитель популярных смартфонов «BlackBerry» – неожиданно для многих возглавила список ста наиболее динамично растущих компаний планеты. В 1-м квартале текущего года смартфон «BlackBerry Curve», потеснивший на рынке «Apple iPhone 3G», был назван самым популярным в США. Благодаря спросу на устройства, прибыль канадской корпорации «RIM» выросла на 84 % за последние 3 года, а доход – на 77 %; суммарный доход компании на инвестиции составил 45 %. Бренд «BlackBerry» недавно попал и в новую версию рейтинга «BrandZ» от «Financial Times» и «Millward Brown» на 16-е место. Он стал самым быстро растущим за год среди ИТ-компаний, достигнув стоимости в 27,5 млрд дол. (+100 %). На втором и третьем местах в списке журнала «Fortune» также расположились ИТ-компании.

Нужно отметить, что концентрация ИТ- и телекоммуникационного бизнеса в рейтинге 2009 г. довольно высока. У обладателя второго места – компании «Sigma Designs», производителя чипов, рост доходов на 104 % больше 2007 г. благодаря увеличению продаж «DVD»-плееров формата «Blue-ray» и сделке с корпорацией «Microsoft». На третьем месте китайская интернет-компания «Sohu.com», на седьмом – компания «Shanda» – крупнейшее китайское онлайн-казино. Бренд «Apple» занял 6-е место с 63,113 млрд дол. (+14 %).

В сотню лучших попали и такие ИТ-гиганты, как «Open Text» (разработчик решений для систем управления корпоративной информацией, занявший 15-е место), корпорация «Apple» (39-е), интернет-магазин «Amazon.com» (52-е). Корпорация «Google» заняла только 68-ю строчку в рейтинге, а «Infosys Technologies» – последнюю, сотую. Корпорация «Apple» стала второй среди наиболее известных ИТ-компаний, представленных в рейтинге журнала «Fortune». Несмотря на то что доходы корпорации «Apple» более чем в три раза превысили показатели корпорации «RIM», составив почти 33,7 млрд дол., ее темпы роста оказались более скромными –

всего 27 %. В расчете на акцию чистый доход корпорации «Apple» вырос на 46 % [53].

В *Ton-10* наиболее быстро растущих компаний рынка высоких технологий первые три места занимают следующие корпорации: канадская «Research in Motion», американская «Sigma Designs» и китайская интернет-корпорация «Sohu.com» (ее общий доход за 4-й квартал 2008 г. составил 121,6 млн дол., что на 86 % больше, чем в 2008 г.; доход от рекламы достиг 46,6 млн дол., а от онлайн-игр – 58,4 млн дол. Ее годовой доход составил 429,1 млн дол.; 175,9 млн дол. – от рекламы и 201,8 млн дол. – от игр).

Далее в рейтинге наиболее быстро растущих компаний ИТ-рынка находятся корпорация «Elix» (за счет специализации на разработках для страховых компаний), люксембургский холдинг «Millicom International Cellular», «Open Text» (специализированный «ЕСМ»-вендор – «Enterprise Content Management» – управлением корпоративной информацией, программным обеспечением которого пользуются более 20 млн пользователей в 46 тыс. компаний в 114 странах; основной продукт – «Livelink» – лидирует в сфере совместной работы и управления корпоративным контентом для международных компаний).

За ними следуют корпорация «Pegasystems» («PEGA») – разработчик бизнес-программного обеспечения «CRM» – и операторы бизнес-школ «Lincoln Educational Services» («LINC») и «ANSYS» (разработчик и поставщик программного обеспечения для инженерных расчетов и технологий численного анализа, используемых в различных отраслях промышленности. Программный комплекс «ANSYS» – единая платформа для реализации полного цикла разработки нового изделия от технического задания на этапе проектирования до проверки правильности принятых решений; 60 подразделений компании с общей численностью сотрудников свыше 1 600 человек расположены в различных странах мира). Замыкают десятку лучших корпораций известный вендор «Apple» и китайский разработчик программного обеспечения для телекома «AsiaInfo Holdings». Первая тройка здесь повторяет тройку лидеров «большого» рейтинга.

Рассматривая ИТ-рейтинги корпораций с различных точек зрения, нельзя не привести рейтинг частного исследовательского института «Legatum Prosperity Index» самых успешных стран мира

(при 104 странах-участницах), опубликованный в 2009 г. В рейтинге учитывались два основных параметра – экономическая конкурентоспособность и качество условий для проживания. В итоге первое место по этим критериям заняла Австралия, второе – Австрия, третье – Финляндия, четвертое – Германия, пятое – Сингапур. Россия оказалась на 57-м месте. На строчку выше, на 56-м месте, находится Казахстан, а следом за нашей страной – Доминиканская республика [110].

## **«GOOGLE»: КОНКУРЕНЦИЯ, БОРЬБА ЗА ВЕБ-РЫНОК**

Американская корпорация «Google Inc.» создана аспирантами Стэнфордского университета Ларри Пейджем и Сергеем Брином, которые, поставив в 1996 г. себе цель – создать крупнейшую поисковую базу данных, в 1998 г. обустроили первый центр данных «Google» в общежитии в комнате Ларри. В сентябре 1998 г. они собрали инвестиции на сумму 1 млн дол. и зарегистрировали как юридическое лицо «Google Inc.». Темпы развития новой корпорации, благодаря необычайной популярности ее поисковика, росли очень быстрыми темпами, и уже к началу 2001 г. новые торговые офисы были открыты в Гамбурге и Токио для удовлетворения растущего международного интереса. Интерфейс «Google» уже предоставлял пользователям возможность поиска на 26 языках и обеспечивал доступ к 3 млрд документов.

В итоге корпорация за несколько лет превратилась в одну из крупнейших в мире (с капитализацией 160 млрд дол.) и сейчас остается абсолютным лидером в бизнесе интернет-поиска.

По данным [183], «Google» занимает около 63 % мирового рынка веб-поиска, ежедневно на ее сервисе задается около 50 млн поисковых запросов, интерфейс портала поддерживает 117 языков мира. Второй в мире по популярности поисковик «Yahoo!» на рынке весьма существенно отстает от лидера и охватывает около 10 % рынка веб-поиска; далее следуют «Microsoft Bing», «AOL», «Ask», российский «Yandex». По другим данным [89], по оценке пользователей, доли рынка веб-поиска распределяются следующим образом: 60 % – «Google», 16 % – «Microsoft Bing» и 10 % – «Yahoo!».

Помимо поиска, веб-портал корпорации «Google Inc.» также предоставляет пользователям сервисы бесплатной электронной почты «Gmail», географических карт «Google Maps», новостной рубрикатор «News», свободную энциклопедию «Knol» (аналог Википедии), автоматический переводчик «Translate» и множество других приложений.

На веб-портале базируется и самая крупная система онлайн-рекламы «Google AdWords», являющаяся одним из основных источников колоссальной прибыли компании. В 2008 г. ее объем оказался на уровне 4,22 млрд дол. В 2009 г., несмотря на глобальный финансовый кризис, интернет-гигант продолжает демонстрировать хорошие финансовые показатели. Во 2-м квартале 2009 г. прибыль «Google» достигла 1,5 млрд дол., что на 18 % больше уровня аналогичного периода 2008 г.

Причину улучшения благосостояния «Google» в первой половине 2009 г. эксперты объясняют тем, что ее руководство сумело выработать эффективную ценовую маркетинговую политику, заинтересовав в ней рекламодателей и заполучив многих специалистов из медиакомпаний с традиционными способами передачи информации (телевидение, газеты) [183].

Оставаясь на доминантных позициях в интернет-бизнесе, «Google» ведет настойчивую экспансию по многим направлениям ИТ-индустрии, посягая уже и на лавры корпорации «Microsoft» как главного разработчика программного обеспечения в мире.

В 2008 г. «Google» выпустила новую операционную систему «Android» для мобильных телефонов, которая базируется на платформе «Linux».

В 2009 г. компания анонсировала выпуск операционной системы «Google Chrome Operating System», которая ориентирована на работу в Интернете и, вероятнее всего, будет предустанавливаться на нетбуках в противовес «Windows XP».

Основными отличиями операционной системы «Google Chrome Operating System» разработчики считают более простой интерфейс, отличную скорость работы и высокий уровень безопасности. Предполагается, что новая операционная система, в основе которой лежит ядро «Linux», будет быстрой, надежной и простой в освоении. Утверждается, что «Google Chrome Operating System» для нетбуков будет предустанавливаться со второй половины 2010 г. Исходный

код «Google Chrome Operating System» опубликуют до конца 2009 г. Эта операционная система будет работать как с процессорами на архитектуре «x86», так и с чипами «ARM».

Эксперты считают, что представление новой операционной системы «Google Chrome Operating System» – пример успешного использования в конкурентной борьбе рекламной кампании. Это произошло благодаря тому, что руководитель корпорации «Google» раньше других осознал потенциал развития веб-действительности и сыграл на опережение, построив свою империю не на нефти, а на «идее, время которой пришло». Как справедливо отмечает старший эксперт аналитической компании «ITResearch» Д. Шульгин, про «Google Chrome Operating System», которую еще и в глаза никто не видел, в период рекламной кампании написали гораздо больше, чем про «Windows 7», которая уже сегодня стоит на компьютерах миллионов яростных критиков Б. Гейтса. Руководство корпорации «Google» умело разыграло на веб-страницах блестящую комбинацию, когда продукт, о котором никто не слышал еще каких-то пару дней назад, которого никто не видел в реальности, занял первые полосы порталов, потеснив новую операционную систему «Microsoft». Причем сделать это было не очень сложно: достаточно вовремя вбросить необходимую информацию в виртуальный мир, а дальше уже вступает в дело автоматика [145].

Компания «Google» действует логично: вслед за появлением популярного почтового сервиса, отличного браузера «Chrome» и набора «Google Apps» она планирует вывести на рынок некий упрощенный вариант операционной системы, предназначенной для работы в сетевом окружении. Эксперты отмечают, что поклонники «Google» не заметили, что, продолжая говорить о своих бесплатных продуктах, компания незаметно предложила всем своим корпоративным клиентам (от 50 пользователей на один аккаунт) месячный тестовый период, а дальше им уже пришлось платить по 50 дол. в год за каждого пользователя. От системы «Google Chrome Operating System» не требуется быть «новой “Windows”» – достаточно того, что этот мини-«Linux» с браузером «Chrome» в режиме киоска будет позволять владельцам нетбуков заниматься веб-серфингом, работать с почтой, использовать «Google Apps», слушать музыку и крутить видеоролики. По сути дела, речь идет о некоей интерпретации программного обеспечения для «тонкого клиента» нового типа,

который рассчитан не только на корпоративный сектор, но и на обычных пользователей Интернета, что оценивается как вполне здравая идея [145].

Разработчики планируют, что «Google Chrome Operating System» впервые появится на мобильных интернет-компьютерах во втором полугодии 2010 г. А пока что практически на всех компьютерах мира установлена операционная система «Windows» корпорации «Microsoft». Эксперты считают, что популярность нового программного обеспечения «Google» будет зависеть от того, заключит ли компания договоры с главными производителями компьютеров – «Hewlett-Packard Co», «Dell Inc.» и др., которые в настоящее время предлагают своим покупателям устанавливать операционную систему «Windows».

Конкурентная борьба корпорации «Google» неизбежно включает в себя не только тактику соглашений с другими компаниями, но и поглощения. Например, усиливая конкурентную борьбу с корпорацией «Microsoft» [169], «Google» подписала соглашение с компанией «Salesforce.com», крупным поставщиком «SaaS-услуг» («Software as a Service»), согласно которому «Salesforce.com» будет заниматься дистрибуцией популярных приложений от интернет-гиганта. Кроме дистрибуции офисных онлайн-приложений от «Google» своим бизнес-клиентам (более 41 тыс.), компания «Salesforce.com» также интегрирует набор приложений в свою собственную службу, которая помогает компаниям отслеживать и выявлять потребности клиентов. Руководство «Salesforce.com» уверено, что благодаря соглашению с интернет-гигантом компании будет легче убедить клиентов отказаться от продукции корпорации «Microsoft». По мнению некоторых аналитиков, «Google» может в скором времени приобрести «Salesforce.com».

Данное соглашение стало продолжением многолетнего сотрудничества компании «Salesforce.com» и корпорации «Google», которые совместно пытаются убедить клиентов подписываться на «SaaS»-услуги через Сеть вместо приобретения программ для установки на персональные компьютеры. Эта бизнес-модель является потенциальной угрозой для таких крупных производителей софта, как «Microsoft», «Oracle» и «SAP», которые получают большую часть своих доходов от продажи индивидуальных лицензий

и взимания дополнительной абонентской платы за использование программ.

Уже в 2007 г. компания «Salesforce.com» договорилась с корпорацией «Google» о продаже рекламы своих клиентов на мощностях поискового гиганта. «Salesforce.com» открыла новую версию платформы, которая позволила 32,3 тыс. разработчиков софтверных сервисов продавать свою онлайн-рекламу через «Google». Новая платформа отслеживает все заходы по ссылкам, сгенерированным по рекламе «Google».

По мнению М. Бениоффа, исполнительного директора компании «Salesforce.com», последняя значительно выиграет от углубления сотрудничества с корпорацией «Google». Он утверждает: «Теперь нам будет проще убедить большое количество компаний прекратить покупать Microsoft Office и перейти на более качественные сервисы». В компании «Nucleus Research» считают: «Дополнительные приложения сделают Salesforce.com более привлекательным для пользователей, но настоящий победитель в этой сделке – Google. Она даст интернет-гиганту дополнительный канал продаж без лишних затрат» [<http://www.cnews.ru/news/top/index.shtml?2008/04/14/297042>].

Многие аналитики предполагают, что корпорация «Google» планирует в скором времени приобрести компанию «Salesforce.com», объем ежегодных продаж которой превышает 749 млн дол., а рыночная стоимость компании составляет около 7 млрд дол., хотя представители корпорации «Google» и компании «Salesforce.com» отказываются комментировать слухи о возможной сделке такого рода.

Самым дорогим приобретением «Google» на сегодняшний день за всю ее историю стала покупка компании онлайн-рекламы «DoubleClick» (приобретение завершено 11.03.2008 г.) за 3,2 млрд дол. До сих пор самой крупной транзакцией считалась покупка «Google» видео-сервиса «YouTube» за 1,65 млрд дол.

Компания «DoubleClick» занимается разработкой рекламных технологий, создает программные решения для проведения рекламных кампаний в Интернете и сбора соответствующей статистики, а также имеет широкие связи со многими крупными рекламодателями. Бывший владелец «DoubleClick» – фонд прямых инвестиций «Hellman & Friedman» – приобрел эту компанию в 2005 г. за 1,1 млрд дол.; ее совладельцем также являлась компания «JMI Management».

«DoubleClick» считает, что ее объединение с «Google» даст новые эффективные инструменты рекламодателям и принесет значительную пользу потребителям.

Корпорация «Google» также обещает, что альянс с компанией «DoubleClick» даст наилучшие инструменты для фокусировки, отображения и анализа онлайн-рекламы любых видов, от чего выиграют все. Основатель корпорации «Google» С. Брин отмечает: «Сотрудничеством такого рода мы хотим увеличить свои возможности по предоставлению рекламодателям большого количества разнообразных инструментов, которые позволят осуществлять более эффективный интернет-таргетинг рекламы. Рекламодатели смогут продавать больше и получают возможность адекватной оценки того, как расходуются их средства на онлайн-рекламу. <...> Нашим видением было сделать онлайн-рекламу лучше – менее навязчивой, более эффективной и полезной. Вместе с DoubleClick мы сделаем Интернет более производительным для пользователей, рекламодателей и издателей» [170].

Благодаря этой покупке корпорация «Google» стала лидером не только контекстной, но и медийной рекламы. По оценкам экспертов, это событие послужит дополнительному укреплению и без того лидирующих позиций корпорации «Google» на рынке интернет-рекламы и, как будет показано ниже, подстегнет главных конкурентов – компанию «Yahoo!» и корпорацию «Microsoft» – на ответные действия.

Ранее корпорация «Microsoft» также рассматривала предложения приобрести компанию «DoubleClick», рассчитывая с ее помощью занять еще не освоенную конкурентом область рекламного рынка – управление рекламой, размещенной на сайтах третьих сторон. Однако стоимость сделки ограничивалась суммой примерно в три раза меньшей, чем смогла предложить корпорация «Google».

В результате эта покупка компании «DoubleClick» стала второй крупной победой корпорации «Google» над «Microsoft». В 2005 г. обе боролись за контракт с компанией «AOL LLC», который выиграла «Google». Американская медиакомпания «AOL LLC», ранее называвшаяся «America Online Inc.», является поставщиком онлайн-сервисов и электронных досок объявлений, владельцем крупной мировой поисковой системы, социальной сети «Bebo», популярных интернет-пейджеров «ICQ», «AIM» и медиаплеера «Winamp», крупнейшим каталогом ссылок на сайты Всемирной паутины



«Open Directory Project». В 1998 г. она приобрела компанию «Netscape» за 4,2 млрд дол.

Конкуренты корпорации «Google» – корпорации «Microsoft», «AT&T», «Time Warner» и ряд других крупных интернет- и медиакомпаний – выступали против планов «Google» приобрести компанию «DoubleClick». Их топ-менеджеры рассчитывали, что антимонопольные органы США заблокируют сделку, так как корпорация «Google» уже контролирует львиную долю рынка контекстной рекламы, привязанной к результатам интернет-поиска, а теперь будет доминировать и в сегменте баннерной рекламы.

Еще одно поглощение корпорации «Google» в 2009 г. – приобретение компании «On2 Technologies», разработчика передовой технологии сжатия видео «YouTube». Стоимость приобретения – около 106,5 млн дол. Аналитики компании «Computerworld» уверены, что сделка будет полезной для корпорации «Google», поскольку у компании «On2 Technologies» лучшие в своей области технологии, которые продавались разным видеохостингам. Они будут продаваться и впредь, но наиболее передовые из них «Google» сможет оставить себе, то есть приберечь для «YouTube». Для компании «On2 Technologies» сделка тоже полезна, т. к. обладая важной технологией, она в последнее время не имела ожидаемой прибыли [202].

По информации корпорации «Google», ее приложения используют более 500 тыс. компаний и миллионы обычных пользователей. Базовые версии приложений бесплатны, а за версии с расширенным набором функций плата для одного пользователя составляет от 50 дол. в год. Аналитики отмечают, что сервисы в 2007 г. приносили корпорации «Google» сравнительно небольшие деньги – в 2007 г. корпорация заработала около 200 млн дол. на своих приложениях, тогда как прибыль от продажи онлайн-рекламы составила 16,4 млрд дол. [169]. Основной источник дохода корпорации «Google» в 2008 г. (21,8 млрд дол.) – реклама в Интернете. Среди ее последних предложений – смартфоны и программное обеспечение для мобильных телефонов. Чистая прибыль в 2008 г. – 4,23 млрд дол., рыночная капитализация в апреле 2009 г. – более 122,31 млрд дол. (капитализация «Microsoft» на этот период – 167,5 млрд дол.) [68].

Как будет показано ниже, на рынке создания новых поисковых сервисов резко обострилась конкурентная борьба, в которой помимо корпорации «Google» участвуют корпорация «Microsoft», запустившая

свой поисковый сервис «Bing», и компания «Yahoo!», заключившая договор с корпорацией «Microsoft».

Поэтому и «Google» предоставила свой новый поисковый сервис «Google Squared», разработчики которого утверждают, что «Squared» значительно отличается от обычных поисковых сервисов: он собирает всю необходимую информацию по запросу пользователя и предоставляет найденную информацию в виде интерактивной таблицы, т. е. он не выдает только лишь ссылки на другие страницы, где можно получить ответ на свой вопрос (а может быть, и нельзя), – поисковик прямо отвечает на поставленный пользователем вопрос. Особенность «Squared»: если пользователю не понравится ответ или он найдет ошибки, то можно самостоятельно отредактировать полученную таблицу. Руководство компании считает, что данный сервис будет полезен тем пользователям, кому нужно быстрое получение информации без посредников [72]. Таким образом, в ближайшие годы можно ожидать новых результатов конкурентной борьбы в этой сфере ИТ.

В последнее время пристальное внимание всего ИТ-сообщества приковано к платформе «Google Android», разработанной на основе ядра «Linux». Ею заинтересовались ведущие мировые производители мобильной электроники и сотовые операторы «Samsung», «Nokia», «Motorola» и др., а некоторые из них уже выпустили на рынок устройства, работающие под управлением «Android».

Разработка «Android» велась с 2005 г. после покупки корпорацией «Google» стартап-проекта с аналогичным названием. Затем в 2007 г. «Google» выступила инициатором формирования группы компаний «Open Handset Alliance» («ОНА»), основной задачей которой является разработка открытых стандартов программного обеспечения для мобильных устройств. Сегодня в группу помимо инициатора входят 34 компании, среди которых крупнейшие сотовые операторы – «T-Mobile», «Sprint Nextel», «KDDI», «NTT DoCoMo», «China Mobile», разработчики микросхем – «Broadcom», «Intel», «Marvell», «Nvidia», «Qualcomm», «SiRF», «Texas Instruments», производители мобильных устройств – «HTC», «LG», «Motorola», «Samsung Electronics». Группа компаний «Open Handset Alliance» дала возможность программистам со всего мира в течение двух недель протестировать новую среду. Для большего интереса к платформе со стороны разработчиков был объявлен конкурс на лучшее

приложение для «Android» с призовым фондом 5 млн дол. В мае 2009 г. корпорация «Google» объявила конкурс «Android Developer Challenge II» с призовым фондом 2 млн дол. (главный приз – 250 тыс. дол.).

Первым устройством, работающим под управлением «Android», стал разработанный компанией «HTC» смартфон «Dream», или «T-Mobile G1», официально представленный 23.09.2008 г.; его продажи в США стартовали в октябре 2008 г. Новинку в специализированных СМИ прозвали «гуглфоном». Вскоре еще несколько производителей смартфонов заявили о намерении выпустить устройства на базе платформы «Android», а компания «Koolu» стала продавать свои устройства с предустановленной мобильной платформой «Google». В октябре 2008 г. был открыт онлайн-магазин приложений «Android Market», где можно приобрести программы и другой софт для устройств на базе новой платформы.

Корпорация «Google» выделяет несколько основных преимуществ платформы «Android»:

- открытость: позволяет получить доступ к основным функциям мобильных устройств с помощью стандартных вызовов «API»;
- разрушение границ: можно объединять информацию из Интернета с данными телефона, например, контактной информацией или данными о географическом положении, чтобы получить новые возможности;
- равноправие приложений: для «Android» нет разницы между основными приложениями телефона и сторонним программным обеспечением – можно изменить даже программу для набора номера или заставку экрана;
- быстрая и легкая разработка: есть все, что нужно для создания и запуска приложений, включая имитатор настоящего прибора и расширенные инструменты отладки.

«Android» обладает и другими функциональными возможностями: например, для выполнения приложений используется виртуальная «Java»-машина «Dalvik» с низким потреблением памяти. «Dalvik» позволяет поддерживать одновременную работу нескольких приложений и открывает файлы в специальном формате «dex», оптимизированном для мобильных устройств и др.

Пока устройства под управлением «Google Android» занимают ничтожную долю рынка. Однако, по оценкам компании «ABI Research», к 2013 г. ситуация кардинально изменится и «Linux»-телефоны займут 23 % мирового рынка. Основные надежды аналитики «ABI Research» связывают с объединением «LiMo Foundation», в чьи основные задачи входит разработка и продвижение новой мобильной платформы на базе «ОС Linux», а также с группой компаний «Open Handset Alliance» и ее разработкой «Google Android». По данным компании «Admob», рыночная доля «Google Android» стабильно увеличивается примерно на 1 % в месяц.

Платформа «Google Android» устанавливается не только на смартфоны, но и на нетбуки; она уже стоит на ряде моделей «Asus EE PC» и портирована на нетбуки компаний «MSI», «Dell» и «Acer». Еще ряд производителей нетбуков заявил о скором выпуске устройств на базе мобильной платформы от «Google».

Аналитики и эксперты ИТ-рынка предсказывают «Google Android» хорошие коммерческие перспективы, поскольку продукты на базе программного обеспечения с открытым кодом уже не являются сенсацией: они постепенно захватывают ИТ-пространство, вытесняя общепризнанных лидеров, порождая конкуренцию, что само по себе может положительно сказаться на оздоровлении рынка [166].

Мировой финансовый кризис не мог не повлиять на действия корпорации «Google» по минимизации издержек. В 2009 г. корпорация уволила большую часть своих внештатных сотрудников. Корпорация не уточняет данные по увольнениям и не комментирует сообщения в СМИ, но, по сведениям ведущих аналитиков в отрасли, портал «Google» мог к этому моменту уже полностью сократить всех внештатных сотрудников. Однако при этом корпорация обещает не проводить сокращения в штатном расписании. Кризис в США уже существенно отразился на сотрудниках «Google»: она впервые не стала им делать уже ставший традиционным новогодний подарок в 1 тыс. дол. и закрыла бесплатные столовые и кафе в своих офисах.

Вместе с тем корпорация «Google» не только не планирует сокращать расходы на исследования и разработку новых продуктов, но и предполагает затратить на эти цели несколько миллиардов долларов в ближайшие два года. Она твердо намерена продолжать инвестировать в новые разработки не менее 18 % прибыли. В 2008 г. эти инвестиции достигали 2,7 млрд дол.

## КОРПОРАЦИЯ «MICROSOFT»: АЛЬЯНС С «YAHOO!», ПРОБЛЕМЫ, КОНКУРЕНТЫ

Признанные успехи компании «Google» не могли не стимулировать ее конкурентов, и в 2009 г. корпорация «Microsoft» заключает альянс с «Yahoo!».

Крупнейшая транснациональная корпорация «Microsoft» производит программное обеспечение для вычислительной техники (персональных компьютеров, игровых приставок, мобильных телефонов и др.), а также некоторые аксессуары для персональных компьютеров (клавиатуры, мыши и т. п.). 8,7 % акций корпорации «Microsoft» принадлежит Б. Гейтсу, 4,4 % – С. Баллмеру, менее 1 % – другим менеджерам, остальные акции находятся в свободном обращении на бирже «NASDAQ».

Свою историю корпорация «Microsoft» ведет с 1975 г., когда два компаньона и друга, Пол Аллен и Билл Гейтс, зарегистрировали в г. Альбукерке (штат Нью-Мексико) компанию «Microsoft Corporation». Интересно, что успех корпорации фактически начался с покупки у компании «Seattle Computer Products» ее продукта – операционной системы «QDOS», для доработки которого из той же «Seattle Computer Products» был приглашен Тим Паттерсон. После завершения работы «Microsoft» назвала операционную систему «MSDOS» и предложила ее компании «IBM». Затем между «IBM» и «Microsoft» был подписан договор, согласно которому «IBM» взяла на себя все расходы по производству системы, обязалась продавать компьютеры только с предустановленной «MSDOS» и отчислять проценты с каждой проданной машины [105].

В 1981 г. «Microsoft» становится корпорацией, управление которой разделили Б. Гейтс и П. Аллен. В 1981 г. корпорация «IBM» представила персональный компьютер с использованием программного обеспечения корпорации «Microsoft» – 16-битной операционной системой «MS-DOS 1.0», «BASIC», «COBOL», «Pascal» и др. В этот период первые представительства корпорации «Microsoft» появились в Европе и Великобритании. В 1982 г. Гейтс убедил руководство корпорации «IBM» продавать «MS-DOS» по лицензии и другим производителям компьютеров, составив конкуренцию корпорации «Apple», которая продавала свои компьютеры на базе собственной операционной системы.

В 1983 г. корпорация «Microsoft» создала манипулятор «Mouse» («Мышь») для более удобного ввода данных в компьютер с графическим интерфейсом, представила текстовый редактор для «MS-DOS» и анонсировала «Windows» – расширение операционной системы для «MS-DOS» в виде универсальной операционной среды для графических прикладных программ. В 1993 г. число зарегистрированных пользователей «Microsoft Windows» составило 25 млн чел. Она стала самой популярной в мире операционной системой с графическим интерфейсом и выпустила линейку операционных систем «Windows NT» для рабочих станций и серверов. В 1995 г. в производство был запущен «Windows 95». В январе 1996 г. было продано 25 млн копий «Windows 95». В 1996–1997 гг. были разработаны «Windows NT» нового поколения (4.0 и 5.0), в 1998 г. – «Windows 98», затем «Windows 2000».

В 2000 г. Б. Гейтс передал полномочия главного исполнительного директора С. Баллмеру. В 2001 г. поступила в продажу новая операционная система «Windows XP», являющаяся сейчас самой массовой в мире. В 2007 г. в продажу поступает следующее поколение – «Microsoft Windows Vista» и новая версия офисного пакета «Microsoft Office 2007».

В июне 2008 г. Б. Гейтс покинул пост председателя совета директоров корпорации «Microsoft», оставив все ключевые посты в компании за С. Баллмером. Корпорация продолжает разрабатывать новые продукты: например, в конце 2008 г. анонсирован выход «Windows 7», которая является преемницей «Windows Vista», но обладает при этом лучшими функциональными возможностями [46].

Компания «Yahoo!» – по популярности вторая после «Google» интернет-компания мирового рынка веб-поиска, 71 % акций которой находятся у институциональных инвесторов и паевых фондов. Ее создатели – студенты Стэндфордского университета Джерри Янг и Дэвид Фило.

Руководители «Microsoft» и «Yahoo!» – ведущих компаний высокотехнологического сектора – официально сообщили, что объединяют свои усилия в области веб-поиска с целью противодействия корпорации «Google».

Аналитики, принимая во внимание безусловное доминирование корпорации «Google» на мировом рынке веб-поиска, констатируют, что борьба за пользователей и рекламодателей на веб-рынке обещает

быть жаркой, поскольку альянс для ведения этой борьбы заключили крупнейший в мире производитель программного обеспечения «Microsoft» и популярная интернет-компания «Yahoo!», решив сообща бороться с поисковой системой «Google».

На разработку совместного ресурса корпорация «Microsoft» уже пообещала предоставить свои рекламные сервисы, а компания «Yahoo!» – технологии поиска. В итоге конкурентные показатели нового поисковика должны увеличиться в несколько раз.

Таким образом, корпорация «Microsoft» нашла приемлемую для обеих сторон форму сотрудничества в области поисковых технологий – это не поглощение компании «Yahoo!», а заключение соглашения с ней, объединяющего сильные стороны участников альянса, ключевые особенности которого заключаются в следующем [89], [116]:

- «Yahoo!» на 10 лет откажется от своей собственной поисковой системы и переведет ее на технологию «Microsoft Bing», при этом продолжая продавать рекламу на страницах результатов поиска на своих сайтах и получая возможность продавать ее на некоторых сайтах «Microsoft»;
- вводится в действие «соглашение о разделе клиентуры». Обе стороны сохраняют свои отделы продаж поисковой рекламы, но при этом с ключевыми клиентами продолжают общаться специалисты «Yahoo!», а неключевые, работающие через систему самообслуживания, перемещаются на платформу «Microsoft AdCenter»;
- «Microsoft» будет выплачивать «Yahoo!» 88 % доходов от продаж рекламы в течение первых пяти лет действия соглашения; взамен «Microsoft» получит лицензию на поисковые технологии «Yahoo!» и доступ к аудитории ее сайтов (более 570 млн пользователей), что составляет 50,8 % мировой интернет-аудитории;
- соглашение подписывается сроком на 10 лет.

Участие корпорации «Microsoft» в альянсе вызвано тем, что она недавно включилась в бизнес интернет-поиска и ее сервис «Microsoft Bing» («Bing») начал работать с 01.06.2009 г. Первоначально поисковик корпорации назывался «MSN Search» и имел другой дизайн, но в процессе ребрендинга существенно преобразился и стал более функционален. Среди его особенностей – возможность просмотра

результатов поиска на одной странице, а также отображение объема искомой информации в зависимости от желания пользователя (заголовков, краткий обзор, расширенный обзор).

Благодаря смене формата, поисковик корпорации «Microsoft» смог существенно увеличить свою аудиторию. По данным аналитиков из компании «comScore», доля корпорации «Microsoft» на мировом рынке интернет-поиска выросла на 3 %, до 16,7 %.

За первую неделю «Bing» принес корпорации 2,1 %, за вторую – еще около 1 %. Майк Херт, старший вице-президент «comScore» отметил: «Судя по всему, Microsoft Bing продолжает интересовать пользователей и это положительный аспект для корпорации. На основании ранних результатов можно говорить о принятии поисковика пользователями из разных стран» [156].

По данным компании «Nielsen Online», в мае 2009 г. накануне запуска «Bing» поисковик «Microsoft Live Search» потерял значительную долю рынка, так как пользователи ожидали запуск нового решения «Bing». Данные компании «Nielsen Online» показывают, что в мае 2009 г. доля американских запросов, обслуживаемых поисковиком «Live Search», сократилась сразу на 15 % по сравнению с аналогичными показателями 2008 г.

На первом месте в рейтинге компании «Nielsen Online» находится «Google» (63,2 %), причем в США за год доля компании выросла на 28,2 %; на втором месте с приличным отставанием – «Yahoo!» (17,2 %, в США – 22,3 %); третье и четвертое места заняли «AOL» и «Ask.com» (4 и 2,2 % соответственно), причем за год общее количество запросов, обслуживаемых этими поисковиками увеличилось на 13,1 и 22 % соответственно [156].

Генеральный директор «Yahoo!» К. Бартц положительно оценила работу «Microsoft» по ребрендингу и выразила уверенность в успешности предстоящего сотрудничества. Теперь «Yahoo!» откажется от собственного поисковика в пользу «Microsoft Bing», а сама интернет-компания сможет бесплатно размещать свою рекламу на новостных и прочих сайтах «Microsoft».

Таким образом, продолжительные переговоры о сотрудничестве были успешны. А ведь еще в 2008 г. «Microsoft» намеревалась поглотить «Yahoo!», заплатив за 20 % ее акций 47,5 млрд дол. Но акционеры интернет-компания не согласились, поскольку не были уверены в технологических возможностях контрагента. Весной 2009 г.



казалось, что переговорный процесс окончательно потерял актуальность для «Yahoo!». Однако успешный ребрендинг сделал сотрудничество реальным. «Yahoo!» будет ежегодно получать от своего нового партнера по 500 млрд дол. в виде операционных доходов, а также 200 млн дол. в виде капитальных вложений.

Следовательно, альянс с корпорацией «Microsoft» позволит интернет-компаниям «Yahoo!», которая в последнее время была вынуждена сбалансировать снижение прибыли сокращением кадров, за счет обеспечения притока солидного капитала поправить свое финансовое положение [183].

Глава корпорации «Microsoft» С. Баллмер считает, что сделка с компанией «Yahoo!» приведет к появлению новых продуктов, улучшено в области поиска и большей экономии для обеих компаний: «У нас появился шанс объединить наш масштаб и масштаб Yahoo. Масштаб – это инструмент для улучшения продукции. Чем больше у вас запросов, тем лучше вы можете отточить свой продукт. Чем больше у вас масштаб, тем больше рекламодателей рекламируются на вашей системе, тем выше релевантность их рекламы для ваших пользователей. Это влияет и на улучшение нашего понимания клиентов» [5].

После заключения соглашения С. Баллмер отметил: «Вчера никто никого не купил и не продал, речь идет о партнерстве, создающем реальную экономическую ценность, не только в плане перспектив обновленных продуктов, но также в плане немедленной отдачи от эффекта синергии. <...> Yahoo! эта сделка поможет еще лучше сосредоточиться на собственном лидерстве в сфере онлайн-медиаданных. Мы будем и дальше конкурировать с ними с помощью MSN, однако Yahoo все равно ведущая медиакомпания мира». Он также отметил, что в самой «Yahoo!» ожидают увеличения прибыли на 70 %. Глава корпорации «Microsoft» даже назвал сделку с «Yahoo!» «волшебным способом создать синергию доходов и затрат» [5].

Сразу после объявления о слиянии против потенциальной сделки выступила компания «Google», чья доля на рынке поисковых и рекламных интернет-услуг значительно превосходит как долю «Yahoo!», так и долю «Microsoft».

Исполнительный директор компании «Google» Э. Шмидт утверждает, что слияние двух гигантов повредит основополагающим

принципам Интернета – открытости и инновациям. Кроме того, по его мнению, объединенная компания теоретически сможет монополизировать рынок, что ухудшит ситуацию с конкуренцией в Глобальной сети. Впрочем, в корпорации «Microsoft» с его критикой были не согласны, считая, что слияние с «Yahoo!» пойдет только на пользу Интернету [124].

«Сделка между Microsoft и Yahoo! вредит конкуренции на рынке онлайн-поисковых систем и потребителям. <...> Все двигаются быстрее в гонке, когда участников больше», – заявила М. Майер, один из вице-президентов корпорации «Google». По ее словам, если «Yahoo!» встроит в свои сайты поисковые механизмы «Bing» от «Microsoft», то рынок поисковых систем лишится одного из основных игроков – собственной поисковой системы «Yahoo!», что, в свою очередь, снизит уровень конкуренции и в итоге негативно скажется на пользователях.

Однако многие аналитики не согласны с такой точкой зрения. По их мнению, сотрудничество «Microsoft» и «Yahoo!», наоборот, усилит конкуренцию, так как оно создаст дополнительные трудности и давление на лидера рынка, то есть на корпорацию «Google» [124].

Учитывая значимость соглашения между корпорацией «Microsoft» и интернет-компанией «Yahoo!», ею уже серьезно заинтересовался Сенат США. Как заявили в юридическом комитете Сената, американские власти намерены изучить, как партнерство между «Microsoft» и «Yahoo!» повлияет на конкурентную обстановку на рынке интернет-поиска и рекламы и не пострадают ли от сделки конечные пользователи и рекламодатели. В результате такой проверки на деятельность компаний могут быть наложены ограничения.

Эта проверка проводится не случайно, ведь в конкурентной борьбе и авторитетные компании допускают нарушение антимонопольного законодательства. Так, например, Еврокомиссия заводила дела против компании «Microsoft» в связи со злоупотреблением доминирующим положением на европейском рынке, обязав ее выплатить штраф в размере 497 млн дол. Сначала «Microsoft» подала встречный иск, однако позже, под угрозой применения новых санкций, компания согласилась выполнить все требования Еврокомиссии [149].

В начале 2008 г. Европейская комиссия наложила на «Microsoft» штраф в сумме 899 млн евро за нарушение антимонопольных нормативов, так как в операционную систему «Windows» сразу встраивались и медиаплеер, и интернет-браузер.

С требованиями о конкуренции регулирующих организаций Евросоюза «Microsoft» пришлось столкнуться и в 2009 г. Компания была вынуждена уступить этим требованиям, поэтому европейским покупателям «Windows 7» (новой операционной системы компании «Microsoft») придется самим загружать и устанавливать интернет-браузер, так как «Internet Explorer» в комплект «Windows 7» входит не будет [200].

В январе 2009 г. начался очередной этап расследований по поводу открытости программного обеспечения корпорации «Microsoft». Иск был инициирован норвежским разработчиком веб-браузеров «Opera Software», позднее к нему присоединились компании «Mozilla» и «Google», а еще позже он был поддержан большой группой компаний, в которую входят «IBM», «Nokia», «Oracle», «Adobe», «Corel», «Red Hat» и «Sun Microsystems». Они требовали от «Microsoft» обеспечить возможность включить в «Windows» альтернативные браузеры. В начале июля корпорация предложила поставлять «Windows 7» (но, разумеется, только в Евросоюз) совсем без браузера, однако этот вариант не понравился Еврокомиссии. Через две недели корпорация «Microsoft» сделала новое предложение: в «Windows 7» встроить возможность предложить пользователю при активации или установке операционной системы скачать из Интернета и установить нужный ему браузер. Наблюдатели назвали этот шаг «капитуляцией “Microsoft”» [60].

Компания заявляет, что максимально облегчит для производителей и покупателей компьютеров процедуру установки браузера. В заявлении «Microsoft» говорится, что в Европе «Windows 7» появится в продаже в то же время, как и в остальном мире. Но компания «вынуждена выполнять требования европейского законодательства о конкуренции».

По словам одного из руководителей компании Д. Хайнера, «такой новый подход – хотя с нашей точки зрения не идеальный – является оптимальным, учитывая продолжающееся судебное разбирательство в Европе». Брюссель встретил этот шаг скептически, выразив сомнение в том, что «Microsoft» приняла достаточные меры

для того, чтобы обезопасить себя от обвинений в злоупотреблении своим монопольным положением на рынке. По заявлению Европейской комиссии, она «хочет удостовериться, что этот первый шаг технического выделения Internet Explorer из операционной системы Windows не будет перечеркнут иными действиями со стороны компании Microsoft» [200].

В январе 2009 г. Брюссель пришел к «предварительному выводу» о том, что «Microsoft» подрывает возможности справедливой конкуренции, поскольку с операционной системой уже прилагался и браузер. На предстоящих слушаниях «Microsoft» намеревается опровергнуть эти обвинения.

Если же компании не удастся убедить Еврокомиссию в том, что она не подрывает конкуренцию, это может означать новые штрафы и новые обязательные изменения в маркетинговой практике фирмы. «Мы хотим в срок выпустить Windows 7 в Европе, так что нам нужно учесть все юридические реалии в Европе, в том числе опасность крупных штрафов» [200].

В итоге ФАС России нашла признаки нарушения антимонопольного законодательства компании «Microsoft», считая, что они усматриваются в экономически или технологически необоснованном прекращении производства и поставок на территорию РФ операционных систем для персональных компьютеров семейства «Microsoft Windows» коробочных версий – дистрибутивов операционной системы «Windows XP» – и сокращении поставок данной операционной системы в качестве предустановленной при продаже нового компьютера, а также в установлении различных цен на «Windows XP».

Однако спрос на эту операционную систему сохраняется, что подтверждают и сама компания «Microsoft», и ФАС. Одновременно ФАС возбудила дело в отношении «Acer Inc.», «ASUSTeK Computer Inc.», «Toshiba Corporation», «Hewlett-Packard Company», «Samsung Electronics Co. Ltd.», «Dell Inc.» по признакам нарушения п. 5 ч. 1 ст. 11 ФЗ «О защите конкуренции». «Признаки нарушения антимонопольного законодательства ею усматриваются в согласованных действиях компаний – производителей ноутбуков, которые предустанавливали операционную систему одного и того же производителя на ноутбуки, покупателями которых являются потребители, не имеющие возможности в большинстве случаев выбрать и приобрести необходимую модель ноутбука без предустановленной операционной

системы либо не имеющие возможности отказаться от использования навязываемой вместе с покупкой продукции (операционной системы корпорации «Microsoft»)), – сообщает пресс-служба ФАС [200].

Проблемы корпорации не ограничиваются перечисленными фактами. В 2007 г. базирующаяся в Торонто (провинция Онтарио) канадская компания «i4i», получившая патент на метод чтения «XML»-файлов еще в 1998 г., обвинила корпорацию «Microsoft» в незаконном использовании запатентованной методики раздельного управления содержимым документа и его архитектурой в текстовых редакторах «Word». По утверждениям компании «i4i», корпорация «Microsoft» знала о том, что нарушает патент, и все-таки продолжала использовать защищенную технологию. Истцы отмечали, что разработки компании незаконно применяются в редакторах «Word 2003/2007», а также в операционной системе «Windows Vista» [185].

Как стало известно, в 2009 г. сумма компенсации, которую корпорация «Microsoft» должна по решению суда выплатить канадской компании «i4i», достигла 290,6 млн дол.; 200 млн из них суд присудил еще в мае за нарушение принадлежащего компании «i4i» патента, а теперь добавил к ним 40 млн дол. дополнительной компенсации за «намеренное нарушение» патента, поскольку корпорация «Microsoft» продолжает выпуск программ с защищенной патентом технологией – 11,8 млн компенсации за срок, прошедший с майского решения, и 38,8 млн за период, пока дело находилось в суде. Кроме того, суд запретил продажу пакетов семейства «Word», способных открывать файлы в форматах «.XML», «.DOCX» или «.DOCМ», содержащих настраиваемые теги «XML».

«Microsoft» намерена обжаловать решение. В корпорации считают, что она не нарушала патент и что сам патент недействителен. Формат «.DOCX» появился в «Office 2003» и является форматом по умолчанию как для «Word 2003», так и для «Word 2007». Форматы «Word 2003» и «Word 2007» отличаются, но оба основаны на «XML». Пакеты «Word 2008» для «Mac», который уже есть в продаже, и «Word 2010», входящий в состав будущего «Office 2010», тоже работают с данными форматами и, таким образом, подпадают под судебный запрет [121].

Это не первый случай, когда корпорацию «Microsoft» признают виновной в нарушении патентов. Так, в начале апреля 2009 г. Федеральный суд США обязал корпорацию «Microsoft» выплатить

компания «Uniloc» 388 млн дол. за нарушение патентных прав. В августе 2008 г. суд обязал корпорацию «Microsoft» выплатить за нарушение патентных прав 367,4 млн дол. компании «Alcatel-Lucent» [<http://news.softodrom.ru/ap/b4854.shtml>].

Корпорация «Microsoft» представила финансовый отчет за 2-й квартал 2009 г. Согласно бухгалтерской отчетности софтверного гиганта, 30 июня в корпорации «Microsoft» завершился 4-й финансовый квартал и вместе с ним 2009 финансовый год, поэтому отчетность корпорации ожидали не только многие биржевые трейдеры, но и ИТ-специалисты. Отчетность таких ИТ-гигантов, как «Microsoft» или, к примеру, «Google», «Intel», «Oracle», «Cisco», представляет собой не только финансовый итог конкретной компании, но и своего рода барометр состояния отрасли в целом [186].

Отчет «Microsoft» стал в данном случае показательным. Аналитики говорили о падении продаж программного обеспечения и общем упадке рынка, но представленные корпорацией результаты превзошли самые негативные прогнозы. После публикации квартального отчета акции корпорации «Microsoft» потеряли в цене без малого 9 %, что стало довольно серьезным уроком для всего хайтек-сектора на площадке «Nasdaq».

Корпорация «Microsoft» сообщила, что во 2-м квартале ее чистая прибыль упала на 29 % – с 4,3 млрд дол. (или 46 центов на акцию в 2008 г.) до 3,05 млрд дол. (или 34 цента на акцию в текущем). Аналитики однозначно заявляют, что продажи «Windows» и «Office» падают ощутимо. Выручка компании по сравнению с прошлогодними показателями также уменьшилась: за год потеря составила 17 %, или 13,1 млрд дол., против 14,5 млрд дол., ожидаемых в среднем по рынку.

Падение продаж зафиксировано во всех важных для софтверного гиганта направлениях. Так, «Windows»-подразделение снизило обороты на 29 % после того, как производители компьютеров на протяжении трех кварталов подряд сообщали о снижении продаж техники. Впрочем, многие трейдеры говорят, что потенциальные покупатели «Windows» пока просто придерживают деньги до выхода новых операционных систем «Windows 7» и «Windows Server 2008 R2».

«Мировая экономика продолжает бросать нам вызов и это заставляет нас менять правила игры. Есть мнение, что самый негативный участок кризиса был уже пройден и к концу года должно

начаться плавное восстановление», – заявил финансовый директор корпорации «Microsoft» К. Лидделл [186].

Выручка «Windows»-подразделения падает уже 3-й квартал подряд. На этот раз она составила 3,11 млрд дол. Продажи новых персональных компьютеров, согласно оценкам «Gartner», во 2-м квартале также упали примерно на 5 % по сравнению с итогами 1-го квартала. Потребители стараются приобретать либо маломощные настольные персональные компьютеры и ноутбуки, либо вообще брать специализированные нетбуки с мобильными процессорами.

В отчете «Microsoft» говорится, что прибыль за вычетом текущих и единовременных расходов составляет 36 центов на акцию. Аналитики предсказывали этот показатель на уровне 37 центов. Выручка «Microsoft» в 2008 г. составляла 15,7 млрд дол.

В годовом пересчете корпорация «Microsoft» показала 3,3-процентное снижение выручки. Продать собственной продукции в 2009 финансовом году компании удалось на общую сумму 58,4 млрд дол. Аналитики говорят, что снижение годовых показателей продажи у «Microsoft» наблюдается впервые с момента IPO в 1986 г.

Также трейдеры отмечают, что отчет «Microsoft» очень заметно контрастирует с показателями корпорации «Intel», крупнейшего мирового производителя процессоров, и показателями корпорации «Oracle Corp.», второго крупнейшего мирового производителя корпоративного программного обеспечения: обе компании сообщили о довольно позитивных итогах работы по 2-му кварталу.

Финансовый директор корпорации «Microsoft» К. Лидделл сослался на то, что во 2-м квартале 2009 г. корпорация серьезно сэкономила на издержках (внутренние издержки были снижены на 800 млн дол.), а за весь финансовый год удалось сэкономить почти 3 млрд дол. Корпорация планирует вести режим жесткой экономии и в 2010 финансовом году.

Еще одной жертвой кризиса стало интернет-подразделение корпорации «Microsoft», существующее в основном за счет интернет-рекламы. Здесь продажи упали на 15 % – до 731 млн дол. Всего за 2009 финансовый год их выручка сократилась на 14 %. В Редмонде говорят, что продолжают инвестировать в Интернет в любом случае. Подтверждением этому служит и недавний запуск нового интернет-поисковика «Bing», который неплохо стартовал, но по-прежнему очень серьезно отстает от «Yahoo!» и тем более от «Google».

Продажи корпорации «Microsoft» в бизнес-подразделении, отвечающем за такие продукты, как «MS Office», «MS Exchange», «SQL Server» и др., в 2009 г. снизились на 13 %, до 4,56 млрд дол. Выручка развлекательного «Xbox»-подразделения упала на 25 %, до 1,19 млрд дол. Однако в минувшем финансовом году компания продала 11 млн консолей против 8,7 млн годом ранее. Продажи серверного программного обеспечения сократились на 5,7 %, до 3,51 млрд дол. [186].

Отчет корпорации «Microsoft» позволяет говорить о меньших, чем ожидалось, потребительских и корпоративных затратах, что является результатом антикризисных мероприятий.

Аналитики считают, что раз рынок в целом не упал на фоне разочаровывающих результатов крупнейших игроков ИТ-индустрии, то можно говорить о большом уровне оптимизма инвесторов и трейдеров, а также сильного импульса рынка [113].

Интересно, что в форме 10-K, опубликованной на сайте Комиссии по ценным бумагам и биржевым операциям США (U.S. Securities and Exchange Commission – SEC), корпорация «Microsoft» в 2009 г. расширила список конкурирующих с ней компаний. Этим списком подтверждается наличие серьезных вызовов, способных подорвать доминирующие позиции некоторых ее продуктов [120].

К списку своих соперников в области клиентского коммерческого программного обеспечения, в том числе операционных систем, корпорация «Microsoft» добавила компанию «Canonical», разрабатывающую «Ubuntu Linux», «Red Hat» и «Apple», а корпорации «IBM» и «Sun Microsystems» в данной категории больше не фигурируют. Кроме того, отмечается увеличившееся конкурентное давление со стороны корпораций «Hewlett-Packard» и «Intel», которые активно работают над альтернативными операционными системами на базе «Linux».

По мнению корпорации «Microsoft», нынешняя ситуация в экономике и растущая осведомленность потребителей привела к тому, что нетбуки способствуют увеличению популярности «Linux». Впервые операционная система «Google Android» названа конкурентом в сегменте нетбуков. Компания «VMware» лишилась звания конкурента в области серверных операционных систем, поскольку она, как считают в корпорации «Microsoft», теперь состязается в секторе управления серверами и их виртуализации.



Соперниками пакета «Microsoft Office», атакуемого сегодня не только производителями настольных продуктов, но и разработчиками онлайн-сервисов, названы корпорации «Adobe Systems», «Apple», «Corel», «Google», «IBM», «Novell», «Oracle», «Red Hat», «Zoho», а также ряд мелких компаний и продуктов, включая «37Signals», «AjaxWrite», «gOffice», «ShareOffice», «Socialtext» и «ThinkFree».

Из этого сектора в нынешней редакции списка исключена корпорация «Sun Microsystems». В 2008 г. угроза для «Internet Explorer» исходила только от компании «Mozilla», теперь же в списке появились корпорации «Apple», «Google» и «Opera Software».

В сегменте программного обеспечения промежуточного слоя в числе конкурентов названы корпорации «IBM», «Oracle» и «Sun Microsystems», предлагающие альтернативу платформе «NET» в виде решений «J2EE» («Java 2 Platform Enterprise Edition»). Конкурентами платформенных веб-приложений названы «Apache», «MySQL» и «PHP», помимо «Java»-ориентированных разработок, таких, как «Geronimo», «JBoss» и «Spring Framework».

Компании «McAfee», «Symantec» и «Trend Micro» соперничают с корпорацией «Microsoft» в сегменте защиты внешнего периметра. В число конкурентов не включена компания «BEA Systems», купленная корпорацией «Oracle» в 2008 г. и прежде ходившая в соперниках по инструментам разработки программного обеспечения. По-прежнему сильны конкурентные позиции корпораций «Adobe», «Borland», «IBM», «Oracle» и «Sun Microsystems». Кроме того, к конкурентным открытым проектам для разработчиков причислены «Eclipse», «PHP» и «Ruby on Rails».

Компании «Autonomy», «Cisco», «Endeca», «Google», «IBM», «Oracle» и «SAP» конкурируют с корпорацией «Microsoft» за превосходство в таких нишах, как контент-менеджмент, корпоративный поиск, коллективное сотрудничество и групповое взаимодействие, унифицированные коммуникации, бизнес-аналитика. На ниве «CRM»-решений конкурентоспособна компания «Salesforce.com» [120].

Жесткие конкурентные бои между ИТ-компаниями порой заканчиваются соглашениями. Свидетельством этого является то, что корпорация «Microsoft», владелец платформы «Windows», и компания «Novell» – один из ведущих поставщиков «Linux» для корпоративного рынка – договорились о сотрудничестве.

Первое партнерское соглашение между корпорацией «Microsoft» и компанией «Novell» было заключено в 2006 г. сроком на 5 лет, до 01.01.2012 г. В рамках сотрудничества корпорация «Microsoft» согласилась на покупку сертификатов компании «Novell» на общую сумму 240 млн. дол. Спустя полтора года с момента подписания документов корпорация «Microsoft» выплатила компании «Novell» 156 млн дол.

Приобретенные сертификаты могут использоваться клиентами корпорации «Microsoft», которые должны производить за них лицензионные отчисления. Таким образом, достигается совместимость серверов, работающих на базе «Windows Server» и «SUSE Linux Enterprise Server», размещенных в одних сетях. Такая смешанная инфраструктура используется, например, компаниями «Wal-Mart», «HSBC Holdings», «BMW» и «Southwest Airlines».

Вице-президент компании «Novell» С. Хейсти отметила: «Целью союза корпораций “Microsoft” и “Novell”, заключенного в ноябре 2006 г., является прокладка моста между их операционными системами, чтобы организации, вынужденные использовать разные операционные системы, не беспокоились о нарушении чьей-либо интеллектуальной собственности» [184]. Часть вырученных денег компания «Novell» потратит на разработку новых инструментальных средств, улучшение технической поддержки и создание новых ресурсов для пользователей.

Соглашение с корпорацией «Microsoft» в числе других причин, видимо, было вызвано проблемами компании «Novell». Она была основана в 1979 г., и ее известность в 80-е гг. XX века была достигнута созданием сетевой операционной системы «Novell Netware», благодаря которой обычный компьютер на базе процессора 286 или 386 становился сервером и предоставлял доступ к файлам и принтерам, причем иногда на нем даже можно было работать, что в те годы было огромным достижением. Затем ее вытеснили решения корпорации «Microsoft» – более простые в управлении и с лучшей маркетинговой поддержкой.

В 2003 г. компания «Novell» сориентировалась на открытое программное обеспечение, приобретя компанию «Ximian», ведущую разработки в области «Gnome» и «Mono», и компанию «SuSe», создателя и поставщика одного из ведущих дистрибутивов «Linux». Компании «Novell» удалось создать образ второго (наряду

с компанией «Red Hat») поставщика «Linux» для корпоративного рынка, но финансовая результативность была невелика. В 2006 г. был уволен ее исполнительный директор Д. Мессман и его место занял Р. Овсепян, который стремится сделать компанию специалистом по смешанным корпоративным решениям.

Сотрудничество с корпорацией «Microsoft» должно укрепить репутацию компании «Novell» как поставщика таких решений. Уже удалось добиться некоторых успехов. Так, О'Нил, один из руководителей глобального ИТ-подразделения британской банковской группы «HSBC», решившей использовать «SuSe Linux Enterprise Server», считает, что появилась возможность уменьшить сложность инфраструктуры, сочетающей «Linux»-серверы и «Microsoft Active Directory». Компания «Novell» приобрела и других крупных клиентов: сеть супермаркетов «Wal-Mart», страховую компанию «AIG», финансовую группу «Credit Suisse» и крупнейший банк «Deutsche Bank». Объем продаж «Linux»-продуктов заметно вырос, в чем, видимо, сыграло положительную роль соглашение с корпорацией «Microsoft».

В 2008 г. корпорация «Microsoft» и компания «Novell» объявили о новой инициативе. Софтверный гигант заплатит 100 млн дол. за сертификаты «Novell SUSE Linux» для обеспечения совместимости своих продуктов с открытым программным обеспечением. Кроме того, компании продолжают совместную работу над технологиями виртуализации, идентификации и управления. Согласно договоренности сторон, выплата была осуществлена 01.11.2008 г. [184].

Взаимодействие корпорации «Microsoft» и компании «Novell» позволит «Linux» и «Windows» лучше «понимать» друг друга – это необходимо многим потребителям, прежде всего в корпоративном секторе. Но пункт договора между ними о взаимном отказе от патентных исков к клиентам и некоторым разработчикам вызвал горячую дискуссию [201].

Все дело в том, что конкуренция между платформами «Windows» и «Linux», а фактически между корпорацией «Microsoft» и «открытым программным обеспечением» в последние годы была весьма острой. Появившиеся в эти годы открытые (свободные) программы распространяются без ограничений, их исходные коды открыты для модификации и создания новых вариантов, при этом совместная работа многих независимых участников над открытыми проектами

создала платформу, конкурирующую с доминирующей на рынке продукцией корпорации «Microsoft».

В настоящее время по результатам вышеназванного соглашения будет создан совместный исследовательский центр, работающий над совершенствованием совместимости по нескольким направлениям: выполнение каждой операционной системы в «виртуальной машине» под управлением другой операционной системы, общее управление сетевыми сервисами, а также переносимость все тех же «офисных» файлов.

Корпорация «Microsoft» дала обязательство не подавать в суд на клиентов (конечных пользователей) компании «Novell» за нарушение своих патентов. Такое же обязательство дала и «Novell»: если в «Windows», «Microsoft Office» и др. нарушен какой-либо патент «Novell», пользователи будут защищены от иска с ее стороны.

Корпорация «Microsoft» не будет подавать в суд за нарушение патентов на «некоммерческих» разработчиков свободного программного обеспечения, которые не получают вознаграждения за создание кода, и на личных участников проекта «OpenSuSe». То есть корпорация «Microsoft» платит компании «Novell» за важные патенты, а «Novell» также будет отчислять «Microsoft» определенный процент от продаж открытых продуктов. Договор стал защитой клиентов и некоторых из некоммерческих разработчиков от весьма расплывчатой, но реальной угрозы (если в открытом программном обеспечении есть «интеллектуальная собственность» корпорации «Microsoft», то по американским законам отвечать за это могут даже конечные пользователи; владелец патента имеет право взыскать с них по суду разумную лицензионную плату).

С. Баллмер пояснил смысл соглашения с точки зрения корпорации «Microsoft», которая стремится решить два вопроса одновременно. Многие клиенты используют как «Windows», так и «Linux» и хотели бы улучшить их взаимодействие: «Тот факт, что Linux использует нашу патентованную интеллектуальную собственность – проблема для наших акционеров. Мы тратим 7 млрд дол. в год на исследования и разработки, и акционеры ожидают, что мы получим выгоду от патентованных инноваций. <...> Novell... должным образом вознаградила Microsoft за интеллектуальную собственность, что для нас очень важно» [201]. В некотором смысле можно сказать, что у каждого, кто применяет «Linux» в дата-центре, есть

неотмеченная задолженность, причем речь идет не только о патентах, принадлежащих Microsoft. Более подробно о положительных и негативных оценках названного выше соглашения можно узнать в работе [201].

Таким образом, несмотря на финансовый кризис, корпорация «Microsoft» активно продолжает конкурировать за место лидера на мировом рынке программного обеспечения, расширяя масштабы своей деятельности, заключая выигранные для себя соглашения, поглощая новые компании и осуществляя диверсификацию направлений бизнеса, включающие в себя не только выпуск софта, но и производство мультимедийной электроники.

## **КОМПАНИЯ «IBM»: ИННОВАЦИИ И ПОГЛОЩЕНИЯ**

В 1911 г. в штате Нью-Йорк была создана компания «Computing-Tabulating-Recording Company», («С-Т-Р»). В 1924 г. она изменила название на «International Business Machines Corporation» («IBM»), поскольку постоянно расширяла поле своей деятельности и прежнее название значительно ограничивало и более не давало представления о спектре услуг компании. Сейчас ее часто называют «Голубой гигант» («Blue Giant»).

Корпорация «IBM» развивалась на протяжении ста лет и прошла в своем развитии долгий путь – от первых табуляторов и часов до современных мощных компьютеров и глобальных компьютерных сетей. Практически все продукты, производимые компанией, созданы для того, чтобы производить, записывать, передавать и хранить информацию.

Как и все ИТ-компании, корпорация «IBM» уделяет серьезнейшее внимание созданию и защите интеллектуальной собственности, используя для этого создание и приобретение патентов.

Исследования ученых в научных лабораториях корпорации «IBM» выходят далеко за рамки чисто коммерческих интересов и имеют значение для всей мировой науки. В 1986 г. сотрудники «IBM» Г. Бинниг и Г. Рорер были удостоены Нобелевской премии по физике за создание растрового туннельного микроскопа, а в 1987 г. нобелевскими лауреатами (также по физике) стали сотрудники «IBM»

Й. Беднорц и К. Мюллер за открытие новых сверхпроводящих материалов [175]. В настоящее время «IBM» владеет более чем 40 тысячами патентов по всему миру. В течение последних тринадцати лет количество запатентованных компанией идей и решений было самым большим в США. За полвека своего существования «IBM» заключила огромное количество лицензионных договоров с предприятиями, работающими в самых разных отраслях. Абсолютное большинство патентов разрабатывались сотрудниками компании, а не покупались на стороне [86].

В 2009 г. корпорация «IBM» продолжает находиться в центре мировой индустрии и продвигает новейшие инновационные решения на рынок ИТК, ведя борьбу с конкурентами на различных сегментах рынка и осуществляя стратегию поглощения. Модельный ряд ноутбуков «IBM» состоит из четырех линеек: «ThinkPad R» – ноутбуки общего назначения, «ThinkPad T» – бизнес-серия ноутбуков, «ThinkPad X» – ультрапортативные модели и «ThinkPad G» – альтернатива настольным компьютерам. В 2005 г. корпорация «IBM» продала свое подразделение по производству персональных компьютеров и ноутбуков китайской компании «Lenovo» [95].

Глава «IBM» С. Палмизано привел данные о том, что в 2006 г. распределение прибыли по сегментам в корпорации было сбалансировано лучше, чем когда-либо: 40 % – от программного обеспечения, 37 % – от услуг и 23 % – от систем и финансирования проектов.

В этот период корпорация «IBM» рассчитывала на рост в сегменте рынка средних систем. В интервью журналу «VARBusiness» С. Палмизано оценил этот сегмент в 500 млрд дол., а потенциал роста – в 6,5 % годовых. Планировалось, что за три года объем продаж «IBM» в этом сегменте должен был превзойти объем финансовых услуг, который последние 50 лет оставался главным генератором оборота. Около половины продаж на рынке средних систем «IBM» осуществляет через партнерскую сеть, и компания продолжает инвестировать, чтобы увеличить эту долю, действуя через существующие каналы и рекрутируя новых партнеров.

Эти действия корпорация «IBM» осуществляет в жесткой конкурентной борьбе с корпорацией «Hewlett Packard» («HP»), доказавшей свою способность быть опаснейшим конкурентом.

«Это очень сложная задача, ибо HP является здесь явным фаворитом», – отмечает Палмизано. Он рассчитывает, что клиенты

на рынке средних систем (по определению «IBM» – это компании с персоналом от 100 до 999 чел.) нуждаются точно в таких же решениях, что и компании корпоративного уровня, где «IBM» является непререкаемым лидером. «Если мы сможем дать им это, используя наших партнеров, тогда мы сможем прорваться в сегмент», – сказал Палмизано. Инновации являются ключевым фактором роста, и, по его словам, корпорация «IBM» и в дальнейшем будет лидировать в ряде технологических областей, в которых ее партнеры располагают бизнес-потенциалом.

Корпорация «IBM», развивая масштабы своей деятельности, активно реализовывала стратегию поглощения других ИТ-компаний. Как заявил в 2006 г. С. Палмизано, эта стратегия будет продолжаться.

В своем интервью «VARBusiness» глава корпорации «IBM» сказал, что инвестиции будут очень большими и коснутся различных областей – от территориальных моделей продаж до инвестиций в отношении с ключевыми производителями программных систем и поставщиками ИТ-услуг: «Нам потребуются партнеры на всем этом пространстве. <...> И эта роль выходит далеко за рамки дистрибьюторской или канала продаж» [<http://www.supercomputing.ru/1.2007/pal>].

В 2009 г. корпорация «IBM» продолжила стратегию поглощений и объявила о приобретении компании «Ounce Labs», разработчика программного обеспечения для снижения рисков и сокращения расходов, связанных с информационной безопасностью и соблюдением нормативных требований регулятивных органов. Продукты «Ounce Labs» корпоративного уровня для тестирования безопасности программного кода будут интегрированы в продуктовый портфель подразделения «IBM Rational».

Решения «Ounce Labs» сканируют исходный программный код, выявляют потенциальные уязвимости приложений и соответствие нормативным требованиям на ранних стадиях разработки. Внесение исправлений не сопряжено со значительными расходами. Программные продукты разработчика также могут помочь в сжатые сроки оценить уровень рисков от использования унаследованных корпоративных приложений и проводить восстановительные процедуры, чтобы не допустить увеличения этих рисков.

Технология «Ounce Labs» будет предлагаться как часть продуктового семейства «IBM Rational AppScan», куда входят решения для тестирования безопасности веб-приложений и соблюдения

нормативных требований по информационной защите. Оно предоставит функционально полноценное решение компаниям и организациям, которые стремятся устранить уязвимости программных приложений до начала их применения. Семейство позволит распространить возможности анализа безопасности на весь жизненный цикл разработки программного обеспечения – от кодирования до запуска в эксплуатацию.

Данное приобретение призвано укрепить стратегию предложений корпорации «IBM» для обеспечения информационной безопасности. Компания может предоставить решения для анализа ИТ-безопасности, охватывающие многие области риска и элементы бизнеса, включая людей, процессы, приложения, данные, технологии и оборудование [<http://ko-online.com.ua/node/44250>].

В конкурентной борьбе за ИТ-рынок используются не только слияния и поглощения, но и различные формы соглашений и объединений, включая создание консорциумов.

Усиливая свои конкурентные позиции, корпорация «IBM» («NYSE: IBM») в 2009 г. объявила о заключении соглашений с поставщиками сетевых технологий – компаниями «Brocade», «Cisco Systems» и «Juniper» – ведущими «ОЕМ»-производителями и реселлерами сетевых коммутаторов и маршрутизаторов, которые помогают передавать и управлять данными в сетях [6]:

- в рамках сотрудничества с компанией «Brocade» корпорация «IBM» представила сетевой коммутатор «IBM Converged Switch B32» и сетевой адаптер «10Gb Converged Network Adapter» («CNA») для серверной платформы «IBM System x» – свои первые решения на базе технологии «Fibre Channel over Ethernet» – «FCoE» («Волоконно-оптический канал поверх Ethernet-сетей»), оригинальным производителем которых является компания «Brocade». Новое партнерство расширяет существующие «ОЕМ»-соглашения между двумя компаниями (долгосрочное соглашение по продуктам «Fibre Channel» и недавно анонсированное соглашение по продуктам «Ethernet»). Коммутаторы «IBM Converged Switch B32» и адаптеры «CNA» уже коммерчески доступны. Технология «FCoE» представляет собой развивающуюся технологию, которая обеспечивает более высокую сетевую производительность и предлагает клиентам возможности для упрощения инфраструктуры центров обработки данных и сокращения



расходов через консолидацию многочисленных потоков данных в совместно используемых сетях;

- новое соглашение корпорации «IBM» с компанией «Cisco Systems» позволяет отделам продаж подразделения «IBM» «Systems & Technology Group» и бизнес-партнерам перепродавать коммутаторы «Cisco Nexus 5000 Series Switches» ведущей продуктовой линейки высокопроизводительных коммутаторов с малым временем ожидания, предназначенных для сетей центров обработки данных и поддерживающих такие каналы передачи данных без потерь, как «10GbE», «Fibre Channel» и «Fibre Channel over Ethernet» («FCoE»);
- в рамках «ОЕМ»-соглашения с компанией «Juniper Networks» корпорация «IBM» проведет комплекс мероприятий по ребрендингу и будет продавать отдельные сетевые коммутаторы и маршрутизаторы «Juniper Networks» серий «EX» и «MX». Новый «ОЕМ»-контракт расширяет существующие долгосрочные деловые связи между «IBM» и «Juniper Networks», среди которых «реселлерское» соглашение с подразделением «IBM Global Technology Services», сотрудничество в рамках реализуемого «Juniper Networks» проекта «Stratus», а также совместные работы в десяти международных «облачных» лабораториях «IBM» («Cloud Labs»), которые специализируются на прикладных применениях технологии «вычислительного облака» («cloud computing»).

Корпорация «IBM» также будет предоставлять услуги по интеграции и поддержке этих сетевых продуктов через свою службу «Global Technology Services». Для управления потоками данных и транзакций будет использоваться сетевое программное обеспечение «IBM Systems Director» и «IBM Tivoli» [176].

В 2009 г. корпорация «IBM» и компания «Cisco Systems» объявили о начале в Амстердаме совместного пилотного проекта по разумному энергопотреблению. Он частично финансируется Европейским фондом регионального развития и относится к программе «Amsterdam Smart City» («Интеллектуальный город Амстердам»), в рамках которой горожане, государственные учреждения и частный сектор работают над повышением эффективности использования электроэнергии, воды и движимого имущества.

Консорциум совместно внедряет инновационную систему регулирования энергопотребления, которая позволит 500 отобранным для участия в эксперименте амстердамским семьям получить более полное представление о потребляемой ими электроэнергии. Ожидается, что в результате этого проекта потребители сократят расходы на электроэнергию и снизят выбросы углеродов как минимум на 14 %. В жилищах семей-участниц будут установлены интеллектуальные счетчики и домашние системы регулирования энергопотребления.

Корпорация «IBM» и энергетическая компания «Nuon» разработают приложения для них с использованием интеллектуальных информационных систем и веб-технологий.

Компания «Cisco Systems» займется созданием IP-решений, которые обеспечат взаимодействие бытовых приборов с системой энергоснабжения в режиме реального времени, что существенно повысит их КПД.

Корпорация «IBM» и компания «Cisco Systems» рассчитывают, что этот проект продемонстрирует преимущества интеллектуальной электрической сети, способной сильно сократить число сбоев, повысить быстроту реагирования, справиться с текущими и будущими потребностями [154].

В 2009 г. аналитическая компания «IDC» признала корпорацию «IBM» лидером на глобальном рынке консультационных услуг в области информационных технологий. В рейтинге десяти ведущих мировых и американских поставщиков услуг ИТ-консалтинга корпорация «IBM» второй год подряд продолжает удерживать первую позицию рейтингового списка *Top-10* по доходам от предоставления консультационных ИТ-сервисов.

В дополнение к традиционным услугам ИТ-консалтинга (анализ производительности информационно-технологической инфраструктуры, управление в среде сервис-ориентированной архитектуры) корпорация «IBM» предлагает ряд нетрадиционных ИТ-решений в таких перспективных областях, как «Software as a Service» («SaaS») и сервисы «Cloud Computing». Благодаря недавнему включению пакета услуг «Business Analytics Optimization» в портфель сервисных продуктов консалтингового отделения глобальной службы «IBM Global Business Services», ИТ-консультанты корпорации «IBM» теперь предлагают клиентам экономически эффективные услуги

бизнес-аналитики с применением передовых технологий для сбора, анализа и использования ценной бизнес-информации. Эта информация учитывается руководителями при принятии стратегических деловых решений в реальном времени. Преобразование бизнеса услуг корпорации «IBM» в высокоэффективный и высокодоходный процесс стимулирует инвестиции в перспективные развивающиеся направления, такие, как деловая аналитика и решения для «разумной планеты» [174].

### **«DELL INC.» – КОНКУРЕНТ «HEWLETT-PACKARD», «LEVONO GROUP» И «ACER»**

Компания «Dell Inc.» – одна из крупнейших в США компаний по производству компьютеров. Она основана в 1984 г. Майклом Деллом в г. Остин (штат Техас, США), где находится ее головной офис. Первоначально она называлась «PC Limited», в 1988 г. название было изменено на «Dell Computer», а с 2003 г. официально компания стала называться «Dell Inc.». Согласно рейтингу американского журнала «Fortune 1000», она занимает 25-е место среди наиболее надежных и уважаемых компаний.

«Dell Inc.» – динамично развивающаяся компания; уже в 2005 г. ее доходы приблизились к 50 млрд дол., темпы роста ее прибыли и объемов продаж значительно превышают средние отраслевые показатели. Компания специализируется на разработке и производстве персональных компьютеров, ноутбуков, КПК, принтеров, мониторов, серверов, рабочих станций, систем хранения данных, сетевого оборудования и др.

Производственные центры компании располагаются в Остине (штат Техас, США), Нашвилле (штат Теннесси, США), Эльдorado до Сул (Бразилия), Лимерике (Ирландия), Пинанге (Малайзия) и Сямыне (Китай). Компания «Dell Inc.» поставляет свою продукцию в 170 стран мира [<http://www.onno.ru/ru/brand/dell/ware/monitor/>].

Интересны данные компании «IDC». С апреля по июнь 2009 г. включительно по всему миру было реализовано 66,3 млн десктопов и ноутбуков. Это на 3,1 % меньше аналогичного показателя за 2-й квартал 2008 г., когда объем рынка оценивался в 68,4 млн единиц.

но ранее эксперты прогнозировали более серьезный спад, говоря о возможном сокращении продаж на 6,3 %. Компания «Dell Inc.» в этот период доминирует на американском рынке по поставкам, продав 26,3 % от общего количества рынка персональных компьютеров. Далее следует корпорация «Hewlett-Packard», контролирующая 26 % рынка (поставки компьютеров этой компании выросли на 2,3 % по сравнению с аналогичным периодом 2008 г.). Третье и четвертое места занимают «Acer» и «Toshiba» с долями рынка в 12,6 и 7,7 % (эти компании сумели повысить объем поставок персональных компьютеров на 51 и 33,9 % соответственно). Замыкает пятерку компания «Apple», контролирующая 7,6 % этого рынка.

В мировом масштабе крупнейшим поставщиком персональных компьютеров остается корпорация «Hewlett-Packard»: ее доля персональных компьютеров на рынке составляет 19,8 %; за год продажи десктопов и ноутбуков этой компании выросли на 3,6 %. На втором и третьем местах находятся компания «Dell Inc.» и «Acer» с 13,7 и 12,7 % соответственно. Четвертую строку занимает компания «Lenovo Group», чья рыночная доля по итогам прошлого квартала составляла 8,7 %. Замыкает пятерку «Toshiba» с 5,3 % [98].

Как и многие компании, «Dell Inc.» поглощает активы других компаний. До сих пор самой крупной покупкой «Dell Inc.» была компания «EqualLogic», приобретенная в 2007 г. за 1,4 млрд дол. Сейчас «Dell Inc.» больше интересуют небольшие компании стоимостью от 200 млн до 8 млрд дол., т. к. совершать более крупные покупки в нынешних условиях рискованно [157].

Необходимо отметить факты недобросовестной конкурентной борьбы, проводимой компанией «Dell Inc.» путем некорректной рекламы и введения покупателей в заблуждение в отношении цен в Интернете, за что тайваньские власти оштрафовали компанию «Dell Inc.» через ее местное представительство на 1 млн тайваньских дол. (около 30,5 тыс. дол. США). Правительство г. Тайпей в сообщении, размещенном на официальном сайте, утверждает, что американский производитель компьютеров рекламировал продукцию по одним ценам, когда же потенциальные покупатели заходили на сайт с целью оформления покупки, «Dell Inc.» предлагала им иные, более высокие, цены [18]. Так, компания продавала ноутбук «Latitude E4300» по цене 60,9 тыс. тайваньских дол., тогда как в рекламном сообщении цена была почти на треть ниже. По официальным данным,

со времени проведения рекламной кампании «Dell Inc.» продала почти 100 тыс. ноутбуков.

«Компания “Dell Inc.” отказалась выплатить разницу клиентам, которые пришли по рекламной ссылке и хотели купить именно тот товар, который рекламировался и именно по рекламной цене», – отметил Чен По Ченг, старший инспектор по вопросам прав потребителей на Тайване. По его словам, «Dell Inc.» неоднократно уличали в такой махинации и власти рассматривают возможность введения более жестких санкций в отношении производителя. В самой «Dell Inc.» принесли извинения, «связанные с вопросами ценообразования», но от дальнейших комментариев отказались [18].

## **БРЕНД «MADE IN JAPAN» – МАСШТАБНОСТЬ И ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ**

Японские ИТ-корпорации «Sony», «Canon», «Toshiba», «NEC», «Matsushita Electric Industrial Co.», «Sharp Corporation», «Fujitsu», «Sanyo Electric» и др. широко известны в мире – именно благодаря им стал знаменитым бренд «Made in Japan».

*Корпорация «Sony»* была основана в 1946 г. в Токио инженером Масару Ибуки и физиком Акио Моритой. Ее успех начался в 1954 г., когда «Tokyo Tsushin Kogyo K.K.», или «Tokyo Telecommunications Engineering Corporation» (как тогда называлась корпорация), получила лицензию на производство транзисторов. Конкурентоспособность «Sony» обеспечили ее изобретения, инновации и экспансия на зарубежный рынок. Масару Ибуки был генератором идей и отвечал за их техническое воплощение, а Акио Морита – за маркетинг и коммерческое воплощение проектов. В 1963 г. «Sony» первой среди японских компаний вышла на Нью-Йоркскую фондовую биржу, а Акио Морита вместе с семьей перебрался в США. Уже в 1968 г. в Великобритании была учреждена компания «Sony Uk Ltd.» и начато производство цветных телевизоров с кинескопом «Trinitron». Затем корпорация «Sony» стала производить свою технику не только в США и Великобритании, но и Германии.

В известном уставе корпорации «Sony» написано: «Мы никогда не будем получать доход нечестным путем. Мы сосредоточимся на производстве сложных устройств, которые будут приносить

пользу обществу. Мы не будем делить нашу продукцию на механическую и электронную, но постараемся применять наши знания и опыт одновременно в обеих областях. Мы предоставим полную независимость тем предприятиям, которые будут с нами сотрудничать, и будем стараться укреплять и развивать отношения с ними. Мы будем отбирать служащих на основе их способностей и личных качеств. В нашей компании не будет формальных постов. Мы будем выплачивать нашим сотрудникам премии, пропорциональные доходам, полученным в результате их деятельности, и приложим все усилия, чтобы обеспечить им достойное существование» [182]. В итоге реализации этих принципов в активе корпорации появились первый японский транзисторный приемник (1955 г.), первый в мире цветной кассетный видеомагнитофон (1971 г.), 3,5" дискета, разработанный совместно с голландской корпорацией «Phillips» первый компакт-диск (1982 г.), первый в мире домашний видеомагнитофон, портативный кассетник с наушниками «Walkman» и многие другие инновационные разработки. В 1988 г. корпорация «Sony» приобрела звукозаписывающую компанию «CBS Records Inc.», переименовав ее в «Sony Music Entertainment» и превратив в одну из самых крупных в мире. В 1989 г. корпорация «Sony» приобрела и кинокомпанию «Columbia Pictures Entertainment Inc.».

С начала 90-х гг. «Sony» последовательно создает инновационную ИТ-продукцию: разрабатывает формат «DVD», создает «Blu-Ray», новые телевизоры, популярную серию ноутбуков «Sony Vaio», игровые приставки «Play Station» и «Play Station Portable», карты памяти «Memory Stick», серию цифровых фотоаппаратов «Cyber-Shot», батареи для ноутбуков, мониторы, развлекательные органайзеры «CLIE», серию «DVD»-проигрывателей, видеокамеры, кинескопы с плоской поверхностью экрана, цифровые фотоаппараты, телевизоры «Bravia» и многое другое. ИТ-продукция корпорации «Sony» чрезвычайно популярна в мире благодаря продуманности исполнения, стильному дизайну и высоким потребительским качествам.

Важным шагом корпорации «Sony» было создание в 2001 г. совместно со шведской корпорацией «Ericsson» новой компании «Sony Ericsson Mobile Communications», которая производит множество телефонов для обычных «GSM»- и «3G»-сетей. Исследовательские центры компании расположены в Швеции, Японии, Китае, США и Великобритании. По оценке аналитиков компании «ABI Research»,

во 2-м квартале 2008 г. она занимала 5-е место в мире по числу проданных телефонов (доля рынка 8,3 %) после корпораций «Nokia» (40,3 %), «Samsung Mobile» (15,2 %), «Motorola» (около 9,3 %) и «LG» (9,2 %). В ней работают более 5 тыс. сотрудников. Выручка в 2008 г. составила 11,2 млрд дол., чистая прибыль – 73 млн дол. Результативность компании во многом определяется не только инновациями, но и умелым использованием торговых марок корпораций-основателей – японской «Sony» и шведской «Ericsson».

Мировой кризис не мог не сказаться на показателях деятельности и такой корпорации, как «Sony». Но и в этой ситуации японский гигант в конкурентной борьбе, как и другие японские транснациональные компании, последовательно реализует принцип, который можно назвать «масштабность и последовательность».

Одним из фактов реализации этого принципа является то, что корпорация «Sony» совместно с корпорацией «Sharp» в период мирового кризиса приняли решение о строительстве в Сакаи (префектура Осака, Япония) совместного предприятия, контролирующего работу нового завода по выпуску жидкокристаллических панелей. Решение вызвано тем, что корпорация «Sony» сама не занимается выпуском жидкокристаллических панелей. Подобные договоренности у компании имеются с тайваньской компанией «AU Optronics» и южнокорейской корпорацией «Samsung».

Реализация нового соглашения обеспечит корпорацию «Sony» бесперебойной поставкой жидкокристаллических панелей для телевизоров линейки «Bravia». Общие инвестиции составят 430 млрд иен (4,5 млрд дол.). Корпорация «Sony» получит 34 % пакета акций нового предприятия.

Строящийся в Сакаи завод начнет работу в марте 2009 г. и, как ожидается, станет самым современным производством жидкокристаллических панелей в мире. Степень технологического уровня предприятия определяется размерами крупных стеклянных пластин, которые нарезаются на несколько панелей; чем больше размер заготовок, тем меньше стоимость конечного производства. Новый завод, выпуская стеклянные пластины размером 285 x 305 см, из которых можно изготовить шесть 60-дюймовых жидкокристаллических панелей, восемь 50-дюймовых либо 15 экранов размером 40 дюймов, будет относиться к так называемому десятому поколению. Вначале

мощностей производства хватит на выпуск 36 тыс. исходных заготовок в месяц, затем выход будет увеличен вдвое [119].

*Корпорация «Canon Inc.»* – один из мировых лидеров в области создания цифрового оборудования для пользователей в офисе и дома. Ее головной офис расположен в Токио. Корпорация занимает уверенные позиции, опираясь на обширную клиентскую базу и взаимодействуя с крупными стратегическими партнерами – корпорациями «Microsoft», «Siemens», «Hewlett Packard» и «Adobe». Ее основатели – Сабура Учида и Горо Йошида – организовали в 1933 г. в Токио лабораторию точных оптических приборов («Precision Optical Industry Co.»). Такеши Митараи стал ее первым инвестором. В 1934 г. на рынке появляется первый фотоаппарат компании под названием «Kwanon», в дальнейшем переименованный в «Canon». В 1937 г. были зарегистрированы компания «Precision Optical Industry Co.» и современная торговая марка фирмы – «Canon».

Поддержка в 1947 г. японским правительством продаж камер «Canon» на зарубежных рынках привела к быстрому и заметному успеху, в результате которого корпорация, реализуя свои амбиции в 50-е гг. XX века, активно участвовала в создании японского телевидения и приступила к выпуску 8-миллиметровых кинокамер. В 1955 г. корпорация создала свое американское, в 1957 г. – европейское отделение, после чего ее популярность в мире резко возросла, а продукция, в том числе и очень популярные тогда микрокалькуляторы, стала синонимом качества и надежности. Помимо фототехники, она производит видеокамеры, телевизионные кинескопы, медицинское оборудование и приборы для его изготовления, технику для микрохирургии, визуальные коммуникационные системы, сканеры, калькуляторы, жидкокристаллические мониторы, сложнейшие видеокоммуникационные системы и др.

Наиболее конкурентоспособное и прибыльное направление деятельности корпорации «Canon» – создание высококласной и высокотехнологичной оргтехники и офисного оборудования, совмещающего множество функций, сочетая телефон, модем, факс, копировальный аппарат или соединяя факсимильный аппарат и сканер.

Только в Европе корпорация «Canon» представлена в 40 странах, ее 104 отделения и представительства расположены по всему миру. Она объединяет 198 компаний, совокупный товарооборот которых превышает 29 млрд дол. в год. Наибольшая часть продаж приходится



на два ведущих сегмента продукции «Canon»: принтеры и компьютерную периферию (34,1 %) и копировальные аппараты (33,2 %). На телекоммуникационное оборудование приходится 3,9 %, фото- и видеокамеры – 20,4 %, оптику – 5,1 % от общего объема реализации [103].

Последствия мирового кризиса сказались и на корпорации «Canon». По данным [134], ее чистая прибыль во 2-м квартале 2009 г. снизилась на 86 %, до 164 млн дол., на фоне снижения продаж (в этот же период 2008 г. эта прибыль составила 1,13 млрд дол.). Операционная прибыль корпорации за 2-й квартал 2009 г. снизилась на 72 %, до 472,7 млн дол., а выручка упала на 28 %, до 8,36 млрд дол.

В конце 2008 г. из-за сокращения производства и падения спроса на продукцию дочерняя компания корпорации «Canon» в префектуре Нагасаки – «Nagasaki Canon» – отложила на неопределенный срок строительство нового завода по производству цифровых фотоаппаратов. Две другие дочерние компании в префектуре Оита ранее по тем же причинам объявили о решении сократить более 1,1 тыс. внештатных рабочих.

Как планируется, выходу из кризиса будет сопутствовать реализация программы по существенному сокращению внутренних затрат, с помощью которой корпорация «Canon» намерена в течение ближайших трех лет снизить расходы, по меньшей мере на 1 млрд дол. Корпорация консолидирует два направления бизнеса по выпуску систем «3D»-моделирования и автоматизации проектных работ («3D CAD»), а также стандартизирует собственную продукцию, чтобы снизить издержки на ее производство.

В процессе оптимизации закроются некоторые небольшие и непрофильные производства, вместо которых останется 25 крупных и средних предприятий в Японии и за ее пределами. 90 % продукции корпорации «Canon» будет производиться на внутреннем рынке. Зарубежные производства станут выполнять вспомогательные функции по обслуживанию основных заводов компании. Эксперты считают, что подобные шаги весьма логичны на фоне существенного снижения квартальной прибыли во 2-м квартале 2009 г. [78].

В то же время корпорация «Canon» продолжает вкладывать средства в перспективные разработки и планирует направить на эти цели до 2010 г. около 260 млн дол., обеспечивая реструктуризацию производства и редизайн продуктовой линейки [78].

*Корпорация «Toshiba»* была основана в 1875 г. в Японии Хисашиге Танакой и первоначально называлась «Tanaka Engineering Works». Свое новое современное название – «Toshiba Corporation» – она получила в 1978 г., а в 1985 г. уже создала первый в мире портативный компьютер. За свою более чем столетнюю историю корпорация стала транснациональной и вошла в число крупнейших мировых производителей электроники и электротехники. Она производит системы связи, цифровые устройства, энергетические системы, системы для промышленности и социальной инфраструктуры и бытовой техники.

В XXI веке, реализуя девиз «In Touch With Tomorrow» («Жить завтрашним днем»), транснациональная корпорация «Toshiba» стала одной из крупнейших в мире; уже в 2004 г. ее консолидированный оборот составил более 54 млрд дол. Это мировой лидер в области новейших технологий, многоотраслевой производитель и поставщик новейших электронных и электрических приборов и оборудования, аппаратуры, систем связи и передачи информации, решений и услуг, основанных на использовании сети Интернет, электронных комплектов и материалов, энергетических установок и систем электропитания, систем промышленной и социальной инфраструктуры, а также бытовых приборов. В соответствии со своим планом среднесрочного развития, корпорация «Toshiba» стремится добиться всеобщего признания как высоко прибыльная группа компаний, отличающаяся быстрым и стабильным экономическим ростом своих подразделений [<http://www.toshiba.com.ru/about/>].

Корпорация «Toshiba» в значительной мере восприняла влияние финансового кризиса. В 1-м квартале 2009/10 финансового года, завершившегося 30.06.2009 г., ее чистые убытки выросли в 4 раза – до 62,1 млрд иен (653 млн дол.) по сравнению с убытками в размере 15,3 млрд иен за аналогичный период 2008/09 года. Причиной роста убытков корпорация считает падение спроса на ее продукцию, вызванное финансовым кризисом. Объем продаж «Toshiba» за 1-й квартал снизился на 17,2 % и составил 1,34 трлн иен (13,96 млрд дол.) против 1,62 трлн иен годом ранее. Чистые убытки корпорации за 2008/09 финансовый год, завершившийся 31.03.2009 г., составили 343,56 млрд иен (3,49 млрд дол.) по сравнению с 127,41 млрд иен в предыдущем году; продажи корпорации за отчетный год

сократились на 13 %, до 6,65 трлн иен (67,58 млрд дол.) [<http://www.bfm.ru/news/2009/07/29/u-toshiba-spad-prodazh-i-rost-ubytkov.html>].

Несмотря на это, и в условиях мирового финансового кризиса корпорация «Toshiba» продолжает создание новых продуктов. В 2009 г. она анонсировала первые в мире флеш-карты «SDXC» объемом 64 Гб, планируя их вывод на рынок в 2010 г.; ею также были представлены «SDHC»-карты, выполненные в соответствии с обновленной спецификацией, которая предусматривает передачу данных со скоростью до 104 Мб/с при использовании «SD»-интерфейса. Показатель скорости важен, так как флеш-карты все чаще используются для хранения видеофайлов высокой четкости. Линейка карт флеш-памяти корпорации пополнится «SDHC»-моделями на 16 и 32 Гб, а также «SDXC»-картой емкостью 64 Гб. Эти «SDHC»-карты будут совместимы с существующими устройствами чтения [195].

Еще одной новой продукцией корпорации «Toshiba» станут зарядные устройства на топливных элементах «DMFC»-типа для аккумуляторных батарей карманных плееров, мобильных телефонов, портативных игровых консолей и др. [196]. Корпорация рассчитывала вывести такие зарядные устройства на рынок в начале 2009 г., но с коммерциализацией технологии возникли трудности. Теперь проблемы устранены. В перспективе корпорация планирует освоить массовый выпуск компактных источников питания на топливных элементах, которые смогут заменить традиционные аккумуляторы в ноутбуках и мобильных телефонах. Такие источники не придется подключать к электрической сети для подзарядки – для продолжения работы с портативным устройством при истощении запаса метанола будет достаточно поменять топливный картридж. Аналитики корпорации прогнозируют, что ее бизнес, связанный с топливными элементами, к середине 20-х гг. XXI века достигнет 160 млрд иен (приблизительно 1,7 млрд дол.).

Корпорация «Toshiba» имеет свыше 100 офисов и дочерних компаний за пределами Японии. Она объединяет более 740 компаний, в которых работает более 198 тыс. сотрудников; имеет производственную базу в Японии и заводы в Китае и Таиланде. Ее деятельность в России координирует московское представительство «Toshiba Europe GmbH» [<http://biz.liga.net/news/E0908079.html>].

*Корпорация «NEC»* (сокр. от англ. «Nippon Electric Corporation») – известный производитель электронной, компьютерной техники, телекоммуникационного оборудования – входит в число крупнейших мировых телекоммуникационных корпораций. Ее штаб-квартира находится в Токио. Корпорация входит в кейрецу «Sumitomo» и зарегистрирована в Токио в 1899 г. В первые годы работы «NEC» производила телефонное оборудование, а с 1920-х гг. начала работать во многих направлениях в области коммуникаций. Она разрабатывает решения для мобильных и фиксированных сетей, широкополосных и корпоративных систем, в сфере полупроводников, IT- и интернет-решений.

В 2005 г. в корпорации работало более 147 тыс. сотрудников, она имела 18 представительств в 18 странах, 23 завода в 12 странах, 4 научно-исследовательских центра в 4 странах, 61 бытовую компанию в 26 странах. Прибыль от продаж в 2005 г. составила 45 млрд дол. Она разработала самый быстрый компьютер в мире – «Симулятор Земли», способный выполнять 40 трлн операций с плавающей точкой в секунду. В России корпорация «NEC» представлена следующими дочерними компаниями: ЗАО «НЭК Инфокоммуникации», «НЭК Дисплей Соллошенс Европа ГмбХ» и ЗАО «NEC Нева Коммуникационные Системы» [<http://www.erimex.ru/marks/nec/about/>].

Компания «NEC Computers» – подразделение корпорации «NEC Corporation» – работает на территории Европы, Ближнего Востока, Африки и Латинской Америки; штаб-квартира находится во Франции. В мире известна ее высококачественная продукция: ноутбуки «NEC Versa», десктопы «Powermate» и серверы «Express 5800».

Компания «NEC Display Solutions Europe GmbH» – дочерняя компания корпорации «NEC Corporation» (штаб-квартира расположена в Мюнхене, Германия) – один из ведущих в мире производителей мониторов (в т. ч. для приложений, требующих точной передачи цвета), информационных панелей и специализированных медицинских дисплеев. Она имеет подразделения во Франции и Великобритании и представительства в Италии, Голландии, России, Испании, Швеции и Польше. Компания «NEC Display Solutions Europe GmbH» уделяет большое внимание как разработке собственных технологий и ноу-хау, так и использованию решений, полученных от корпорации «NEC Corporation». Количество ее сотрудников по всему миру – более 1 500 чел.

Корпорация «NEC» обнародовала негативный отчет о результатах деятельности в 1-м квартале текущего финансового года, который завершился 31 марта 2009 г. Чистые убытки производителя микросхем за отчетный период достигли 33,8 млрд иен (приблизительно 353 млн дол.); годом ранее корпорация «NEC» продемонстрировала чистую прибыль в размере 483 млн иен (около 5 млн дол.). Возможно, выйти на уровень прибыльности в 2009 г. помогут недавно завершившаяся в корпорации «NEC» реструктуризация и сокращение штата. Положительное влияние на показатели может оказать и отказ корпорации от продаж своих персональных компьютеров на высококонкурентных зарубежных рынках, требующих больших маркетинговых вложений [98].

Необходимо отметить, что и в период кризиса корпорация «NEC» и ее подразделения прилагают все усилия, чтобы остаться на вершине научно-технического прогресса. Так, «NEC» и ее подразделение «NEC TOKIN Corporation» совместно с корпорацией «Nissan Motor» объявили о начале тестового производства новейших литий-ионных батарей для широкого спектра применения в автомобильной индустрии на их совместном предприятии «Automotive Energy Supply Corporation» («AESC») в центре «Zama Operations Center». На начальном этапе «AESC» будет производить 13 тыс. батарей в год, затем ежегодные объемы производства будут постепенно увеличиваться и составят 65 тыс. единиц к 2012 г. Энергетическая емкость литий-ионных батарей производства «AESC» вдвое выше по сравнению с традиционными никель-водородными батареями благодаря использованию компактного модуля, состоящего из пластинчатых ячеек. Кроме того, такая структура позволяет уменьшить размер батареи. Использование электродов с применением марганца обеспечивает тепловую стабильность, а пластинчатая структура улучшает охлаждение, что в значительной степени повышает безопасность эксплуатации батареи. Батарея прошла экстремальные испытания на износостойкость и проработала более 100 тыс. км во время полевых испытаний.

Корпорация «AESC» будет производить литий-ионные батареи для электромобилей «Nissan», которые будут представлены на рынках Японии и США, а также для гибридных автомобилей «Nissan», которые появятся в 2010 г. [<http://auto.dmir.ru/news/20728/>].

*Корпорация «Matsushita Electric Industrial»* развивается в заложенном ее создателем, бывшим продавцом магазина электротоваров, Коносуке Мацусита, направлении. Спрос на продукцию компании «Matsushita Electric Industrial», выпускающую бытовую технику и радиоэлектронику под известными всем марками «Panasonic», «National», «Technics», «Quasar» неизменно растет. Ее основатель Коносуке Мацусита в 1918 г. XX века открыл собственную компанию «Matsushita Denki» – домашнюю мастерскую с несколькими рабочими. Продавая собранные вручную патроны для ламп и подставки для вентиляторов, Мацусита вскоре накопил средства на открытие небольшой фабрики, которая быстро освоила производство популярных электрических изделий – утюгов, розеток, фонарей для велосипедов. Вскоре Коносуке Мацусита владел уже восемью заводами, а продукция стала выпускаться под новой торговой маркой «Panasonic».

Компания «Matsushita Denki» успешно прошла послевоенный период и уже в 1952 г., заключив партнерство с компанией «Philips», реорганизовалась в японско-голландскую «Matsushita Electric Industrial Company». Учитывая то, что в середине 50-х гг. на ИТ-рынке появляются серьезные японские, европейские и американские конкуренты, заполняющие рынок своими новинками и изобретениями, Мацусита разработал новую стратегию, открыв ряд научных лабораторий (с привлечением ученых со всего мира), в которых проводились многочисленные исследования.

Проиграв конкуренцию в 60-е гг., корпорация, благодаря реформам Коносуке, успешно вышла из кризиса и уже к началу 70-х гг. снова начала открывать новые заводы. (В середине 70-х гг. Коносуке Мацусита в возрасте 80 лет покинул компанию.)

В XXI веке товарная марка «Panasonic» сохранила лучшее из достигнутого в XX веке. Корпорация ведет активную инновационную деятельность. Ее исследовательские лаборатории готовят к выпуску новые продукты, в числе которых пишущие «DVD»-плееры, миниатюрные «SD»-карты флэш-памяти, радиоэлектроника, портативные мультимедиаустройства и др. Лозунгами корпорации являются старый девиз Мацуситы «Клиент превыше всего» и новый девиз – «Идеи для жизни» («Ideas for life»), отражающие стремление производить качественную технику, удовлетворяющую вкусы потребителей [<http://101.su/panasonic.php>].

*Корпорация «Sharp Corporation»* хорошо известна в мире, а датой ее создания считают 15.09.1912 г., когда житель Токио Токудзи Хаякава зарегистрировал свою компанию по ремонту металлоизделий. В 1924 г. он открыл новую компанию «Hayakawa Metal Works» в г. Осаки, где сейчас расположена штаб-квартира «Sharp Corporation». В январе 1925 г. Токудзи задается идеей наладить выпуск радиоприемников. Практически не имея опыта и необходимых знаний, инженеры, работающие у Токудзи, к апрелю 1925 г. собрали первый японский радиоприемник. Немедленно начинается массовое производство радиоприемника, основанного на кристаллических элементах, а к 1929 г. – производство первого приемника на вакуумных трубках «SHARP Dyne» (он стоил 3,5 иены, еще 1 иену в месяц радиослушатель платил за лицензию). В 1929 г. число лицензиатов превысило 500 тыс. Интуиция не подвела Хаякаву – эпоха радио решительно вступала в свои права.

Приемники Хаякавы поначалу именовались «crystal radio set», но вскоре получили имя «Sharp», ставшее торговой маркой корпорации. Объем выпуска достиг 10 тыс. штук в месяц, и товарная марка «Sharp» мгновенно стала известна всей стране как символ эры радиовещания. Для удовлетворения растущих потребностей китайского рынка были открыты филиалы в Гонконге и Шанхае. На всех заводах использовалась оригинальная система конвейерного производства, позволявшая каждые 56 секунд выпускать единицу техники. Корпорация в те годы стала крупнейшим производителем радиотоваров в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

В 1944 г. уже производилось 150 тыс. радиоприемников в год. В составе корпорации появилась лаборатория для исследований в области коротких и ультракоротких радиоволн, заработал новый завод в Осаке, на котором началось массовое производство радиовещательного оборудования. После войны корпорация быстро восстановила производство и уже к 1951 г. выпустила 430 тыс. радиоприемников. Тогда же компания произвела первый японский черно-белый телевизор. В 1953 г. 60 % выпускаемой в Японии радио- и телетехники приходилось на долю заводов «Sharp». С 1958 г. корпорация вышла с активной рекламной кампанией по продвижению марки в мире и серьезными инвестициями в исследования волновой электроники. В 1960 г. был запущен новый конвейер по производству цветных телевизоров, в 1964 г. разработан первый в мире

настольный калькулятор на транзисторах, в 1969 г. – калькулятор, работающий на основе сверхбольших интегральных схем. В 1973 г. появляется карманный калькулятор «Sharp», основанный на полупроводниках; были разработаны уникальные принципы солнечных батарей. В медицине широкое применение нашли мониторы для рентген-аппаратов, портативные электрокардиографы. Ассортимент продукции включал сотни моделей теле-, видео-, аудиоаппаратуры, хозяйственных электротоваров с электронным управлением и промышленных приборов. Одной из инновационных разработок 1982 г. стал портативный компьютер. Модернизированная 14-дюймовая версия монитора в 1988 г. открыла эпоху массового использования жидкокристаллических технологий в компьютерной технике; почти все изделия «Sharp» были оборудованы жидкокристаллическими мониторами. Уже в 1994 г. выпускается цветной 21-дюймовый монитор, в 1995 г. – 28-дюймовый, в 1996 г. – ноутбук «Mebius».

Наряду с явными успехами есть у корпорации «Sharp» и проблемы, вызванные мировым финансовым кризисом. По данным [<http://www.rbc.ua/rus/newsline/2009/07/30/569984.shtml>], ее чистые убытки за 1-й квартал 2009/10 финансового года, завершившегося 30.06.2009 г., составили 25,2 млрд иен (268 млн дол.); в 2008 г. она получила чистую прибыль в размере 24,89 млрд иен (264 млн дол.). При этом объем продаж корпорации за 1-й квартал 2009/10 финансового года сократился на 20 % и составил 598,29 млрд иен (6,35 млрд дол.) против 747,88 трлн иен (7,94 млрд дол.) годом ранее. Операционные убытки за этот период составили 26,07 млрд иен (277 млн дол.), тогда как годом ранее компания получила операционную прибыль в размере 36,43 млрд иен (387 млн дол.)

Несмотря на эти проблемы, и в XXI веке корпорация «Sharp» остается одной из ведущих компаний в Японии, специализирующихся на производстве широкого спектра электроники; производит фотоэлементы и жидкокристаллические дисплеи, мобильные телефоны, аудиоаппаратуру, микроволновые печи, флэш-память и др. [<http://www.rbc.ua/rus/newsline/2009/07/30/569984.shtml>].

Корпорация продолжает вкладывать серьезные средства в поиск новых инновационных решений. Вот несколько примеров. В 2008 г. она объявила о своих планах начать в 2010 г. массовый выпуск солнечных элементов на основе кристаллического кремния, имеющих коэффициент преобразования солнечной энергии в электрическую,



равный 20 %. Ее исполнительный вице-президент Тошишиге Хамано заявил: «Это будут наиболее производительные солнечные элементы из кристаллического кремния». Корпорация уже завершила разработки производственной технологии на уровне прототипа и готовит запуск массового производства новых солнечных элементов на своем экспериментальном заводе. Она намерена подписать долгосрочный контракт с американским производителем полупроводников с тем, чтобы заручиться стабильными поставками поликристаллического кремния для новых солнечных элементов. О перспективности этого направления свидетельствуют и планы по массовому производству солнечных элементов компании «Mitsubishi Electric», которая собирается выпускать в 2010 г. элементы солнечного питания с ячеистой структурой. Так что в результате разработки солнечных элементов из кремния, которую будут вести конкурирующие между собой компании, спрос и предложение на материалы из поликристаллического кремния постепенно придут в равновесие.

В числе новых разработок корпорации «Sharp» и новый дисплей с усовершенствованной цветовой гаммой, которую может воспринимать глаз. Спрос на дисплеи, воссоздающие максимально естественное изображение, очень высок и возрастает в таких областях, как индустриальный дизайн, медицинская аппаратура, электроника и пр. Для удовлетворения этого спроса ведутся разработки, в частности в области развития технологии естественного видения. В своем новом 60,5-дюймовом дисплее корпорация использует технологию «Multi-Primary-Color Technology», которая оснащена специальной схемой обработки изображения – пятью цветовыми фильтрами вместо стандартных двух. Такая комбинация расширяет цветовую гамму и обеспечивает более естественные оттенки цветов. Помимо этого, дисплей оснащен энергосберегающими технологиями [<http://www.hifinews.ru/article/details/9317.htm>]. В 2009 г. корпорация представила и 12-«Мп CMOS»-модуль для портативных устройств. Ежемесячно «Sharp» сможет производить порядка 300 тыс. подобных камер. Таким образом, камерофоны с разрешением 12 Мп скоро займут свое место на рынке (сейчас на рынке получили распространение 8 Мп-аппараты). Трудно поверить, но когда-то скептики сомневались в целесообразности встраивания камер в телефоны [<http://www.mobi.ru/News/8971/sharp-12mpx.htm>].

В 2009 г. корпорация «Sharp» запустила в производство и две новые серии жидкокристаллических телевизоров «AQUOS» с системой задней «LED»-подсветки. Уровень динамической контрастности устройств равен 2000000:1, они имеют улучшенную цветопередачу и постоянную подсветку экрана до 90 %. Серии новых телевизоров будут представлены моделями с диагональю от 32 до 52 дюймов. Директор компании «Sharp Electronics Europe» Х. Сасаока сообщил, что на рынке жидкокристаллических телевизоров продолжается рост и, по прогнозам компании, их мировые продажи до конца 2009 г. составят 127 млн, что будет на 22 % больше по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. Жидкокристаллические телевизоры с системой «LED»-подсветки уже составляют значительную долю рынка телевизоров. Среди преимуществ новой технологии – значительно улучшенное качество изображения и оптимизированное энергопотребление, поэтому, по мнению «Sharp», именно за ней будущее жидкокристаллических телевизоров. В сравнении с обычными жидкокристаллическими телевизорами с системой «CCFL»-подсветки, доступными на рынке сегодня, технология белой «LED»-подсветки характеризуется более низким уровнем энергопотребления и, кроме того, обеспечивает большую яркость на каждый ватт. При этом жизненный цикл системы задней подсветки составляет 60 тыс. часов. Другое уникальное новшество этих телевизоров – кнопка «экоконтроля» на пульте дистанционного управления, с помощью которой можно изменять уровень энергопотребления. Телевизоры серии «LC-LE700E» будут отличать более высокая частота смены кадров (100 Гц против 50 Гц в серии «LC-LE600E») и время отклика (4 мс против 6 мс). Они также имеют мультитюннер, работающий с сигналами «DVB-T», «DVB-C» и аналогового телевидения, в то время как серия «LC-LE600E» будет поддерживать только «DVB-T» и аналоговое телевидение [[http://www.thg.ru/technews/20090717\\_181700.html](http://www.thg.ru/technews/20090717_181700.html)].

В 2009 г. корпорации «Sharp» и «Sony» объявили о заключении соглашения о совместном строительстве предприятия по производству «LCD»-телевизоров стоимостью 1 млрд дол. Благодаря сделке «Sony» получит доступ к производству, а «Sharp» – возможность продать половину из 13 млн 42-дюймовых телевизоров другим производителям [<http://ko-online.com.ua/node/44245>]. 01.07. 2009 г. корпорация «Sharp» передала своей дочерней компании «Sharp Display

Products Corporation» («SDP») завод по выпуску жидкокристаллических панелей в г. Сакаи. Корпорация «Sony» планирует в 2009 г. инвестировать в «Sharp Display Products Corporation» около 105 млн дол. в обмен на 34 % ее акций, остальные 66 % останутся у «Sharp». На предприятии планируется использовать стеклянные подложки десятого поколения, что позволит создавать качественные и производительные продукты с невысокой стоимостью.

В XXI веке корпорация «Sharp» представляет собой широкую сеть филиалов, занимающихся производством и маркетингом продукции, а также несколько больших научно-исследовательских центров и лабораторий, занятых разработкой новых технологий. Сфера деятельности корпорации включает в себя производство бытовой и офисной техники, видеоэлектроники, информационных систем и электронных компонентов. Успех достигается за счет сочетания высокого качества с умеренными ценами, а также уникальных особенностей производимой продукции [<http://www.fostergroup.ru/partners/12.htm>]. Сегодня это один из крупнейших в мире производителей микроэлектроники и компьютерной техники. На долю «Sharp» приходится около 40 % всех выпускаемых жидкокристаллических мониторов, она обладает несколькими тысячами уникальных патентов [41].

*Компания «Fujitsu Limited»* – крупный японский производитель электроники и ИТ-компания, основанная 20.06.1935 г. и первоначально называвшаяся «Fuji Tsushinki Manufacturing Corporation».

Бренд «Fujitsu» появился в результате слияния «Fuji» и «Tsuu» (что можно перевести как «пересекать», «достигать»), а полностью компания называлась «Fuji Tsushinki Seizou Kabushikigaisha», или «Fuji Communication Equipment Manufacturing Corporation». Окончательно сокращение «Fujitsu» стало названием компании только в 1967 г.

Компания «Fujitsu Limited» входит в число крупнейших производителей сложной наукоемкой техники. Ассортимент выпускаемой продукции охватывает такие сектора рынка, как бытовые и полупромышленные климатические системы, холодильные машины, аудио- и видеоаппаратура, программное обеспечение, электронные компоненты. Причем компания «Fujitsu Limited» добилась впечатляющих результатов во всех направлениях своей деятельности. Так, например, ноутбуки и портативные персональные компьютеры

компания «Fujitsu Limited» получили широкое признание не только в Японии, но и далеко за ее пределами.

Для усиления конкурентоспособности на рынке компьютеров и ноутбуков уже в 1978 г. между компанией «Fujitsu Limited» и концерном «Siemens AG» было заключено соглашение о совместном производстве компьютеров. В 1999 г. ими была создана дочерняя компания «Fujitsu Siemens Computers», занимающаяся в основном производством компьютеров и портативных ПК [<http://fujitsu-siemens-ria.ru/articles/articles01.html>].

Как и другие ИТ-компании, компания «Fujitsu Limited» расширяет масштабы своей деятельности. Так, например, 01.04.2009 г. она приобрела компанию «Fujitsu Siemens Computers» в 100%-ю собственность и переименовала ее в «Fujitsu Technology Solutions (Holding) B.V.». Новая компания работает совместно с компанией «Fujitsu Services» под общим руководством и общим брендом «Fujitsu». Обе расширяют портфель продуктов, решений и сервисов для своих корпоративных клиентов в регионе «ЕМЕА».

Полная интеграция с компанией «Fujitsu Technology Solutions» с ее сильными позициями в «ЕМЕА» послужит катализатором в преобразовании компании «Fujitsu Limited» в действительно глобальную корпорацию. С этой целью «Fujitsu Limited» делает значительные инвестиции в свои европейские операции. Как заявил президент компании «Fujitsu Limited» К. Нозое, исследовательский потенциал и перспектива глобализации, которые несет компания «Fujitsu Technology Solutions», позволят преобразовать принципы ведения бизнеса компании «Fujitsu Limited».

По мнению аналитиков, действуя совместно, компании «Fujitsu Limited» и «Fujitsu Technology Solutions» смогут выводить на мировой рынок инновационные конкурентоспособные продукты благодаря оптимизации исследований и разработок. В рамках этого сотрудничества деятельность «Fujitsu Technology Solutions» ляжет в основу глобальных исследований и разработок компании «Fujitsu Limited». Богатый опыт, подкрепленный наличием 10 тыс. работников в регионе «ЕМЕА» (1,3 тыс. из которых составляют технические специалисты) позволит «Fujitsu Group» предоставлять продукты, программное обеспечение и сервисы в глобальном масштабе. Компания «Fujitsu Technology Solutions» имеет офисы в Мюнхене, Падернборне и Аугсбурге. У нее есть все возможности для глобального

распространения серверов и систем хранения данных на базе архитектуры «Intel». Для реализации этого плана компания «Fujitsu Limited» приняла решение об инвестициях в исследования и разработки в Европе, в частности в Германии. В Аугсбурге планируется объединить усилия «Fujitsu Group» по проектированию и разработке серверов на базе архитектуры «Intel». Японские эксперты поддержат немецких инженеров в новом объединенном центре исследований и разработок.

Серверы с архитектурой «Intel» смогут сыграть определяющую роль в качестве платформы для будущего роста. Опыт европейских специалистов и знаменитое немецкое качество помогут компании «Fujitsu Technology Solutions» укрепить свои позиции на глобальном рынке серверов стандартной архитектуры и продолжить разработку, производство и сбыт продуктов в этом сегменте. Кроме того, компания планирует унификацию своих производственных и тестовых структур, чтобы подготовиться к глобализации производства, сосредоточенного на предприятиях в Аугсбурге и Фукушима. В 2007 г. корпорация уже продала 240 тыс. серверов с архитектурой «Intel». Теперь компания «Fujitsu Limited» расценивает эту платформу как важную составляющую своей товарной стратегии: ее начальная цель – к 2010 г. удвоить объем продаж таких систем, доведя его до 500 тыс. штук.

Заказчики и партнеры по сбыту тоже получают преимущества благодаря доступу к объединенному расширенному ассортименту продукции и услуг. Устойчивость и надежность четвертого в мире поставщика ИТ-услуг даст им дополнительные выгоды. В то же время они будут продолжать деловое общение с хорошо известными им местными представителями компании и смогут выбирать из всего ассортимента решения, удовлетворяющие их конкретные потребности.

В ноябре 2008 г. компания «Fujitsu Technology Solutions» представила свою стратегию динамических инфраструктур, включающую модели сбыта продуктов и услуг компании, а также предусматривающую распространение комплексных решений высокого уровня и управляемых ИТ-инфраструктур для офисов и вычислительных центров. Кроме того, компания разрабатывает новые предложения на базе концепции «Инфраструктура как сервис». Перейдя полностью в собственность компании «Fujitsu Limited», «Fujitsu Technology

Solutions» теперь сможет предлагать корпоративным клиентам в регионе «ЕМЕА» глобальный портфель динамических инфраструктур, построенных на основе серверов с архитектурой «Intel» и включающих услуги, интегрированные продукты и решения, подготовкой которых занимается компания «Fujitsu Services».

Концепция динамических инфраструктур, нацеленная на корпоративных клиентов, полностью соответствует деловой стратегии «Fujitsu Technology Solutions». В настоящее время сегмент платформ и услуг для ИТ-инфраструктуры, на котором специализируется компания, считается очень перспективным. В 2007 финансовом году он принес ей 57 % консолидированной выручки и 68 % прибыли.

Преобразование глобального бизнеса группы компаний «Fujitsu Group» планируется следующим образом. Сформирована группа «Fujitsu» со штаб-квартирой в Лондоне, президентом которой стал Р. Христу, главный вице-президент и председатель совета директоров компании «Fujitsu Technology Solutions». Эта группа включает в себя все подразделения «Fujitsu» за пределами Японии, среди них «Fujitsu Technology Solutions» и «Fujitsu Services», и выполняет консолидированные функции, включая глобальный маркетинг, глобальную доставку и глобальное взаимодействие с клиентами. Деятельность группы компаний «Fujitsu Group» в регионе «ЕМЕА» проходит в Великобритании и Ирландии, Северном регионе и континентальной Европе. Последняя включает в себя большую часть зоны деятельности «Fujitsu Technology Solutions». Руководит регионом К. Флоре, который также остается президентом и главным исполнительным директором компании «Fujitsu Technology Solutions».

Являясь крупнейшим японским поставщиком компьютеров и ИТ-сервисов, компания «Fujitsu Limited» в 2009 г. сообщила о том, что к марту 2012 г., когда завершится 2012 финансовый год, планируется полностью восстановить финансовые показатели, которые компания имела в докризисные времена. Менеджмент компании «Fujitsu Limited» утверждает, что в Японии и в других промышленно-развитых странах спрос на программное обеспечение и информационные технологии в целом начал постепенно восстанавливаться. К концу 2012 финансового года компания прогнозирует чистую прибыль в размере 130 млрд йен, или 1,38 млрд дол.; операционная прибыль может достичь 250 млрд йен, а продажи компании – 5 трлн йен.

Президент компании «Fujitsu Limited» К. Нозое прогнозирует: «2009 финансовый год стал дном для нашего бизнеса, мы прогнозируем начало роста в 2010 г., в большинстве стран развитие продолжится в два последующих года, тогда же эффект роста станет глобальным». К. Нозое сообщил, что в 2009 г. корпорация «Fujitsu Limited» намерена закрыть сделку по продаже своего убыточного подразделения по производству жестких дисков компании «Toshiba» и после чего сконцентрироваться на полупроводниковом бизнесе и создании программного обеспечения. Кроме того, компания планирует отдать часть аппаратного производства на аутсорсинг тайваньской компании «Taiwan Semiconductor Manufacturing Company». Президент «Fujitsu Limited» сообщил, что к 2012 г. компания намерена увеличить зарубежные продажи не менее чем на 40 %, в первую очередь за счет получения полного контроля над компанией «Fujitsu Siemens». В 2009 финансовом году «Fujitsu Limited» прогнозирует чистую прибыль в размере 20 млрд йен против убытков в размере 112,4 млрд йен в 2008 г. [165].

Как было показано выше, японские компании умело используют в своей деятельности поглощения и слияния. Подтверждением этого является объявление корпораций «Panasonic» и «Sanyo Electric» о том, что в ходе начатых между ними переговоров обсуждаются вопросы, связанные с созданием производственно-делового альянса. На практике это будет означать вхождение «Sanyo» в состав «Panasonic» на правах подразделения с сохранением, по крайней мере в ближайшей перспективе, собственного бренда.

Любопытно, что в свое время компания «Sanyo Electric» была создана Тосио Иуэ, который, прежде чем открыть собственную компанию, продолжительное время работал в корпорации «Matsushita Electric» (ныне «Panasonic») и был правой рукой ее основателя Коносукэ Мацуситы, который к тому же был женат на одной из сестер Иуэ.

Для того чтобы получить контроль над компанией «Sanyo Electric», корпорация «Panasonic» должна урегулировать финансовые аспекты с ее тремя главными инвесторами – компаниями «Goldman Sachs Group», «Daiwa Securities SMBC» и «Sumitomo Mitsui Banking», суммарная доля которых составляет 70 % акций. По расчетам экспертов, это приобретение может обойтись компании

в сумму от 4 до 9 млрд дол., однако даже максимальная оценка не должна создать проблем для покупателей.

В результате поглощения компании «Sanyo Electric» корпорация «Panasonic» может стать «электронным гигантом», их совокупный оборот превысит годовой объем продаж (110 млрд дол.) нынешнего лидера японского рынка электроники и бытовой техники – корпорации «Hitachi». Первенство на национальном уровне будет подкреплено вторым местом в соответствующем сегменте мирового рейтинга, в котором «Panasonic» может следовать сразу за американской корпорацией «General Electric».

Компания «Sanyo» может пополнить портфель «Panasonic» широким спектром продукции. Эксперты считают, что интересы «Panasonic» связаны с бизнесом «Sanyo» в области аккумуляторных батарей и так называемых «солнечных панелей» – энергетических устройств для преобразования энергии излучения Солнца в электрическую. Компания «Sanyo» – самый большой в мире производитель ионно-литиевых аккумуляторов для ноутбуков, сотовых телефонов, цифровых камер и другой портативной техники. В этой сфере «Sanyo» работает над источниками питания в содружестве с корпорациями «Ford», «Honda» и «Volkswagen», а «Panasonic» сотрудничает с корпорацией «Toyota».

Ряд экспертов рассматривает сделку корпорации «Panasonic» и компании «Sanyo» как некий катализатор, способный запустить в деловом мире Японии процессы слияний и поглощений. Аналитики считают, что на местном рынке, особенно в сегменте потребительской электроники, действует слишком много поставщиков [<http://www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=116458>].

Вместе с указанными выше достоинствами японских ИТ-корпораций необходимо отметить и мнение японской ассоциации ИТ и электроники «JEITA» («Japan Electronics and Information Technology Industries Association»). Представитель этой ассоциации считает, что японские ИТ-фирмы в последние 15 лет отстали от мировых тенденций оптимизации организационной структуры, не проявив должной гибкости в отношении изменившихся потребностей рынка. Это помешало им принять участие в борьбе за выбор глобальных ИТ-стандартов, и сегодня приходится продвигать свои решения на мировой рынок, используя платформы, разработанные заокеанскими конкурентами.



Аналитики отмечают, что конкурирующие компании на внутреннем рынке Страны восходящего солнца часто склонны к тесному сотрудничеству и вместо стремления обойти конкурентов концентрируются на сохранении стабильности, цена ее выше прибыли. Уход во внутренний рынок – это не решение вопроса, несмотря на то, что в последнее время, ввиду улучшения экономической ситуации в стране в целом, повышения инвестиций в ИТ, и следовательно, увеличения объема продаж ИТ-компаний, не происходит роста прибыли по причине усиливающейся ценовой конкуренции в борьбе за клиента [35].

Из-за увеличивающейся опасности снижения конкурентоспособности японских ИТ-предприятий японская ассоциация ИТ и электроники «JEITA» разработала и опубликовала «Отчет о развитии информационных систем – видение 2016», в котором через 10 лет планируется усилить конкурентоспособность японских ИТ-компаний на мировом рынке. Планируется расширить рынок ИТ вводом новых информационных систем в области медицины, безопасности, информации и борьбы с природными катастрофами; построить гигантские дата-центры; объединить разработку железа, программных продуктов и услуг; распространить домашние роботы, домашние сети; развить сервисы электронного правительства и бизнес-инфраструктуры, а также активно продвигать конкурентоспособную продукцию на внешний рынок.

Аналитики указали перспективные направления глобальной экспансии японской ИТ-индустрии и факторы, которые следует учитывать. В их числе: объем рынка, процент его роста, состояние экономики в целом, терроризм, отношение правительства к текущим проблемам и др. Отмечена перспективность самого большого в мире рынка ИТ – США, который стабильно развивается при невысоких рисках выхода на него. Российский рынок оценивается как перспективный в среднесрочной программе наряду с Индией, Индонезией и Таиландом. Сегодня привлекательны рынки Англии, Германии, Франции и Китая.

Японцы планируют разработать множество революционных технологий, позволяющих последующим поколениям жить за счет их экспорта. В их числе: таблетка, при помощи которой во время сна осуществляется внутреннее обследование организма; новые инструменты общения (например, наушник-автопереводчик, позволяющий

общаться без знания языков); автомобили, очищающие воздух при езде (искусственный фотосинтез). Рассматривается также проект «робот в каждый дом», защита детей сенсорными сетями, система реагирования на землетрясение за 15 секунд и т. д. Японское правительство планирует сосредоточиться на университетской реформе, привлечении большего числа иностранцев для обучения японской молодежи здоровой конкуренции с ранних лет, для удвоения и без того значительных инвестиций в развитие ИТ. Предусматривается также пересмотр общественных норм и культурных традиций, не способствующих конкурентоспособности страны на мировом рынке.

Японские ИТ-гиганты сами стремятся усилить свои позиции на мировом рынке. «Fujitsu» к 2010 г. планирует увеличить до 30 % долю экспорта в Европу и до 15 % в Америку. Корпорация «NEC» будет развивать сети нового поколения, отличающиеся безопасностью, гибкостью, дешевизной и качеством. «Hitachi» усилит зарубежные базы по разработке технологий (в Европе до 1 000, в Америке до 2 000 чел.).

Японский бизнес для повышения конкурентоспособности создает японский аналог Силиконовой долины на острове Кюсю. Близость острова к экономическим державам Азии – Корею, Тайваню – обеспечивает эффективную логистику. Туда перемещают производство с территории Китая, строят новые высокотехнологичные заводы. На Кюсю уже производят 10 % всех полупроводников мира и сконцентрировано большое количество ИТ-предприятий, автомобильных заводов ведущих корпораций. В союзе с ИТ усиливается взаимодействие смежных отраслей, остров становится мировым центром развития гибридных авто, их информатизации и роботизации. Например, «Fujifilm» недавно открыл здесь новый завод по совместной разработке и производству компонентов для плоских панелей и планирует внедрять свою продукцию на близко расположенных заводах «Toyota», «Nissan» и «Daihatsu». Производители телефонов и сервисов работают отдельно с каждым провайдером, линейки обновляются целиком с периодичностью меньше года. Чтобы производителю окупить затраты на разработку в таких условиях, провайдер компенсирует часть стоимости телефона. При такой системе новые модели могут появляться каждые полгода и после выхода на японский рынок будут поставляться на американский рынок [35].

## «CHINA MOBILE», «LEVONO GROUP»: ИННОВАЦИИ И СТАНДАРТЫ КАЧЕСТВА

Успехи китайских ИТ-компаний общеизвестны, что в значительной мере определяется грамотной поддержкой правительством Китая создания и освоения информационно-коммуникационных технологий как средств для выхода страны на международный уровень, повышения образовательного уровня населения и как чрезвычайно значимый для страны бизнес.

Экономический кризис затронул китайские компании в гораздо меньшей степени, чем компании из США и других ведущих стран мира. Благодаря внутренней программе по стимуляции экономики, во 2-м квартале 2009 г. ВВП Китая вырос на 7,9 % по сравнению с предыдущим годом. Экономисты склонны считать, что этот рост продолжится.

Компания «Credit Suisse», например, прогнозирует, что китайская экономика вырастет на 8 % в 2009 г. и на 9 % в 2010 г. Как отмечает М. Норманди [94], китайские компании наращивают свое присутствие на международных рынках. Мировой кризис сделал западные компании объектами поглощения для китайских торговых компаний и превратил другие страны в заманчивые новые рынки для китайских брендов и розничных сетей.

Китайские компании могут воспользоваться рецессией для слияний и поглощений. В реализации своих амбициозных планов по экспансии на мировой рынок они, кроме прочего, могут рассчитывать на финансирование со стороны государственных банков.

Ранее среди китайских предприятий, выходящих на международные рынки, были в основном индустриальные гиганты, которые занимались поисками ресурсов и дешевых производственных участков. Теперь среди китайских корпораций, устремившихся на международные рынки, есть и торговые, которых интересуют не фабрики и заводы, а бренды и розничные операции. Пионером среди таких компаний является китайская корпорация «Lenovo Group», которая первая среди частных китайских фирм, начавших заграничную экспансию, приобрела в 2005 г. подразделение персональных компьютеров «IBM».

Первая в Китае газета для мобильного телефона была выпущена в 2004 г. изданием «Чжунго фуннойбао» («Китайская женщина»).

Ряд СМИ в крупных китайских городах подхватил эту инициативу. А сегодня подписчики различных мобильных газет в Китае исчисляются десятками миллионов. Исследователи говорят о тенденции превращения мобильного телефона в полноценное СМИ. Неотвратимый переход на сети третьего поколения (3G) ускорил развитие мобильной коммерции, а также мобильного телевидения. Впрочем, первые «мобильные сериалы» китайцы могли смотреть на своих телефонах еще в 2005 г.

К их обеспечению причастен, кроме китайской компании «China Mobile», также европейский провайдер «Vodafone». Уже с начала 2006 г. в Китае массово выпускаются мобильные телефоны с функцией телевизора. Абоненты компании «China Mobile», в частности, могут смотреть не менее 56 телевизионных каналов [<http://www.mobiset.ru/articles/text/?id=2845>].

В Китае отмечается постоянный рост доходов музыкальной ИТ-индустрии, от 10 до 15 % ежегодно. В 2010 г. китайские слушатели будут тратить на музыку 3 млрд 606 млн дол., из них только 100 млн придется на интернациональную музыку.

Не случайно корпорация «Google» в 2009 г. представила свой новый продукт – «Google Music», который пока доступен лишь в Китае, где и тестируется. Общеизвестно, что китайский Интернет закрыт для иностранцев: туда нет доступа, так как IP других стран мира блокируют. Руководители китайского «Google» показали новинку, которая поистине уникальна, как и другие продукты этой компании. Сервис представляет собой универсальную поисковую систему, с помощью которой можно найти музыку по самым различным параметрам. Он дает возможность поиска «похожих» мелодий, текстов песен, рейтингов самых популярных музыкантов на разных континентах, каталогов музыкантов и т. д. Многие эксперты считают, что «Google Music» окажет огромное влияние на всю музыкальную индустрию [144].

По оценкам многих исследователей, в ближайшие годы китайская компания «China Mobile» будет стремительно расширять свою деятельность и в других государствах. Уже сейчас позиции китайского провайдера сильны в Гонконге и Пакистане. В 2007 г. в Гонконге компания «China Mobile» приобрела местного оператора «China Resources Peoples» за 1 млрд дол., образовав новую компанию «China Mobile Peoples Telephone Company». Абоненты от этого только выиграли: в частности, им был предоставлен внутрисетевой

роуминг. В Пакистане один из наиболее успешных операторов с некоторых пор так и называется – «China Mobile Pakistan». Многого ожидают от альянса «China Mobile» и южнокорейской компании «SK Telecom». Корейская сторона в этом сотрудничестве готова обмениваться уникальным опытом создания и внедрения сетей стандарта «CDMA2000».

Если не принимать во внимание начавшийся в 2008 г. кризис, темпы роста китайской экономики и технологий поражают. Компания «China Mobile» лидирует в этом процессе: всего за 10 лет она прошла путь от возникновения до мирового лидерства.

Компании уровня «China Mobile», помимо всего прочего, обладают огромными финансовыми ресурсами. По данным Википедии, рыночная капитализация компании на май 2008 г. составила 337,3 млрд дол. (первое место в мире среди компаний сотовой связи; второе – у компании «Vodafone») [12].

*Корпорация «Lenovo Group»* – наглядный пример интенсивного развития и выхода на международный уровень китайской ИТ-корпорации. Ее история началась в 1984 г., когда 11 компьютерных инженеров и разработчиков собрали капитал в 200 тыс. юаней (около 25 тыс. дол.) и организовали в Пекине компанию «Legend».

В 1994 г. компания вышла на Гонконгскую биржу, а уже через четыре года произвела свой миллионный персональный компьютер. В 2003 г. корпорация, подчеркивая инновационную направленность, сменила название торговой марки на «Lenovo», взяв две первые буквы от «Legend» и прибавив к ним «novo» (в переводе с латинского «обновлять»). Год спустя компания стала называться «Lenovo Group».

В 2005 г. корпорация «Lenovo Group» приобрела подразделение персональных компьютеров компании «IBM» и вышла на российский рынок. В настоящее время компания «Lenovo» предлагает клиентам ноутбуки «ThinkPad» и десктопы «ThinkCentre», мобильные телефоны, серверы, периферийные устройства и цифровые развлекательные устройства. В 2009 г. компания вывела на мировой рынок свою собственную линейку персональных компьютеров «Lenovo 3000» – серию ноутбуков «3000 С» и серию десктопов «3000 J» [95]. Конкурируя на рынке с американской «Apple», компания «Lenovo» в 2009 г. подготовила к выпуску на рынок два новых ноутбука – ультрапортативный 13-дюймовый «IdeaPad U350» и 15-дюймовый «G550» [179].

Стратегия корпорации «Lenovo Group» при работе на развивающихся рынках изложена в интервью «Hi-Tech@Mail.Ru» [92] А. Вей, вице-президента соответствующего подразделения компании, генерального директора по развитию бизнеса «Lenovo» в России и странах СНГ. Он отметил, что на компьютерном рынке сейчас рост продаж десктопов замедляется, а ноутбуков, наоборот, ускоряется. Еще пару лет назад десктопы доминировали на рынке компьютеров, а уже в 2008 г. году рост рынка ноутбуков превысил аналогичный показатель сегмента персональных компьютеров в мире и Китае. Поэтому корпорация «Lenovo» сейчас сфокусирована на ноутбуках, не забывая о настольных персональных компьютерах. Она планирует развивать как мощные мобильные компьютеры, так и ноутбуки начального уровня.

В 2006 г., согласно отчету компании «IDC», корпорация «Lenovo Group» заняла шестое место по продаже ноутбуков в России и стремится к увеличению доли рынка. На российском рынке она реализует линейки ноутбуков «ThinkPad» и «IdeaPad». Несмотря на кризис, по итогам 2009 г. она показала рост в России как в сегменте настольных компьютеров, так и в сегменте ноутбуков.

А. Вей отметил, что кризис повлиял на всех, но тем не менее китайская и индийская экономики по-прежнему показывают рост (6 и 5 % соответственно), а эти рынки являются для компании одними из основных. Корпорация следует высочайшим стандартам защиты, уделяя внимание всем компонентам: жесткому диску, материнской плате, аккумулятору и т. д. Защитный каркас из магниевого сплава «Roll Cage» и пять уровней защиты жесткого диска обеспечивают долговечность службы ноутбука. А. Вей считает, что на данный момент у компании самые высокие стандарты качества среди всех производителей ноутбуков.

Корпорация уделяет серьезное внимание сервисной поддержке в России, понимая, что многие покупатели обращают внимание на систему сервисной поддержки перед покупкой. Например, сервисная сеть компании «IBM» перешла к такой системе и планирует дальнейшее ее развитие. Так, недавно приходилось долго ждать запчастей, до шести недель. Такая ситуация, конечно, никого не устраивала. С 2008 г. установлены новые сроки поставок (от 2 до 4 недель) и создана база самых востребованных запчастей.

Корпорация «Lenovo Group» использует практику «тайнственно-го покупателя» (ее сотрудник выдает себя за обычного потребителя, оценивая качество сервиса), компания называет их «секретными агентами». Только в Китае у нее на постоянной основе действуют 300 чел. Ежегодно компания покупает около 500 единиц продукции в магазинах, оценивая ситуацию с точки зрения покупателя. В России с апреля 2009 г. ее «секретные агенты» работают в девяти крупнейших городах, проверяется как розничная торговля, так и сервисы.

Наибольшее внимание корпорация «Lenovo» уделяет рынкам России, Индии, Бразилии. При недавней реструктуризации ею выделены два основных подразделения: по работе с развитыми рынками и по работе на развивающихся рынках. Россия и страны СНГ являются ключевыми рынками во втором подразделении.

Доля компании «Lenovo Group» на мировом рынке составляет около 7 %, а в России лишь 1,8 % общего рынка персональных компьютеров. У компании есть два пути развития: органический (естественный путь – расширение модельного ряда, рост продаж и т. д.) и неорганический (покупка других компаний, объединение, инвестирование и др.); «Lenovo Group» будет развиваться в двух направлениях. Рынок сбыта в России сейчас оценивается в 8 млн чел., спрос на ноутбуки стабильный. В московском офисе компании работают 40 чел., из них два китайца, остальные – русские [92].

Глобальное спонсорство Олимпийских игр 2006 г. в Турине и прошлогодней Олимпиады в Пекине помогло сделать «Lenovo» более известной западным потребителям. Компания продолжит реализацию этой стратегии, выступив спонсором «2010 World Expo» в Шанхае.

Однако «Lenovo» все еще пытается сосредоточиться на «B2B»-продажах – этот рынок быстро иссяк после того, как одна за другой начали падать западные экономические системы. Таким образом, четвертый по величине изготовитель персональных компьютеров сосредотачивает свою деятельность на потребителях.

Корпорация «Lenovo» уже открыла красочные и просторные концептуальные магазины в Куала-Лумпуре, столице Малайзии, которые позволяют потребителям рассмотреть и протестировать полный ассортимент продукции «Lenovo», включая «ThinkPad» и серию «IdeaPad».

По словам Э. Фенга, руководителя брендовых коммуникаций головного офиса «Lenovo» в Пекине, концептуальные магазины являются ключевой частью стратегии: «Мы реконструируем существующие

магазины, приводя их в соответствие с новым дизайном и продолжаем открывать новые точки как на зрелых, так и на развивающихся рынках. Учитывая текущий глобальный экономический спад, развивающиеся рынки являются нашим двигателем роста потребительских продаж персональных компьютеров» [94].

Количество сотрудников корпорации «Lenovo Group» по всему миру насчитывает более 19 тыс. чел.; руководящий состав находится в Нью-Йорке; главные офисы расположены в Пекине и Роли (Северная Каролина, США). Ее центры есть в Китае, Японии и США; основные мощности по производству и сборке персональных компьютеров расположены в Шеньчжэне, Хуэйяне, Пекине и Шанхае (КНР) [92].

### **«ACER INC.», «MICRO STAR INTERNATIONAL», «BENQ GROUP», «TSMC» – ТАЙВАНЬСКИЕ БРЕНДЫ**

Вице-президент Законодательного юаня Тайваня Пин-Кунг Чанг в статье [133] акцентировал внимание на том, что благодаря мудрой политике правительства, инвестициям, а также профессиональным навыкам и умению представителей частного сектора ставить дерзкие цели Тайвань, являясь небольшой островной страной с ограниченными природными ресурсами, успешно вышел на передовые позиции в мировой ИТ-индустрии.

Эксперты отмечают зависимость тайваньской экономики от ИТ-компаний, концентрация и совокупный вклад в национальную экономику которых колоссальны. По их подсчетам, на электронику, инфокоммуникационные системы и оборудование приходится около трети тайваньского экспорта. Если к этому прибавить продукцию смежных областей (электрооборудование, измерительные приборы и инструменты, оптика и т. д.), то эта цифра приблизится к 50 %. В списке лидирующих по стоимости тайваньских брендов четыре первые позиции занимают торговые марки ИТ-компаний – тайваньские компании «Acer Inc.», «ASUSTeK Computer» («ASUS»), «BenQ Group» и «Micro Star International» широко известны в мире.

Сегодня Тайвань – один из основных поставщиков крупнейших международных компаний, специализирующихся в сфере информационных технологий, а ИТ-индустрия является для экономики



Тайваня главной отраслью. По объему производства оборудования для персональных компьютеров и производству полупроводниковых приборов Тайвань занимает четвертое место в мире, а в индустрии жидкокристаллических экранов – третье. Охват населения страны мобильной телефонной связью составляет 95 %.

По мере глобализации своей деятельности тайваньские компании создают зарубежные отделения, производящие продукцию как внутри страны, так и за океаном. Благодаря своей гибкости и уникальной модели ведения бизнеса – изготовлению компонентов для производителей комплексного оборудования – «original equipment manufacturer» («ОЕМ») – тайваньские компании вошли в число важнейших партнеров лидеров мирового ИТ-рынка. По некоторым оценкам, на их долю приходится до 75 % всех выпускаемых в мире персональных компьютеров с операционными системами семейства «Windows».

С 1970-х гг. XX века государство активно стимулировало отрасль высоких технологий на Тайване. В 1973 г. был создан Исследовательский институт промышленных технологий (Industrial Technology Research Institute, ITRI); в 1979 г. в целях дальнейшего прогресса ИТ-индустрии был основан Институт информационной отрасли (Institute for Information Industry, I I I). В 1980 г. началось строительство научно-промышленного парка «Синту» («Sintu industrial park»). Тайваньский исследовательский институт промышленных технологий получил задание разработать модель персонального компьютера и передать ее в частный сектор для развертывания массового производства, которое и заложило основы тайваньской индустрии оборудования для персональных компьютеров.

К настоящему времени Тайвань расширил спектр направлений специализации своей ИТ-индустрии, включив в их число средства коммуникационных технологий, ключевые (аппаратные) компоненты и программное обеспечение. Страна борется за первое место в мире среди поставщиков продуктов с архитектурой «Intel», за второе – среди поставщиков жидкокристаллических панелей на тонкопленочных транзисторах и за третье место среди производителей полупроводниковых приборов. То есть Тайвань предпринимает усилия по превращению острова в центр производства ИТ-продуктов для Азиатско-Тихоокеанского региона.

На этом пути страна преодолевает немало трудностей. Большую конкуренцию составляет Китай со своей дешевой рабочей силой,

низкими ставками земельной аренды и привлекательным для капитала огромным рынком. Решается и сложная задача превращения традиционных работников в квалифицированных специалистов, владеющих всем комплексом необходимых знаний. Для достижения этих целей правительство Тайваня выработало несколько стратегий. В частности, планируется применять различные стимулы для ускорения развития страны и превращения ее в региональный центр инноваций, исследований и разработок в области информационных технологий в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Это подтолкнет тайваньские компании к внедрению ИТ-решений во все сферы деятельности – от исследований и разработок до производства и сбыта, что будет способствовать укреплению позиций страны как мирового веб-центра снабжения с максимально широкой специализацией. Тайвань будет наращивать масштабы кооперации с более крупной китайской экономикой, что позволит укрепить положение страны в качестве ИТ-лидера в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Правительство намеревается поощрять местные и иностранные компании к размещению своих глобальных и региональных центров на территории острова, а также создавать новые национальные технопарки, деятельность которых будет способствовать укреплению имиджа Тайваня как производителя самых лучших и самых современных продуктов.

Однако средства, направляемые в настоящее время тайваньскими государственными структурами и частными компаниями на научно-технические исследования, не могут считаться достаточными. Правительство намерено увеличивать государственные расходы на эти цели, по крайней мере на 10 % в год в течение предстоящих нескольких лет, что, как ожидается, подвигнет на аналогичные действия и частный сектор. Кроме того, подготовлены и определенные политические меры по стимулированию частной деятельности в области исследований и разработок. В их числе – налоговые отсрочки и льготы, выделение грантов, развитие специализированных технопарков, предоставляющих внешним организациям доступ к своим ИТ-средствам и другим ресурсам.

Благодаря опыту, накопленному в области ведения разработок в интересах ИТ-индустрии, а также широким возможностям своих производственных систем, тайваньские компании готовы сотрудничать с международными ИТ-компаниями и добиваться совместных

успехов в разработке новых продуктов, новых технологических процессов, новых услуг и нового программного обеспечения.

Культурное единство с континентальным Китаем предоставляет тайваньским компаниям серьезные преимущества при налаживании деловых связей с партнерами в КНР.

На долю тайваньских компаний приходится 70 % производства ИТ-продуктов в Китае, и они способны использовать это положение для оказания содействия своим международным партнерам, проявляющим интерес к китайским рынкам. Тайвань будет укреплять присутствие в экономической сфере Большого Китая и будет стремиться, реализуя свои амбициозные планы (подобно Калифорнии с ее Кремниевой долиной в США), стать лидером предпринимательства в области информационных технологий, беспроводной связи и творческой инженерной мысли [133].

Компании «Acer Inc.» и «Micro Star International» ведут активную экспансию на рынки других стран. Производитель компьютеров корпорация «Acer Inc.» уже в 2005 г. была намерена составить конкуренцию «Dell Inc.» и «Lenovo Group», планируя, как заявил ее президент Дж. Ланси, занять третью позицию в мире, выделив новую стратегию в отношении Китая, где китайская «Lenovo Group» контролировала около трети внутреннего рынка. Согласно данным «IDC», во 2-м квартале 2005 г. лидирующие позиции по продажам на рынке компьютеров занимала корпорация «Dell Inc.», которая контролировала 19 % рынка, затем следуют корпорации «Hewlett-Packard» – 15,4 %, «Lenovo Group» – 7,5 % и «Acer Inc.» – 4,4 %. По словам Ланси, для компании «Acer» потенциальными рынками для роста являются Северная Америка и Китай.

Корпорация «Acer Inc.», продвигающая на рынок ИТ-продукты под собственной торговой маркой, занимает в мире третье место по поставкам персональных компьютеров в целом и второе место по поставкам портативных компьютеров, имея самые высокие показатели роста среди пяти лидирующих на рынке компаний. Прибыльная и надежная бизнес-модель дистрибьюторских каналов способствует непрерывному росту «Acer Inc.».

Корпорация «Acer Inc.» значительно усилилась после поглощения американского производителя персональных компьютеров компании «Gateway Inc.» и нидерландского производителя компьютеров «Packard Bell BV» (по отношению к последней сделке в заявлении

Еврокомиссии говорится, что она не нарушает антимонопольного законодательства и не несет угрозы конкуренции). Эти приобретения расширили глобальное присутствие корпорации «Acer Inc.» на рынке и одновременно укрепили ее позиции в США и Европе. Ее доход в 2007 г. достиг 14,07 млрд дол. США.

«Acer Inc.» – известный тайваньский бренд в секторе, где малоизвестные компании, подобные «Hon Hai Precision Industries» и «Compal Electronics», производят контрактную продукцию для таких компаний, как «Hewlett-Packard».

В 2008 г. в Москве на пресс-конференции президент компании «Acer Inc.» Дж. Ланчи отметил, что доход компании за 1-й квартал 2008 г. превысил доход за аналогичный период прошлого года на 28 % и составил 4,04 млрд дол. Это позволило «Acer» занять третье место на мировом рынке персональных компьютеров после корпораций «Hewlett Packard» и «Dell Inc.». В 2007 г. она приобрела компании «Gateway» и «Packard Bell» и стала мультибрендовой. Дж. Ланчи сказал: «Наши недавние приобретения имеют стратегическое значение, как с коммерческой точки зрения, так и в отношении позиционирования на рынке. Acer, Gateway и Packard Bell – это три отдельных элемента единой группы, целью которой является продвижение различных продуктовых линеек. Эти три компании объединяют свой разнообразный опыт и навыки для того, чтобы предложить рынку более широкий спектр продукции, который позволит нашим клиентам выбрать оптимальное решение, соответствующее их потребностям» [101].

Корпорация «Acer Inc.» намерена расширить североамериканский рынок до 30 % от мировых объемов доходов от продаж брендовой продукции; ею были заключены сделки в Северной Америке с такими торговыми сетями, как «Circuit City» и «Staples». В Китае компания заключила аналогичные соглашения с двумя крупнейшими дистрибьюторами – «Digital China» и «Ingram Micro» [150].

В 2010 г. корпорация «Acer Inc.» намеревается войти в пятерку крупнейших в мире производителей смартфонов и коммуникаторов с долей рынка 6–7 % и планирует продавать 2–2,5 млн устройств в год под собственным брендом, а к 2012–2014 гг. поставлять до 20 млн устройств ежегодно, выпуская модели для всех сегментов рынка. Корпорация «Acer Inc.» насчитывает 5 тыс. сотрудников по всему миру [137].

Компания «*Micro Star International*» («*MSI*») создана в 1986 г. бывшими менеджерами японской корпорации «*Sony*», получившими 1 млн дол. инвестиций в обмен на условие, что через год эти деньги должны не только окупиться, но и принести прибыль. Однако ни через год, ни через два компания не смогла отработать вложенные в нее деньги, а о прибыли не было и речи, но инвесторы финансировали проект, несмотря на убытки. В конце концов инвестиции начали приносить свои плоды и компания стала постепенно увеличивать продажи системных плат. Так был дан старт одной из ведущих ИТ-компаний Азии.

Первые продукты под собственным брендом компания «*Micro Star International*» начала выпускать лишь во второй половине 90-х годов XX века, специализируясь на производстве системных плат, которые и сегодня занимают в ассортименте продуктов компании значительное место. Большая часть продукции компании «*Micro Star International*» продается другим производителям в качестве компонентов для их продуктов. Например, компания реализует материнские платы и другие электронные компоненты, которые впоследствии используются в компьютерах таких известных производителей, как «*Acer Inc.*», «*Hewlett Packard*» и «*Dell Inc.*».

Несмотря на свою короткую историю, компания «*Micro Star International*» является сегодня одним из мировых лидеров в области производства компьютерной техники и, в первую очередь, системных плат, входя в тройку крупнейших производителей материнских плат наряду с «*Asus*» и «*Gigabyte*».

Продукция компании не ограничивается только системными платами: она выпускает серверы, видеокарты, ноутбуки, нетбуки, сетевое оборудование, «*Varebone*»-системы, оптические устройства и другой ассортимент компьютерной электроники как для частных пользователей, так и для корпоративных клиентов. Кроме того, компания «*Micro Star International*» производит медицинскую и потребительскую электронику.

Такие темпы роста «*Micro Star International*», по мнению ее специалистов, достигнуты благодаря высокому качеству продукции и безупречному сервису. Компания старается безукоризненно следовать своему главному принципу в бизнесе – «*Достойное награды качество изделий и высочайший уровень обслуживания*». Компания с самого основания работает над улучшением качества своей

продукции. Так, в 1995 и 1996 г. она получила международные сертификаты соответствия ISO-9002 и ISO-9001, а в 1999 г. – сертификат соответствия требованиям охраны окружающей среды ISO-14001. В компании отмечают, что вся ее продукция проходит жесточайший отбор еще на стадии производства. Это позволяет добиться того, что выход годных изделий составляет 99,6 %, значительно превышая средний показатель по отрасли.

Компания «Micro Star International» в 2002 г. создала в г. Куньшань (Китай) компанию «Microteck Computer», одной из задач которой являлась организация обслуживания и ремонта продукции компании «Micro Star International» по всему миру. Производитель вложил в новое подразделение 90 млн дол., но эти затраты уже окупились – производство развивается и приносит прибыль. Благодаря работе компании «Microteck Computer» компания «Micro Star International» быстро реагирует на запросы и жалобы пользователей и дистрибьюторов по всему миру.

В рамках глобальной службы сервиса и ремонта компания «Micro Star International» создала специализированный отдел по работе с клиентами, а также организовала горячую линию и открыла сайт. С помощью веб-сайта компания осуществляет бесперебойное пост-продажное обслуживание клиентов по всему миру. В каждом из подразделений компании организована и функционирует сервисная и ремонтная сеть, которая позволяет осуществлять сервисное обслуживание 24 часа в сутки. Осуществляя своевременную доставку продукции, а также торговую и техническую поддержку, компания «Micro Star International» организовала свои подразделения и сервисные центры в разных странах и регионах мира, в том числе и России.

На сегодняшний день производство компании «Micro Star International» ведется в трех направлениях: 1) компонентная продукция (системные платы, видеокарты, серверы, оптические устройства); 2) электроника (ноутбуки, аудио- и видеоплееры, мультимедийные персональные компьютеры и периферийные устройства); 3) промышленная электроника (промышленные компьютерные системы и платы).

Постепенно компания «Micro Star International» осваивает выпуск компьютерных платформ, мультимедийной продукции (веб-камеры, ТВ-тюнеры, спикер-системы, наушники). С 2002 г. она выпускает

ноутбуки, которые сейчас широко представлены в ассортименте производителя. Довольно активно компания «Micro Star International» позиционирует себя на рынке нетбуков, предлагая достаточно производительные персональные компьютеры по приемлемой цене. Например, во всем мире пользуются популярностью мини-ноутбуки серии «WIND», построенные на базе процессора «Intel Atom». Разработчики компании «Micro Star International» уже представили модели нетбуков серий «WIND» и «X-slim» со встроенным модулем беспроводной передачи данных «WiMax» [47].

В 2010 г. можно ожидать, что тайваньская компания «Micro Star International» вступит в конкурентную борьбу за сегмент планшетных персональных компьютеров. Такими конкурентами станут тайваньская компания «ASUSTeK Computer» («ASUS») и американские корпорации «Hewlett-Packard» и «Dell Inc.». Информация о том, что компания «Apple» выпустит в конце 2009 г. свой первый планшетник, имеющий 9,7 дюймов по диагонали, побудила других вендоров к разработке собственных аналогичных моделей.

Компания «Micro Star International» представит сенсорный 10-дюймовый нетбук в 2010 г. для корпорации «Hewlett-Packard». Планшетные нетбуки будет изготавливать компания «Inventec», новинки также будут запущены в 2010 г. У компании «Micro Star International», как и у корпорации «Hewlett-Packard Co.», планшетники будут базироваться на платформе «Intel Pine Trail-M». Компания «ASUSTeK Computer» уже выпустила 8,9-дюймовый планшетный «Eee PC T91» с поворотным экраном и собирается представить ко времени официального релиза «Windows 7» модель в 10-дюймовом форм-факторе [<http://itnews.com.ua/49984.html>].

*Группа «BenQ Group»*, известная как «Acer Communications & Multimedia Group», – это глобальная организация, в которой занято более 10 тыс. сотрудников. Группа «BenQ» имеет производственные предприятия в Малайзии, Мексике, Китае и на Тайване. Ведущим предприятием является завод «BenQ Suzhou», занимающий территорию более 600 тыс. кв. метров, на котором занято более 6 тыс. сотрудников. На сегодняшний день этот центр выпускает 4 млн цветных мониторов, 8 млн клавиатур и 4 млн сканеров в год. Знания и опыт компании сосредоточены в трех основных областях: системы связи (беспроводная связь, сети и широкополосные системы), технологии изготовления панелей (ЭЛТ- и жидкокристаллические

мониторы, проекторы) и оптоэлектроника (сканеры, принтеры и системы оптического хранения информации).

Научные исследования и опытно-конструкторские разработки (НИОКР) группы ведутся в лабораториях «Hsinchu Lab» (Тайвань), в центрах «Suzhou Software Development Centre» (Китай) и «Wireless Technology Center» (Сан-Диего, США). В настоящее время в компании «BenQ» занято примерно 1,2 тыс. специалистов в области НИОКР по всему миру. На НИОКР тратится 4 % дохода группы [152].

Это позволяет компании в конкурентной борьбе выводить на рынок все новые модели своих разработок. Так, например, в 2009 г. компания «BenQ» объявила о выходе на рынок в ближайшем будущем двух моделей «экологичных» мониторов: 24-дюймового «V2400 Eco» (разрешение «Full HD 1080p») и 21,5-дюймового «V2200 Eco» (разрешение «Full HD 1080p»). В обеих новинках используются матрицы со светодиодной подсветкой («LED»). Это позволяет добиться достойного качества картинки, динамической контрастности 5000000:1 при достаточно низком уровне энергопотребления. Кроме того, в новинках реализована технология улучшения качества изображения «Senseye 3 Human Vision Technology». Пользователям, которые предпочитают экономить электроэнергию, будет полезен режим «Eco», при котором монитор расходует на 30 % энергии меньше без ущерба качеству картинки [[http://www.3dnews.ru/news/2200\\_eco\\_i\\_v2400\\_eco\\_ekologichnie\\_led\\_monitori\\_ot\\_benq/](http://www.3dnews.ru/news/2200_eco_i_v2400_eco_ekologichnie_led_monitori_ot_benq/)].

В 2009 г. компания «BenQ» представила сразу несколько новинок, в том числе три новых проектора для домашних кинотеатров и схожих систем, которые поддерживают технологию «DLP»; они компактны и функциональны. Разработчики сообщают, что модель «W600» – это игровой проектор, который в то же время позволяет смотреть ТВ, видео и просматривать изображения.

Ассортимент предлагаемых жидкокристаллических дисплеев из продуктовой линейки «E Series» расширен за счет выпуска двух широкоформатных «Full HD»-новинок под индексами «E2220HD» и «E2420HD» с диагональю экрана 21,5 и 24 дюйма соответственно. Оба отличаются привлекательным дизайном своих глянцевых черных корпусов, построены с применением фирменной технологии улучшения качества изображения «BenQ Senseye 3 Technology» нового поколения и успешно прошли сертификацию на полное соответствие требованиям операционной системы «Microsoft Windows 7».



Они характеризуются разрешением 1920x1080 пикселей, соотношение сторон экрана 16:9, динамической контрастностью 50000:1 и временем отклика 5 мс (2 мс у «BenQ E2420HD» в режиме «GTG»). При этом мониторы оборудованы парой интегрированных динамиков мощностью 1,5 Вт каждый и снабжены двумя портами «HDMI 1.3», встроенным четырехпортовым «USB»-концентратором, тремя аудиоразъемами, а также интерфейсами «D-Sub» и «DVI-D».

Компания «BenQ» также анонсировала 22-дюймовый монитор-телевизор «SE22411», время отклика составляет 5 мс, разрешение 1080p, уровень контрастности 10000:1. Для подключения предусмотрен порт «HDMI», компонентный вход, композитный вход «S-Video» и «D-Sub». По заявлениям производителя, технология автоматической подстройки контрастности оптимизирует уровень подсветки и регулирует уровень контрастности, увеличивая детализацию даже в самых темных сценах. Технология «Senseye» позволяет пользователю выбрать наиболее подходящий режим – «Кино», «Динамика», «Стандартный» и «Настраиваемый». Встроенные динамики мощностью 3 Вт имеют предустановленные режимы прослушивания («Классика», «Поп-музыка», «Рок», «Джаз»); цена не сообщается.

По заявлению П. Чена, вице-президента компании «BenQ», в 2010 г. она планирует также вывести на рынок 2-3 модели телевизоров со светодиодной подсветкой с диагональю порядка 40 дюймов.

Главный менеджер тайваньского подразделения «BenQ» Д. Яо добавил, что панели с «LED»-подсветкой для них будет поставлять компания «AU Optronics». Отраслевые источники предполагают, что цены на новые телевизоры «BenQ» будут находиться в диапазоне до 40 тыс. тайваньских долларов (до 1 219 дол. США). Для сравнения: аналогичные модели от «Samsung Electronics» сейчас стоят около 60–70 тыс. тайваньских долларов (1 825–2 130 дол. США). По мнению П. Чена, ценовой разрыв между «LED»-моделями и традиционными жидкокристаллическими телевизорами продолжит сокращаться и цены на устройства со светодиодной подсветкой достигнут приемлемого для большинства покупателей уровня уже в 2010 г. [[http://www.3dnews.ru/news/benq\\_vipustit\\_led\\_tv\\_v\\_pervoi\\_polive\\_2010/](http://www.3dnews.ru/news/benq_vipustit_led_tv_v_pervoi_polive_2010/)].

Активно работает на ИТ-рынке и компания «*Taiwan Semiconductor Manufacturing Company*» («*TSMC*»). М. Чанг, являющийся главой

этой компании, в 2009 г. сообщил, что за последнее время его специалистам удалось удвоить эффективность производства микросхем по 40-нм технологии – выпуск рабочих чипов вырос с 30 до 60 % от общей массы. Это означает, что предстоящий анонс «GT300» и «RV870» будет отнюдь не «бумажным», как считалось ранее. Тайваньский чипмейкер планирует до конца 3-го квартала изготовить 30 000 кремниевых пластин с соблюдением 40-нм техпроцесса, что даст возможность «NVIDIA», «AMD» и непосредственным производителям видеокарт наконец-то приступить к реализации своих проектов [<http://www.overclockers.com.ua/news/hardware/2009-08-02/104182/>].

В 2009 г. компания «TSMC» и корпорация «Intel» стали партнерами. Тайваньская компания займется производством чипсетов «Langwell» для корпорации «Intel». Данные чипсеты будут поддерживать платформу «Moorestown», рассчитанную на рынок мобильных интернет-устройств. «TSMC» и «Intel» подписали меморандум о взаимопонимании и сотрудничестве в сфере производства устройств на основе «SoC» («Система на чипе»). Корпорация «Intel» располагает большим количеством собственных заводов по всему миру, однако «SoC» не входит в ее специализацию [<http://www.astera.ru/news/?id=70565>].

О роли тайваньских ИТ-компаний на международном ИТ-рынке свидетельствует и тот факт, что в период глобального кризиса крупнейший мировой контрактный производитель интегральных микросхем тайваньская компания «TSMC» увеличила бюджет капитальных затрат на 2009 г., несмотря на прогнозируемое снижение доходов. По словам главы компании М. Чанга, бюджет будет увеличен до 1,9 млрд дол. Это чуть выше по сравнению с 2008 г. Большая часть суммы будет направлена на развитие новых технологий, исследования, а также на укрепление связей с деловыми партнерами, что, по заверению Чанга, приведет компанию к экономическому подъему уже в 2010 г. [197].

## «EБAY» И ИНТЕРНЕТ-ПРОГРАММА «SKYPE»

Американская компания «Ebay», основанная в 1995 г., благодаря стремительному распространению ее интернет-программы «Skype» стала серьезнейшим конкурентом транснациональных телекоммуникационных компаний: предоставляя услуги по электронной почте и программу по редактированию текста, она подорвала практически монопольное положение «Microsoft», а за счет онлайн-рекламы стала главным конкурентом традиционных рекламных агентств.

Исполнительный директор компании «Ebay» Дж. Донахью отметил, что на долю платежной системы «PayPal» сейчас приходится примерно треть общих доходов «Ebay». В самое ближайшее время «PayPal» ожидает серьезный рост, который может привести к тому, что платежная система по оборотам превзойдет саму «Ebay». «Однако такой рост займет не менее 4–6 лет», – заявил Донахью на технической конференции «Fortune Brainstorm Tech» [159].

Начальные шаги для «взрывного» роста платежной системы «PayPal» предпринимаются уже сейчас – компания официально представила открытый набор «API»-функций. Система «Adaptive Payments Service» состоит из набора технологических приложений и набора «API»-функций, выполняющих роль подключаемых интерфейсов между транзакционными механизмами «PayPal» и сторонним программным обеспечением. Пик популярности новой системы можно ожидать совсем скоро, когда на рынке появятся мобильные приложения для нетбуков и смартфонов, позволяющие работать без фактического обращения к сайту «PayPal». Набор официальных «API»-функций позволит приложениям поддерживать непосредственные финансовые транзакции, работать с покупателями и продавцами, управлять платежами и транзакциями. При помощи новой технологии можно встраивать платежные терминалы в такие приложения, как «Windows Azure», и в социальные сети «Twitter» или «Facebook» и др. [159].

Весьма значимым фактором на рынке ИТ является рассмотрение создаваемых продуктов в качестве интеллектуальной собственности. Не случайно, как отмечено в [93], такие корпорации, как «Apple», патентуют все подряд, и есть очень большая вероятность того, что некоторые запатентованные проекты никогда не будут материализованы.

Подтверждением сказанному является и то, что компания «Ebay» намерена переписать систему интернет-телефонии «PayPal» с нуля, так как основатели «Skype» Я. Фриис и Н. Зеннстром намерены отозвать часть лицензионных технологий, используемых сегодня для работы «Skype». Фактически речь идет о создании совершенно нового программного обеспечения, которое просто будет использовать популярный бренд «Skype». Компания «Ebay» купила бизнес «Skype» еще в начале 2005 г., явно переплатив за него (что признали даже сами основатели «Skype»). В 2007 г. основатели системы «Skype» из-за несогласия с политикой руководства компании ушли из «Ebay» и «Skype» фактически осталась у компании «Ebay», которая успешно развила и популяризировала данный сервис. Теперь же Фриис и Зеннстром предполагают более не продлевать лицензионные права на ряд технологий, которые служат основой для «Skype». Они намерены использовать их для создания нового интернет-сервиса [158].

В «Ebay» говорят, что недовольство основателей сервиса вызывают: а) политика развития компании, реализуемая ее исполнительным директором Дж. Донахью; б) планы по выведению «Skype» на торговые площадки через процедуру «IPO» в 2010 г. Вместе с тем там же признают, что в ближайшей перспективе создать новый софт, аналогичный по качеству и функциям, они вряд ли смогут.

От публичных дискуссий по поводу «Skype» отказываются как в «Ebay», так и в компании «Joltid Ltd.», основанной Фриисом и Зеннстромом. Аналитик компании «Infotech Research» Я. Англ предполагает, что больше всего последним не хочется видеть «Skype» публичным активом, так как в этом случае технологии компании могут быть проданы, ключевые разработки уйти за границу, а сама «Ebay» может попытаться избавиться от «Skype», неплохо заработав на его продаже. Известно, что в 2009 г. «Ebay» подала иск против «Joltid Ltd.», при помощи которого первая пытается отрезать путь к ключевым для «Skype» технологиям. Ранее в «Joltid Ltd.» говорили, что у «Ebay» нет прав на часть закрытых лицензионных технологий, используемых для работы «Skype». «Ebay» же утверждает, что еще в 2005 г. купила «Skype», а все технологии являются неотъемлемой частью пакета [158].

## «INTEL INSIDE»: КОНКУРЕНЦИЯ, РЕКЛАМА, СУДЫ

Значимость рекламы в конкурентной борьбе подтверждается успехом в этой области американской компании «Intel Inside», сумевшей сделать свой бренд «Intel» одним из самых известных брендов начала XXI века. Этот бренд, судя по некоторым рейтингам, входит в первую десятку известных в мире. На успешное проведение инбрендинга компания «Intel Inside» истратила сотни миллионов долларов (возможно, уже миллиарды). Инбрендинг заключался в том, что в рекламе обычных персональных компьютеров постоянно упоминали тот факт, что они работают на процессоре «Intel» (реклама этих компьютеров оплачивалась, в том числе и «Intel Inside»).

Руководитель компании «Intel Inside» Э. Гроув в 1968 г., став четвертым сотрудником, принял участие в ее создании. В 1979 г. он стал ее президентом, в 1987 г. – исполнительным директором, а в 1997 г. – исполнительным директором и председателем совета директоров. В 1998 г. он отказался от поста исполнительного директора, став председателем совета директоров «Intel». Корпорация «INTEgrated ELEctronics» (позже известная как «Intel») была учреждена двумя известными учеными – Р. Нойсом и Г. Муром.

Нойс изобрел интегральную схему. Мур в 1975 г. рассчитал темп роста мощности процессоров, определив, что вычислительная производительность компьютерного чипа будет удваиваться каждые 18 месяцев. По сути, вся деятельность «Intel Inside» была построена в соответствии с этим законом. Продавая чипы по достаточно высоким ценам, чтобы обеспечить хорошую валовую прибыль (на сегодня примерно 60 %), корпорация вкладывает доходы в новые производственные мощности и буквально каждые девять-десять месяцев «Intel» строит новый завод стоимостью 2 млрд дол. для все более мощных процессоров [10], [26].

Компания «Intel Inside» очень активно использовала телевизионную рекламу, воздействуя на массовое сознание. В результате, например, в конце 90-х гг. XX века в России многие требовали компьютер «Pentium» (самый известный процессорный бренд компании «Intel Inside»). И сейчас в компьютерных журналах практически в любой рекламе ноутбука или стационарного персонального компьютера можно встретить информацию об «Intel».

По мнению обозревателя «Financial Times» Т. Джексона, основу корпоративной культуры «Intel Inside» составляют конфиденциальность и авторитарность. Она содержит частных детективов, задача которых заключается в том, чтобы не дать ее сотрудникам сбиться с пути, а также предотвратить попытки раскрытия ревностно охраняемых секретов. «Intel» прибегает к практике судебного преследования в отношении как сотрудников, так и конкурентов. Эта тактика ярко проявилась во время ее семилетней юридической войны с компанией «Advanced Micro Devices» («AMD»): агрессивные действия этого производителя микросхем в какой-то момент грозили привести к переделу сфер влияния во всей компьютерной индустрии.

Стратегия компании «Intel Inside» характеризуется словами Э. Гроува: «Я олицетворяю способность Intel спокойно относиться к успеху и постоянно быть готовым к опасностям».

В конце 90-х гг. XX века компания «Intel Inside» столкнулась с самой серьезной конкуренцией за всю свою историю со стороны компании «AMD», выпускавшей отличные процессоры, которые стоили к тому же значительно дешевле, чем процессоры компании «Intel Inside». «AMD» не смогла долго удерживать конкурентную планку, так как у нее в последние годы имелись серьезные проблемы и она уже не являлась явным конкурентом компании «Intel Inside». Победа в этой конкурентной борьбе определена и тем, что компания «Intel Inside» завоевала серьезный рынок компьютеров «Macintosh», которые ранее снабжались процессорами «Motorola», а затем и «IBM», а с 2006 г. все компьютеры «Macintosh» оснащены процессорами «Intel».

В конце 90-х гг. конкуренты, которые ранее были на второстепенных ролях, начали догонять «Intel Inside». В 1997 г. компании «Advanced Micro Devices» и «Cyrix» представили процессоры, не уступавшие (или почти не уступавшие) возможностям новейшей продукции лидера. Весь 1997 г. велись судебные тяжбы. Вначале «Intel Inside» предъявила судебный иск компаниям «AMD» и «Cyrix», касающийся прав на торговый знак «MMX», затем уже «Cyrix» и компания «DEC» подали иски против «Intel Inside», обвиняя ее в нарушении патентного законодательства. В ответ «Intel Inside» обвинила «DEC» и т. д.

Основной проблемой было то, что конкуренты объединились против лидера и его ценовой политики, предложив сравнимые

по характеристикам процессоры, но по более низким ценам. «Intel» оставался один выход — пойти на крайние меры. Расчет был таков: ускорить технологическую гонку и предложить пока еще контролируемому рынку новую архитектуру процессора, несовместимую с существовавшими на тот момент компьютерами. Если бы ведущие производители поддержали переход на новый стандарт, то конкуренты «Intel Inside» остались бы без потребителя: процессоры, совместимые с устаревшей архитектурой, продавать некому. Этот рискованный ход «Intel Inside» вполне удался. За последние годы компания применяла его несколько раз, заставляя всю индустрию переходить на новый стандарт [10].

Так как быстродействие микропроцессоров опережает производительность остальных внутренних устройств компьютера, «Intel Inside» начала заниматься производством и этих устройств. Например, так случилось с так называемой шиной — проводами, соединяющими процессор с остальным компьютером, которые поступали в «Intel Inside» от «IBM» или других изготовителей, а те, в свою очередь, совсем не собирались повышать их производительность. Но скорость прохождения информации в шине начала отставать от скорости процессора, и в 1990 г. одно из подразделений «Intel Inside» разработало образец шины, названной «PCI» и ставшей впоследствии промышленным стандартом. Затем «Intel» начала заниматься и производством программного обеспечения. Помимо компьютеров, процессоры компании «Intel Inside» ставят в мобильные телефоны, КПК, приставки и прочие устройства.

Портативный компьютер «MacBook Air» от компании «Apple» был создан в 2008 г. и завоевал популярность в значительной мере благодаря тому, что компания «Intel Inside» смогла подготовить процессор под его миниатюрный формат. И это только один из примеров.

Компания «Intel Inside» ведет успешную разработку своей собственной операционной системы «Moblin» на базе открытого проекта «Linux Foundation». «Moblin» продвигается хорошими темпами — на сегодня в список независимых поставщиков программного обеспечения для данной операционной системы входят уже более 100 компаний [145].

Известно, что «Intel» готовится представить энергоэффективную платформу нового поколения, известную под названием «Pineview». В нее входят процессоры «Atom» серии «400/500» и чипсет «NM10».

Однако их анонсирование было отложено производителем до 2010 г. Такое решение сказалось на планах партнеров американской корпорации, так как крупнейшие игроки на рынке нетбуков – компании «ASUS» и «Acer» – приняли решение не выпускать новые модели этого типа устройств до 2010 г.

Это вызвано тем, что нетбуки, основанные на настоящем поколении «Intel Atom», представлены в широком спектре, от самых бюджетных продуктов до топ-моделей, где единственным их отличием от «полноценного» ноутбука является используемый процессор. В такой ситуации новые модели уже не выглядели бы эффективным дополнением и без того обширного модельного ряда, а просто вводили бы пользователя в заблуждение. Перерыв до 2010 г. позволит вендорам распродать существующие запасы продукции и тем самым избежать конкуренции между решениями разных поколений после выхода «Pineview» [149].

В конкурентной борьбе и такие компании, как «Intel», допускают нарушения законодательства. Как сообщила еврокомиссар по конкуренции Н. Круус, в результате решения Еврокомиссии корпорацию «Intel Inside» обязали изменить политику скидок, которые компания предоставляет сборщикам компьютеров при приобретении компьютерных чипов, и выплатить рекордный штраф размером более 1 млрд дол. «Intel» была уличена в подкупе должностных лиц компаний-производителей компьютерной техники с той целью, чтобы те отсрочили или отменили выпуск продуктов, содержащих процессоры ее основных конкурентов. Такое поведение корпорации «Intel Inside» расценивается Европейской комиссией как «неприкрытые ограничительные меры» против честной конкурентной борьбы. Наиболее пострадавшей от неправомерного поведения корпорации «Intel Inside» оказалась компания «Advanced Micro Devices», от чьих процессоров отказались производители компьютеров.

Как отмечает А. Колесов [60], фактически в результате расследования, которое тянулось с 2001 г., корпорации «Intel Inside» инкриминировали, в частности, «премиальные выплаты» руководителям компаний-производителей и продавцов персональных компьютеров, которым платили премии за приоритетное продвижение чипов корпорации «Intel Inside».

В конце 2009 г. корпорация «Intel Inside» решила обратиться в Европейский суд с апелляцией на решение Еврокомиссии и просьбой



об отмене штрафа, который перевел компанию в незавидный статус убыточной. Однако опыт корпорации «Microsoft» говорит о том, что изменить первоначальное решение Еврокомиссии (несмотря на активную работу юристов корпорации) никогда не удастся. Ранее, например, корпорация «Microsoft» выплачивала штрафы в сотни миллионов долларов из-за нечестной конкуренции на рынке медиаплееров и браузеров. В 2004 г. она выплатила Европе почти 3,5 млрд дол. во исполнение решений суда или в качестве компенсации истцам для прекращения разбирательств. Корпорация «Microsoft» ранее была многолетним рекордсменом и по штрафным выплатам. Последний ее рекорд – 1,16 млрд дол. штрафа, взысканного по решению Еврокомиссии в 2008 г. Общая сумма штрафов, наложенных на корпорацию «Microsoft» в Европе, за последние годы превысила 2,2 млрд дол., причем значительную часть этой суммы составили пени за невыполнение решений антимонопольных органов, принятых в 2004 г. [60].

В 2008 г. в рейтинге издания «The Financial Times» компания «Intel Inside» занимала 42-е место в мире с капитализацией 123 млрд дол. и оборотом 38,3 млрд дол. в год. Штаб-квартира корпорации расположена в штате Калифорния (США). Компания имеет фабрики по производству и сборке полупроводников, а также НИОКР-центры в более чем 40 странах мира. В России компания «Intel Inside» представлена в основном проектами по производству программного обеспечения, а также исследовательскими и социальными программами. У корпорации имеются офисы в Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде и Сарове (Нижегородская область), а также в Новосибирске. Общая численность сотрудников «Intel» в России составляет порядка 1 100 чел. [90].

Специалисты отмечают сходство «Intel Inside» с другими корпорациями Кремниевой долины, такими, как «Hewlett-Packard», «Google» и др., – все эти инновационные компании являются открытыми [<http://www.biztimes.ru/index.php?artid=1266>].

## **«HEWLETT-PACKARD CO.»: КОНКУРЕНЦИЯ, ИНТЕГРАЦИЯ, БОРЬБА С КОНТРАФАКЦИЕЙ**

Американская корпорация «Hewlett Packard» («HP») основана Биллом Хьюлеттом и Дэйвом Паккардом; расположена в г. Пало-Альто (штат Калифорния). Сейчас это один из ведущих производителей компьютеров в мире. Ведя последовательную конкурентную борьбу с корпорацией «IBM» и другими ИТ-компаниями, она давно доказала свои бойцовские качества. Ведь даже глава корпорации «IBM» С. Палмизано признал корпорацию «Hewlett Packard» явным фаворитом на рынке персональных компьютеров.

Корпорация «Hewlett-Packard Co.» – глобальный поставщик передовых ИТ-решений для малых, средних и больших компаний, общественных организаций и частных лиц, специально разработанных с учетом специфических потребностей представителей каждой из этих групп. В ее состав входят исследовательские подразделения, производственные предприятия, торговые и сервисные представительства, а также центры поддержки на территории США и 170 других стран. Портфель продуктов и решений «HP» включает в себя принтеры, персональные компьютеры, программное обеспечение, ИТ-решения и сервисы, которые помогают как конечным пользователям, так и компаниям сделать работу с информационными технологиями максимально простой и удобной.

Среда обмена сообщениями в такой глобальной компании, как корпорация «Hewlett-Packard Co.», где большую роль играют совместная работа и обмен знаниями, является важной составляющей организационной инфраструктуры, пользуется технологиями корпорации «Microsoft» с целью обеспечения каналов связи для сотрудников. Чтобы удовлетворить потребности своих подразделений в области обмена сообщениями и электронной почты, уже в 1995 г. компания осуществила развертывание «Microsoft® Exchange Server 4.0» [65].

В 2008 г., согласно рейтингу компании «Aberdeen Group», по уровню влияния на мировой рынок корпорация «Hewlett Packard» занимает четвертое место. После приобретения компании «Electronic Data Systems» («EDS») она переместилась на рынке ИТ-услуг на второе место. Однако, с учетом трудностей по интеграции бизнеса «EDS» в свою структуру, доход этого вендора (компания-поставщика

бренд-продуктов, сервисов и услуг, под чьей торговой маркой они выпускаются) в сегменте ИТ-услуг вырос в 2008 г. лишь на 1,9 %, что значительно ниже темпов роста рынка в целом.

«Hewlett Packard» собирается заняться пока не освоенным сегментом смартфонов, которые должны составить серьезную конкуренцию быстро захватывающим популярность нетбукам. По своей сути смартфоны являются симбиозом смартфонов и нетбуков, хотя компания «Qualcomm» пытается строить рекламную кампанию таким образом, чтобы избежать сравнения с компьютерами на основе «Intel Atom». Основная особенность смартфонов заключается в том, что они будут работать под управлением процессоров на основе технологии «ARM», тогда как на большинстве нетбуков установлен «Intel Atom» или другие процессоры на основе технологии «x86».

Такое решение корпорации «Hewlett Packard» – выйти на пока еще не освоенный рынок смартфонов – нельзя назвать неожиданным, поскольку она давно закрепила за собой статус инноватора, который пытается испробовать все доступные технологии от различных производителей, а не только «AMD» и «Intel» (нетбук «Mini 2133» на основе процессора от «VIA»). Кроме того, если за продвижение новой платформы сразу возьмется такая серьезная компания, это может в значительной мере повлиять на ее успех в будущем [171].

О мировых масштабах действий корпорации «Hewlett Packard» на мировом рынке свидетельствует и тот факт, что компания «MphasiS», индийское сервисное дочернее предприятие корпорации «Hewlett-Packard», объявила в 2009 г. о достижении окончательного соглашения о покупке компании «AIG Systems Solutions» («AIGSS»). Последняя является индийским подразделением ИТ-услуг группы страховых компаний «American International Group». По словам генерального директора «MphasiS» Г. Айяра, теперь его компания усилит свои позиции на рынке страхования и финансовых услуг. «AIGSS» имеет в штате более 800 сотрудников и обслуживает компании «AIG» по всему миру. Около 40 % дохода компании «MphasiS» поступает из страховой отрасли и сферы финансовых услуг. Она уже обслуживает ряд страховых организаций, в том числе и «AIG», а после приобретения «AIGSS» планирует привлечь новых клиентов из этого рынка. В компании «MphasiS» ожидают, что после восстановления экономики произойдет резкий скачок спроса на ИТ-услуги со стороны страховщиков

и «AIGSS» принесет компании «MphasiS» не достающие ей навыки работы в таких областях, как частное автострахование и пенсионное обеспечение, а также усилит позиции по другим направлениям (например, страхование жизни) [29].

Корпорация «Hewlett-Packard», являясь одним из крупнейших производителей устройств для печати, активно борется с распространением контрафактных расходных материалов и на данный момент делает это достаточно успешно. С целью борьбы с контрафактным товаром она активно сотрудничает с правоохранительными органами и помогает выявлять и прекращать незаконные поставки. С 2005 по 2008 г. корпорация в глобальном масштабе провела 4 620 расследований в 55 странах, в результате которых было изъято контрафактной продукции на сумму более 795 млн дол. За 2008 г. с участием корпорации было совершено три рейда в России и по одному в Хорватии, Польше и на Украине, в ходе которых выявлено и изъято около 6 600 готовых поддельных расходных материалов, а также 31 600 компонентов для их создания. На Украине за 2008 г. благодаря антиконтрафактной программе корпорации «Hewlett-Packard» было обнаружено 4 995 подделок, проведено 24 расследования и проверено 39 дилеров, один из которых был задержан за продажу контрафактной продукции [131], [173].

В России сотрудниками ОБЭПа (Отдела по борьбе с экономическими преступлениями) в тесном сотрудничестве с представителями корпорации «Hewlett-Packard» летом 2008 г. было конфисковано более 7 600 изделий, включая готовые к продаже картриджи и компоненты, используемые для производства поддельных продуктов. Всего, начиная с 2007 г., в России в рамках программы по борьбе с контрафактной продукцией («ACF») было конфисковано свыше 22 700 поддельных продуктов и компонентов для незаконного повторного использования, а также более 6 000 других изделий, таких, как поддельные листовки и упаковки. Было проведено 24 расследования, 144 контрольные проверки торговых партнеров на наличие у них поддельных продуктов [173].

Для усиления антипиратской кампании корпорация «Hewlett-Packard» организовала пресс-тур для журналистов из разных стран. Встречи с Т. Роуз, менеджером корпорации по борьбе с контрафакцией, работающей в данном направлении уже более 15 лет, проходили в четырех странах мира в самых сложных регионах: Азии,

Африке и Восточной Европе. 28.04.2009 г. в Варшаве корпорация провела пресс-конференцию, на которой были представлены последние результаты и методы борьбы с распространением контрафактных расходных материалов для печати. Внимание общественности было акцентировано на том факте, что проблема подделки картриджей для лазерных и струйных принтеров корпорации «Hewlett-Packard Co.» носит глобальный характер. По данным Организации экономического сотрудничества и развития, ежегодные продажи поддельной продукции в мире составляют 200 млрд дол. Как правило, с целью обмана продавцы контрафактного товара делают специальную упаковку, похожую на упаковку HP, либо используют оригинальную, но бывшую уже в употреблении. Очень часто разница между упаковкой оригинального и поддельного картриджа заключается в мелких деталях, которые, на первый взгляд, тяжело выявить.

Термином «контрафактные расходные материалы» Т. Роуз назвала, в первую очередь, продукцию, которая использует бренд компании, а также копирует ее упаковку. На рынке могут присутствовать не только оригинальные расходные материалы, но и произведенные другими компаниями по лицензии, что не является незаконным. Корпорация не считает нарушением случаи, когда какой-нибудь производитель повторно продает восстановленные оригинальные картриджи компании, но использует свой бренд и упаковку. То есть под обозначением «контрафактные расходные материалы» она понимает поддельные продукты, а также бывшие в употреблении картриджи, которые злоумышленники выдают за новые.

По словам Роуз, обычно людей, занимающихся созданием подделок, представляют как нескольких парней, которые у себя в гараже, без злого умысла, заправляют картриджи и повторно их продают. Но на самом деле для этого нужны достаточно большие ресурсы, доступные только организованной преступности. Создание контрафактных расходных материалов является прибыльным делом, ведь очень часто подделки продают по сопоставимой цене с оригинальными картриджами. Чтобы избежать попадания на рынок некачественных продуктов, использующих бренд корпорации «Hewlett-Packard», она тесно сотрудничает с правоохранительными органами разных стран, содержит группу инспекторов, которые занимаются расследованиями, а также предоставляют партнерам, дистрибьюторам и покупателям необходимую информацию о том, как выявить

подделки. Кроме того, специалисты корпорации «Hewlett-Packard» разрабатывают защитные наклейки и новый дизайн упаковок, что усложняет задачу злоумышленников ввести покупателей в заблуждение.

Ежегодно корпорация «Hewlett-Packard», по заявлению Т. Роуз, тратит около 1 млрд дол. на усовершенствование своих чернил, в то время как поддельные картриджи заполняют дешевыми чернилами, которые дают низкое качество печати. В условиях общей экономической нестабильности использование более дешевых комплектующих многим кажется выгодным: возможно, покупатели контрафактной продукции полагают, что за меньшие деньги они получают хорошее качество, однако это не так. Поддельные картриджи часто протекают и плохо работают, что подтверждает их невыгодность с экономической точки зрения. Кроме того, в результате использования фальшивых картриджей расход бумаги увеличивается в несколько раз. И наконец, поддельные картриджи могут нанести непоправимый вред принтеру.

Одним из важнейших аспектов программы по борьбе с контрафактной продукцией является постоянная работа специалистов корпорации «Hewlett-Packard» над усовершенствованием средств защиты продукции от подделок. Так, для того чтобы потребители могли безошибочно отличить оригинальные расходные материалы от фальшивых, была выпущена новая версия защитных наклеек. При их разработке применялась одна из самых передовых технологий защиты. Таким образом, клиенты и партнеры получили надежное средство определения подлинности картриджей «HP» [131].

В 2009 г. корпорация планирует изменить дизайн упаковок картриджей, которые теперь будут выполнены в черном цвете с цветными вставками и рисунками. В 2009 г. сменят и дизайн упаковки, что должно усложнить возможность ее подделки. Кроме этого, корпорация разработала новую голографическую наклейку, которую будет намного сложнее подделать, что повысит вероятность обнаружения контрафактных расходных материалов самими покупателями [131], [173].

## «ORACLE CORP.», «IBM», «SAP»: КОНКУРЕНТНАЯ БОРЬБА

О конкуренции на рынке ИТ-поглощений свидетельствуют действия компании «Oracle Corp.», третьего по величине производителя программного обеспечения в мире, которая, согласно рейтингу компании «Aberdeen Group», по уровню влияния на мировой рынок в 2008 г. занимает третье место.

*Американская компания «Oracle Corp.»* ведет свою историю с 1976 г., когда Ларри Эллисон стал главой небольшой компании «Relational Software Inc.», созданной им вместе с двумя молодыми специалистами компании «System Development Laboratories» – Бобом Майнером и Эдом Оутсом. Идею составить конкуренцию «IBM» дала Л. Эллисону статья Э. Кодда, сотрудника исследовательской лаборатории корпорации «IBM», опубликованная еще в 1970 г., где описывалась реляционная модель баз данных, частью которой был язык «SQL».

Такая база данных может ответить на любой вопрос, например: какой отдел получает самую высокую зарплату или какой отдел получал высокую зарплату в прошлом году и так далее. Корпорация «IBM» не увидела коммерческого потенциала разработки. Но Ларри решил, что может обойти своих учителей, а теперь уже и конкурентов, с помощью их же идеи. Эллисон, Майнер и Оутс создали систему управления базами данных, которая могла работать как на «больших» ЭВМ, так и на персональных компьютерах. Их первым клиентом стало ЦРУ. Проект, над которым они работали, получил название «Oracle». Первая версия программы была никем не замечена, вторая уже обрела некоторую популярность, а третья, вышедшая в 1983 г., практически сразу обеспечила всемирную известность ее создателям.

В 1980 г. в «Oracle» трудилось только восемь служащих, доходы были менее 1 млн дол. Но в 1981 г. уже сама корпорация «IBM» начала устанавливать систему «Oracle» на свои «большие» компьютеры, и в течение следующих семи лет продажи «Oracle» удваивались каждый год. Л. Эллисон позднее сказал: «Любое новшество будет иметь успех тогда, когда конкуренты займутся им». В 1983 г. компания «Relational Software Inc.» изменила свое название на «Oracle Corporation». Всего за несколько лет компания-миллионер превратилась

в компанию с миллиардным капиталом. Конкурентную стратегию компании «Oracle Corporation» изложил ее основатель и руководитель Л. Эллисон: «Моя работа заключается в том, чтобы выйти на рынок и победить».

О жесткой конкуренции ИТ-гигантов свидетельствуют и отношения их лидеров. Так, например, Эллисон утверждает, что любит борьбу, соревнование, риск, но у него принципиально иное, чем у лидера корпорации «Microsoft», отношение к конкурентам: «Гейтс их стирает в порошок, уничтожает конкуренцию на корню, именно так Microsoft поступил с Netscape, открыто нарушив при этом закон, я же доказываю, что наш продукт лучше». Ларри не раз публично заявлял, что политика корпорации «Microsoft» приводит к ситуации, подобной той, что была в Советском Союзе, – отсутствие конкуренции приведет в итоге к высоким ценам и низкому качеству. Он утверждал, что при этом, если программистам нужна программа, то придется ждать, пока ее напишет корпорация «Microsoft», и заплатить столько, сколько она потребует [146].

Более того, во время судебного разбирательства по обвинению корпорации «Microsoft» в нарушении антимонопольного законодательства Л. Эллисон провел свое собственное расследование. Нанятые им детективы перерыли весь мусор, вывозимый из офисов конкурентов, и нашли черновики документов, подтверждающие виновность корпорации «Microsoft», а именно подкуп экспертов Независимого института и Национального союза налогоплательщиков, отстаивающих интересы Б. Гейтса в качестве независимых общественных защитников. Эллисона не смутили замечания о том, что его методы неэтичны. Он ответил своим критикам: «Мы помогаем Microsoft в саморазоблачении. Я несу полную ответственность. Я сам выделил деньги и с гордостью заявляю об этом. Информация – всеобщее достояние» [146].

Компания «Oracle Corp.» в 2009 г. показала квартальную прибыль, превысившую прогнозы, и меньшее, чем ожидалось, падение продаж. Прибыль «Oracle» в 4-м квартале, завершившемся 31 мая, составила 46 центов на акцию, тогда как аналитики прогнозировали в среднем 44 цента. Продажи нового программного обеспечения снизились на 13 %, до 2,7 млрд дол. Аналитики прогнозировали падение продаж примерно на 18 %. На прогнозах отразились предупреждения руководителей технологического гиганта, заявивших



в марте, что рецессия и сильный доллар негативно отразятся на прибыли. Однако с тех пор экономика стабилизировалась, а доллар стал слабым, и в итоге квартальные результаты «Oracle» оказались лучше этих оценок. Компания объявила также, что ее чистая прибыль снизилась на 7 %, до 1,9 млрд дол., или 38 центов на акцию, по сравнению с 2,0 млрд дол., или 39 центами, в аналогичный период 2008 г. [102].

В конкурентной борьбе с «IBM» компания «Oracle Corp.» приняла решение приобрести одного из крупнейших производителей программных средств – «Sun Microsystems Inc.», согласованное с акционерами этой компании на внеочередном собрании акционеров 16.07.2009 г. Ранее сделка была одобрена советами директоров компаний, теперь ее должны подтвердить американские антимонопольные и регулирующие органы.

Если сделка состоится, то ее сумма может достигнуть 7,4 млрд дол. Компания «Oracle Corp.» предложила выкупить акции «Sun Microsystems» по цене 9,5 дол. за штуку. Это превысило сумму, предложенную конкурентом «Oracle Corp.» – компанией «IBM», и оказалось практически вдвое больше цены, которую предполагалось давать за акции «Sun» в марте 2009 г., когда информация о переговорах по продаже этой компании появилась в прессе.

Американская компания «Sun Microsystems Inc.», основанная в 1982 г., является одним из крупнейших производителей программных средств; ее представительства находятся более чем в 100 странах мира. Компании «Sun Microsystems» принадлежат торговые марки «Sun logo», «Solaris», «Java» и «Network is the Computer». Сделка вызвана тем, что «Sun Microsystems Inc.» понесла серьезные потери из-за мирового экономического и финансового кризиса. Ее чистые убытки за 9 месяцев 2008/09 финансового года, который завершился 29.03.2009 г., составили 2,087 млрд дол. против прибыли за 9 месяцев 2007/08 финансового года, зафиксированной на уровне 315 млн дол. [2].

Опыт компании «Oracle Corp.» свидетельствует о том, что подобные структуры в конкурентной борьбе жестко контролируют информацию, являющуюся коммерческой тайной.

В 2007 г. компания «Oracle Corp.» подала в суд на своего конкурента, немецкую компанию «SAP», обвиняя последнюю в шпионаже и воровстве информации, составляющей коммерческую тайну

компании «Oracle». Судебный иск был подан в окружной суд штата Сан-Франциско. Компания «Oracle Corp.» утверждала, что филиал корпорации «SAP», занимающийся поддержкой клиентов, был создан после того, как «SAP» купила компанию «TomorrowNow», и что этот филиал «скачивал огромные массивы» данных с компьютеров «Oracle Corp.». Также отмечалось, что решение о судебном иске было принято после того, как стала известна схема, по которой «SAP» получала систематический нелегальный доступ к компьютерам, отвечающим за систему автоматической поддержки клиентов. В иске утверждалось, что компания «TomorrowNow» использовала клиентские и служебные реквизиты доступа к системе поддержки, благодаря чему у «SAP» появилась солидная библиотека программных разработок «Oracle Corp.», ряд исходных кодов, техническая и служебная документация, а также другие материалы, которые незаконно использовались в разработках «SAP» [188].

В обвинении говорилось, что «SAP TN» выгрузила более 10 000 документов с сайта «Oracle Customer Connection». В один из четырехдневных периодов «SAP TN» загружала в среднем по 1 800 документов в день при среднем для пользователей значении 20. По данным «Oracle», «SAP» получила пароли от клиентов «Oracle», которые меняют софт или планируют его замену. Таким образом «SAP» получила незаконный доступ к информации конкурента и смогла предложить пользователям выгодные условия по переходу на свою платформу [<http://www.xakep.ru/post/37337/default.asp>].

Подразделение «SAP TomorrowNow» предлагает техническую поддержку пользователям продуктов «Siebel Systems», «PeopleSoft» и «JD Edwards». Ранее эти продукты были самостоятельными системами, однако в 2006 г. «Oracle» купила их. В корпорации «SAP» предлагали техническую поддержку для данных продуктов в два раза дешевле, чем в компании «Oracle Corp.».

Согласно тексту иска компании «Oracle Corp.» к немецкой компании «SAP», помимо корпоративного шпионажа, «SAP» и ее дочерним структурам вменялось и нарушение лицензионной политики, так как в условиях техподдержки «Oracle Corp.» четко прописаны условия, где говорится, что клиент не может передавать, раскрывать, воспроизводить или каким-либо другим способом использовать данные, полученные от системы техподдержки «Oracle», за исключением случаев, прямо указанных в лицензионном соглашении.

По словам представителей компании «Oracle Corp.», впервые подозрительную активность инженеры заметили в конце 2006 г., когда несколько пользователей начали скачивать информацию, принадлежащую «Oracle Corp.» в огромных количествах, кроме того, были зафиксированы случаи доступа к данным, которые не могли быть получены по условиям лицензий.

Согласно данным серверных журналов, сетевая активность клиентов исходила из сегмента сети компании «TomorrowNow», которая позже стала филиалом «SAP». Кроме того, схожая активность была зафиксирована клиентами из компаний «Honeywell International» и «Merck & Company». Конкретные суммы, которые компания «Oracle Corp.» хотела получить от «SAP», в первичном иске не были указаны [188].

Как утверждается в [193], первоначально представители компании «SAP» отрицали предъявленные им обвинения со стороны компании «Oracle Corp.», однако затем были вынуждены признать сам факт загрузки материалов, но заявили, что эти действия совершались в рамках соглашений о поддержке клиентов и не являлись противозаконными. По заявлению представителей компании «SAP», ее руководство рассматривает различные варианты дальнейшей судьбы «проштрафившейся» компании «TomorrowNow», вплоть до ее продажи. Руководство «SAP» уже объявило об увольнении Э. Нельсона, возглавлявшего принадлежащую ей компанию «TomorrowNow», и еще нескольких представителей руководства компании. Дальнейшее руководство пока будет осуществлять назначенный в 2007 г. на должность исполнительного председателя «TomorrowNow» М. Вайт.

Ситуация по судебному разбирательству «Oracle Corp.» – «SAP» развивалась следующим образом. По словам представителей компании «SAP», 12.05.2009 г. стороны совместно подали заявление в суд о переносе судебного разбирательства, связанного с деятельностью принадлежавшей «SAP» американской компании «TomorrowNow», на июнь 2010 г. (первоначально судебное разбирательство было назначено на февраль 2010 г.). По мнению представителей суда, сторонам нужно больше времени для изучения различных вопросов. «SAP» признала некоторые «неуместные» обращения к данным «Oracle Corp.», причем от имени своих клиентов, однако отрицает факт накопления материалов, принадлежавших «Oracle Corp.», для собственного использования.

*Немецкая компания «SAP AG»* и в 2009 г. продолжает конкурировать с американской компанией «Oracle Corp.». Это подтверждается заявлением ее главы Лео Апотекера о том, что в 2009 г. «SAP» потратит до 5 млрд евро на новые поглощения для того, чтобы успешнее конкурировать с этой корпорацией [<http://www.cybersecurity.ru/news/75132.html>].

В настоящее время более 12 млн пользователей, более чем 32 тыс. компаний, расположенных в 120 странах мира, используют в своей работе программное обеспечение компании «SAP AG». Она имеет дочерние компании в более чем 50 странах мира, представлена на нескольких биржах, включая Франкфуртскую и Нью-Йоркскую фондовые биржи, под брендом «SAP» [<http://www.controlsystems.ru/sap/partner/>].

Компания «SAP AG» представила отчет за 2-й квартал 2009 г., оказавшийся умеренно негативным. И инвесторы на него отреагировали – акции компании упали в цене на 1,1 %, до 31,2 евро.

Продажи компании «SAP AG» во 2-м квартале 2009 г. снизились на 10 %, с 2,86 млрд евро до 2,58 млрд евро, выручка от продаж программного обеспечения снизилась на 5 %, до 1,95 млрд евро. Чистая прибыль компании выросла с 408 млн евро в предыдущем году до 423 млн евро в 2009 г. Однако по итогам 2009 г. компания повышает прогноз прибыли за счет проведенных мероприятий по реструктуризации бизнеса и сокращению персонала. Согласно оценкам компании, в текущем году маржа «SAP AG» составит от 25,5 до 27 %, однако выручка снизится на 4–6 %. В 2009 г. компания намерена сократить около 3 000 рабочих мест, что является крупнейшим сокращением начиная с 1972 г.

Генеральный директор «SAP AG» Л. Апотекер в своем первом интервью «Ведомостям» после назначения на эту должность высказал мнение, что в 2009 г. рынок программного обеспечения не вырастет или даже упадет на пару процентов. Но он полагает, что благодаря кризису, своему прочному положению и консолидации «SAP AG» увеличит отрыв от основных конкурентов.

Он считает, что сейчас идет не просто финансовый кризис, а значительное изменение в том, как функционирует общество, а значит, необходимо менять стратегию или, по крайней мере, внести соответствующие изменения. Общество осознало, что мир с его различными структурами, которые постоянно взаимодействуют между собой,

стал намного сложнее, чем был раньше. Последствия этой взаимосвязанности пока еще не осознаны в полной мере.

Поэтому компания «SAP AG» внесла изменения в свою стратегию создания замкнутого цикла, объединяющего внутренний интеллект, принятие верных решений и определение оптимальной стратегии, основанной на фактах и достоверных сведениях, исполнение, обучение в ходе исполнения и обратную связь. «SAP AG» выпустила технологию «SAP Business Object Explorer» для анализа данных огромного объема с использованием запросов на естественном языке менее чем за секунду. Создана общедоступная поисковая система для принятия решений, способствующая продолжению и рационализации любой деятельности. Корпорацией также приобретена компания «Clear Standards Pursue to Emissions Management» [<http://www.vedomosti.ru/newspaper/article.shtml?2009/07/29/207309>].

В 2009 г. была начата работа по поглощению швейцарской компании «SAF», которая занимается разработкой приложений для рилейтеров и производителей для управления логистикой. С помощью решений «SAF», помогающих автоматизировать работу складов, компания «SAP AG» планирует расширить спектр собственных программных продуктов для розничной и оптовой торговли. На это приобретение компания готова направить около 91 млн дол. «SAP AG» совершила совсем немного покупок, в отличие от своего главного конкурента – компании «Oracle», купившей за последние пять лет более 50 компаний. Она покупала лишь небольшие софтверные компании, владеющие специфическими технологиями, необходимыми для развития собственных разработок [191].

Общая выручка «SAP AG» в 1-м квартале 2009 г. сократилась на 3 % по сравнению с аналогичным периодом 2008 г., до 2,4 млрд евро. Доходы от продаж персонального обеспечения составили 418 млн евро, что на 33 % меньше, чем в 2008 г., но доходы от продаж за 1-й квартал 2009 г. сравниваются с аналогичным периодом 2008 г., когда мир еще не испытал на себе влияния экономического кризиса.

В период кризиса компания «SAP AG» резко активизировалась в банковской сфере. 600 банков осознало, что без качественной ИТ-системы они не в состоянии надлежаще управлять рисками, поэтому число банков, внедряющих серьезные проекты «SAP AG», быстро растет.

Л. Апотекер считает, что кризис окажет такое же воздействие на отрасль программного обеспечения, как и на многие другие отрасли. Слабые компании, скорее всего, исчезнут, а действительно сильные станут еще сильнее. Он отметил, что на рынке существует два способа консолидации: первый – купить остальных, второй – перерасти остальных. «SAP AG» может делать и то, и другое одновременно. Она осуществила третье по размеру приобретение в истории отрасли программного обеспечения, купив «Business Objects».

Компания «SAP AG» в условиях кризиса для сохранения прибыли избавилась от некоторых затрат. За 1-й квартал 2009 г. расходы компании снизились на 2 %. «SAP AG» продолжает снижать расходы с октября 2008 г., контролирует расходы на услуги третьих сторон и капитальные затраты. В 2008 г. урезаны инвестиции на 2009 г., сокращены некоторые статьи расходов и часть сотрудников. Тем не менее затраты на исследования и разработки в 2009 г. составят примерно 12–13 % от объема продаж.

В 2008 г. Россия вышла на третье место по объему региональных рынков «SAP AG» в Европе. Доля рынка «SAP» примерно 49 %, доля компании, занимающей вторую позицию, в три раза меньше. Но в компании считают, что есть закон больших цифр. Наступает момент, когда при условии занятия 50 % рынка, нет смысла осваивать дополнительные горизонты. Л. Апотекер также отметил, что крупные ИТ-компании резко пошли вверх, когда вышли на мировую арену. Он привел пример, что когда «SAP AG» начинала свою деятельность в Германии, то там ее никто не поддерживал. Протекционизм не лучший вариант, так как, если другие крупные компании не захотят оставаться на местном рынке, проиграют все, включая и российских производителей.

## **«ASUSTEK», «ACER», «GARMIN»: СТАНОВЛЕНИЕ ВЕНДОРОВ НА РЫНКЕ НОУТБУКОВ**

Компания «ASUSTeK Computer Inc.» (бренды – «Asustek», «Asus» и новый «ASMobile») – известный производитель решений в области компьютерной техники, коммуникаций и электроники для потребителей: ноутбуков, материнских плат, видеокарт,

оптических приводов, устройств хранения информации, настольных персональных компьютеров, серверов, беспроводных решений, мобильных телефонов и сетевого оборудования. С помощью высококлассных разработчиков, имея офисы и филиалы по всему миру, компания предлагает инновационные решения потребителям, компаниям и «ОЕМ»/«ODM»-производителям и уже много лет является лидером в производстве материнских плат и видеокарт.

Компания «ASUSTeK», являющаяся первопроходцем на рынке нетбуков, планирует уже через три года войти в тройку крупнейших вендоров на рынке ноутбуков, хотя по общему числу продаж она является всего лишь пятым производителем портативных компьютеров.

Несмотря на то что изобретение устройств класса нетбуки – заслуга «ASUSTeK», сейчас компания не может похвастаться особыми успехами в сегменте недорогих портативных компьютеров. Это вызвано активными действиями компаний-конкурентов («Acer», «Dell Inc.», «Hewlett Packard» и др.), которые значительно обострили конкуренцию на рынке нетбуков.

Руководство компании «ASUSTeK» намерено изменить ситуацию и особые надежды возлагает на новые экономичные «CULV»-процессоры компании «Intel», представленные в 2009 г. Однако эти же процессоры будут использовать и другие производители ноутбуков.

«Мы называем это стратегией “три-три” – в течение трех лет мы планируем попасть в тройку лидеров, – заявил в своем интервью “Reuters” Дж. Шен, исполнительный директор компании. – Сейчас доля Asustek на рынке составляет примерно 5 %, но для выполнения своего плана мы намерены удвоить этот показатель». Также он более конкретно рассказал о географии развития «ASUSTeK». Так, уже в следующем году компания всерьез намерена побороться с «Hewlett-Packard» за второе место в Китае. Тем не менее в Европе ее продукция не так популярна – по крайней мере, пока маркетологи «ASUSTeK» не радуют своими прогнозами. Шен отметил: «Сейчас ежемесячно в Соединенные Штаты мы поставляем столько же компьютеров, сколько еще недавно поставляли ежегодно. Однако в Европе роста вообще не наблюдается». Сейчас компания «ASUSTeK» находится в процессе реорганизации, инициированном после значительных убытков в 4-м квартале 2008 г. В скором времени даже будет введена специальная программа, в рамках которой 5 % рабочих, получивших худшие показатели производительности труда, будут

уволены. Эта мера должна стать дополнительным стимулом для сотрудников [88].

К известному бренду «Asus» компания «ASUSTeK» решила запустить еще один бренд – «ASMobile», под которым она будет выпускать новые мобильные компьютеры – ноутбуки с «открытой архитектурой». Такие лэптопы будут относиться к классу «сделай сам»: некоторые их элементы можно будет модернизировать самостоятельно, докупая те или иные «запчасти» в магазинах по мере необходимости; вместе с тем компания видит их как «легкие и тонкие» лэптопы. Конкурентная стратегия компании на рынке предполагает довести целевую группу покупателей таких ноутбуков до конца 2009 г., прежде всего ярых приверженцев бренда «ASMobile», примерно до 100–200 тыс. – лэптопы компании «ASUSTeK» до сих пор пользовались заслуженной популярностью [<http://www.mobiledevice.ru/ASMobile-Asustek-Appointment.aspx>].

Несмотря на рост рынка нетбуков, компании «ASUSTeK» и «Acer» не планируют выпуск новых моделей на протяжении второго полугодия 2009 г. Такая пассивная позиция, возможно, связана с ожиданием новой ультрамобильной платформы от «Intel», выход которой ожидается в 1-м квартале 2010 г.

Поэтому «ASUSTeK» и «Acer» до конца 2009 г. сосредоточат усилия на разработке сверхтонких ноутбуков. «ASUSTeK» уже имеет в своем ассортименте модели с 12-, 13,3- и 15-дюймовыми дисплеями; основные надежды возлагаются на 13,3-дюймовый ноутбук. В 2009 г. компания также запустит на рынок 12- и 14-дюймовые сверхтонкие ноутбуки, лишённые оптического привода.

Ассортимент продукции компании «Ассер» в 2009 г. включает три модели сверхтонких ноутбуков – с диагоналями экрана 13,3, 14,1 и 15,6 дюймов; в ее планах выпуск моделей с дискретными графическими ускорителями и оптическими приводами. Она продолжает сокращать расходы на маркетинг и «R&D»-работы в отрасли нетбуков, а в качестве основного продукта опирается на 10-дюймовый «Aspire One». Планы по выпуску нетбука с двумя операционными системами – «Windows XP» и «Android» – после изучения ситуации на рынке компания отложила, считая, что спрос на «Android» пока слишком мал [[http://www.3dnews.ru/news/acer\\_i\\_asus\\_ne\\_planiruit\\_novih\\_netbukov\\_do\\_2010\\_goda/](http://www.3dnews.ru/news/acer_i_asus_ne_planiruit_novih_netbukov_do_2010_goda/)].



Обострилась борьба за создание для потребностей рынка смартфонов с расширенными навигационными возможностями. Это вызвано имеющимся платежеспособным спросом на рынке, т. к. несмотря на то, что идет резкое снижение в 2008–2009 гг. общих продаж сотовых телефонов, в то же время происходит и значительный рост продаж смартфонов.

По данным аналитической компании «Gartner», общие продажи сотовых телефонов упали в 1-м квартале 2009 г. на 14,5 %, до 269 млн единиц. Одновременно продажи смартфонов с открытыми операционными системами, позволяющими устанавливать различные приложения, увеличились на 12,7 %, до 36 млн единиц.

Агентство «Strategy Analytics Navigation» считает, что в 2009 г. продажи «GPS»-смартфонов быстро возрастут благодаря улучшению качества приложений и сильной покупательной способности навигационных приборов. По данным агентства, продажи «GPS»-смартфонов «Nokia N97» и «Apple iPhone» увеличились на 34 %, достигнув в сумме 77 млн проданных единиц. «GPS»-смартфоны лежат в сегменте высокого роста, который продолжает увеличиваться даже в непростых экономических реалиях мирового кризиса [[http://gps-club.ru/yandex\\_news/detail.php?ID=35919](http://gps-club.ru/yandex_news/detail.php?ID=35919)].

Растущее применение «GPS»-телефонов достигается за счет возросшего применения портативных навигационных устройств для автомобилей от таких компаний, как «TomTom» («TOM2.AE») и «Garmin» («GRMN»), в сочетании с улучшающимися услугами по навигации. Также растет число картографических приложений, таких, как «Nokia Maps», «Apple Google Maps» и «Blackberry Maps» [104].

В конкурентной борьбе по созданию смартфонов с расширенными навигационными возможностями участвуют, с одной стороны, компания «ASUSTeK» и английская компания «Garmin» (мировой лидер рынка в области спутниковой навигации), с другой – финская компания «Nokia».

Компания «Nokia» в 2007 г. приобрела компанию «Navteq» – крупнейшего мирового производителя цифровых карт для спутниковых навигаторов – и сообщила, что спутниковая навигация для компании теперь является приоритетным направлением и все смартфоны компании будут еще и навигаторами.

В том же году компания «Garmin» анонсировала планы выхода на рынок мобильных телефонов и первую модель собственного смартфона «Nuvi», через несколько месяцев сообщив, что разрабатывает смартфон вместе с компанией «Asus».

В 2009 г. компании «ASUSTeK» и «Garmin» сделали совместное заявление о планах организовать продажу ранее анонсированных смартфонов «Nuvi» с расширенными навигационными возможностями. «Nuvi G60» в 2009 г. начнут продавать на большинстве рынков, где работают компании, в том числе и в России. Он базируется на «Linux», а «Nuvi M20» – на «Windows Mobile 6.1». Аппарат «Nuvi G60» предназначен для опытных пользователей и снабжен 3,5-дюймовым сенсорным экраном, расширенными навигационными возможностями, программным обеспечением для навигации, поддержкой дополнительных картографических данных и др. «Nuvi M20» предназначен для менее обеспеченных и не столь требовательных пользователей.

Компании «ASUSTeK» и «Garmin» утверждают, что смартфоны «Nuvi G60» и «Nuvi M20» представляют собой аппараты «все в одном», так как здесь присутствуют продвинутая система навигации, все популярные интернет-возможности, программы для работы с офисными и мультимедийными файлами [<http://www.cybersecurity.ru/news/74843.html>].

## **«SAMSUNG», «LG»: ПРОДВИЖЕНИЕ КОРЕЙСКИХ БРЕНДОВ**

Рассматривая Южную Корею и весь Восточно-азиатский регион, аналитики отмечают, что за последние десятилетия он достиг невиданных экономических успехов и темпов роста, беспрецедентных в истории. В начальный период индустриализации Великобритании потребовалось более 50 лет, Америке – чуть менее 50 лет для увеличения вдвое объемов производства на душу населения, а Китай, Южная Корея добились этого результата примерно за 10 лет. Большинство отечественных и зарубежных политологов считает, что в ближайшие 50 лет этот регион может превратиться в центр мировой политики [123].

Ускорение экономического развития Восточно-азиатского региона совпало по времени с созданием и внедрением в мире новых

информационных технологий. Это происходит на фоне глобализации и способствует росту значений Интернета и телекоммуникаций. Страны Восточной Азии активно развивают национальную ИТ-инфраструктуру. Япония уже является примером современного высокоразвитого государства. В индустриальных государствах Юго-Восточной Азии, в Сингапуре, Южной Корее, Малайзии, Таиланде (так называемых «азиатских тиграх», «молодых драконах») высоки темпы экономического роста, включая темпы ИТ-развития.

Успехи Южной Кореи в области информационных технологий в последнее десятилетие уникальны. Председатель правления «Microsoft» Б. Гейтс заметил: «Корея всех заткнула за пояс», а генеральный директор компании «Корея Телеком» Санг-Чул Ли добавил: «Нам больше не на кого равняться». Южная Корея совершила большой скачок в разгар экономического кризиса 1997 г., когда многие корейцы, лишившиеся работы, стали тысячами создавать интернет-предприятия, способствуя повышению спроса на доступ к Интернету и развитию рынка.

Но главным, что обеспечило южнокорейский ИТ-скачок, стала поддержка национального правительства, уже в начале 1980-х гг. разработавшего первую государственную программу Южной Кореи в ИТ-сфере – программу «Базовая национальная информационная система» («National Basic Information System» – «NBIS»), которая начала выполняться в 1987 г. Эта программа, увязывающая масштабную компьютеризацию и развитие ИТ с экономическим ростом страны, в начале 1990-х гг. была пересмотрена. В 1994 г. был принят проект «Национальная информационная супермагистраль» («National Information SuperHighway»), получивший в 1995 г. название «Корейская информационная инфраструктура».

Осуществление этой государственной программы было направлено на создание в Южной Корее экономики развитого государства на основе государственного инвестирования компьютеризации основных сфер деятельности общества, строительства двух новых информационных и телекоммуникационных сетей и современных линий связи. Государственная высокоскоростная национальная информационная сеть должна была соединить центральные и местные органы власти, различные общественные организации, включая школы и библиотеки. Сеть, создаваемая для частного сектора, должна была развить интерактивные мультимедийные широкополосные

сетевые службы для компаний и рядовых граждан. Согласно программе строительство государственной сети должно было закончиться в 2015 г. Но в 2000 г. было принято решение окончить проект в 2005 г. Уже в 2000 г., на 5 лет раньше запланированного срока, была создана общенациональная высокоскоростная сетевая инфраструктура – 144 крупных города и 190 мелких населенных пунктов Кореи были соединены оптоволоконными кабелями.

К середине 2001 г. 68 % домохозяйств имели персональные компьютеры, из них 11 % – более одного компьютера. В начале 2002 г. на 100 жителей приходилось 64 мобильных телефона; 24 млн чел. из почти 48-миллионного населения страны пользовались Интернетом. В 2000 г. 100 % школ Южной Кореи были подключены к Интернету; с 2001 г. интернет-доступ для всех школ стал бесплатным. В 2002 г. компания «SkyLife», предоставляющая услуги спутникового вещания, предложила телевизионной аудитории 76 открытых ТВ-каналов, 10 платных каналов и 60 радиоканалов.

Южнокорейское правительство не только расширяет доступ к информационным технологиям, но и решает сложные задачи совершенствования самих технологий. Национальный Интернет претерпел разительные перемены. Южнокорейские специалисты делают упор на развитие самых передовых мультимедийных приложений (телевидение, радио, мультипликация, музыкальная индустрия и др.); все основные национальные телевизионные каналы вещают в Интернете, развиваются и новые специализированные сетевые телевизионные и радиоканалы, вещающие только в Интернете.

Уже в 2000–2001 гг. южнокорейские государственные предприятия осуществляли через Интернет около 50 % закупочных операций. С 2002 г. все государственные закупки производятся исключительно через Интернет с использованием единого портала по госзакупкам (регистрация, участие в тендерах, подписание контрактов, оплата). Объем электронной торговли в южнокорейских сетях в 2001 г. превысил 80 млрд дол. В начале 2002 г. 25 % населения пользовались услугами э-банкинга, что сразу вывело Южную Корею на третье место в мире по использованию э-банкинга после Швеции (29 %) и Норвегии (28 %).

В 2002 г. начал функционировать интегрированный портал «Корейское электронное правительство», объединивший два сервиса: информационную службу и э-службу «Правительство для граждан».

Портал предоставлял около 400 интерактивных услуг для граждан и информацию по 4 тыс. категорий. Открытие портала сразу же вывело Южную Корею в группу мировых лидеров в реализации концепции электронного правительства. В начале 2000 г. Корея стала единственной страной Азии, придерживающейся американского стандарта.

Экономическая конкурентоспособность южнокорейской программы уже в 2001 г. была подтверждена сопоставлением с показателями Японии. В начале 2001 г. число абонентов «ADSL» в Южной Корее достигло 3 млн, а в Японии приблизилось к 40 тыс., при том, что численность южнокорейского населения меньше японского в 2,5 раза. В Южной Корее, где скорость передачи данных была в 10 раз выше, число интернет-компаний, транслирующих мультимедиа, составляло около тысячи, а в Японии не насчитывалось и ста. Число семей – пользователей Интернета в Южной Корее было на 40 % больше, чем в Японии. Приведенные данные свидетельствуют о феноменальном рывке, осуществленном Южной Кореей и ставшем примером для мирового развития национальных информационных инфраструктур. В составляемом ООН рейтинге стран мира по достижениям в ИТ-сфере в 2001 г. Южная Корея заняла пятое место после Финляндии, США, Швеции и Японии [123].

В настоящее время южнокорейские ИТ-компании играют значимую роль на рынках ИТ-продуктов и ИТ-услуг и ведут активную экспансию на рынки зарубежных стран, размещая там свои подразделения и производства.

Например, по данным [71], корейские корпорации «Samsung Electronics» и «LG Electronics» («LG») резко увеличили заказы на сборку мобильных телефонов и поставку комплектующих на Тайване. По мнению экспертов отрасли, на фоне экономического кризиса корейские ИТ-гиганты намерены увеличить свою долю на мировом рынке сотовых телефонов.

О том, что Южная Корея становится одним из мировых высокотехнологических центров, говорит то, что американский производитель сетевого компьютерного оборудования корпорация «Cisco Systems» в 2009 г. представила план по инвестированию 2 млрд дол. в экономику Южной Кореи в течение предстоящих 5 лет. Такое соглашение было подписано в рамках встречи исполнительного директора компании Джона Чемберса и президента Республики Корея

Ли Мен Бака. Помимо этого, корпорация «Cisco Systems» выделит 500 млн дол. для создания инвестиционного пула с целью вложения средств в южнокорейские телекоммуникационные и ИТ-компании. В пресс-службе президента Ли Мен Бака сообщили, что с 2000 г. корпорация «Cisco Systems» инвестировала в Южную Корею около 700 млн дол. Новый план инвестирования предусматривает выделение как минимум 1 млрд дол. на разработку так называемых «сетевых городов» по программе «Connected Urban Development».

Корпорация «LG Electronics» уже более 50 лет является одним из лидеров в области электроники и бытовой техники в Южной Корее и за ее пределами. В конкуренции с ведущими корпорациями мира она успешно использует новейшие технологии и научные достижения, оперативно реагируя на рыночные изменения.

История корпорации «LG Electronics» началась в 1947 г., когда Ку Ин Хой, основатель будущего гиганта электроники, создал в Сеуле небольшую копию «Luk Chemical Co», производящую бытовую химию и косметические средства и создавшую сеть филиалов по всей стране.

В 1958 г., когда правительство Южной Кореи стимулировало новые высокотехнологичные производства, ее президент Пак Чонг Хи поддержал инициативу «Luk Chemical Co» создать новое предприятие по выпуску бытовой электроники – копию «Gold Star», прародительницу современной корпорации «LG Electronics». Компания «Gold Star» в 1959 г. выпустила первый в Южной Корее транзисторный радиоприемник [45], в 1960 г. – первый вентилятор, в 1963 г. – первый электрический фен, в 1965 г. – холодильник, в 1966 г. – черно-белый телевизор, в 1968 г. – стиральную машину, в 1969 г. – кондиционер, в 1970 г. – автоматический многоканальный телефон.

Корпорация «Gold Star» является так называемым чеболем – южнокорейской формой интегрированных структур, представляющей собой группу формально самостоятельных компаний, находящихся в собственности определенных семей и под единым административным и финансовым контролем. Чеболи возникли в Южной Корее в конце Корейской войны и существуют до сих пор. Организация корпорации в виде чеболя объясняет и преобладание в руководящем составе компании. Так, в настоящее время руководителем «Gold Star» является внук основателя корпорации Бон Му Ку.

Прибыль корпорации «Gold Star» – «электронной дочке» корпорации «Lucky Group» – уверенно росла, и корпорация осуществила экспансию на зарубежный рынок. Ее филиалы и дистрибьюторы были открыты в Америке, Европе, а также в других частях мира. В 1975 г. было открыто первое дочернее торговое подразделение в США; к 1978 г. сумма экспорта превысила 100 млн дол.

В 1976 г. был создан первый в Южной Корее частный научно-исследовательский центр, ведущий исследования в области новейших электронных технологий. Южная Корея начала разрабатывать собственные технологии и перестала полностью зависеть от технологической помощи США и Японии. В то же время корпорация заключила ряд соглашений о сотрудничестве с ведущими телекоммуникационными компаниями – «Siemens», «NEC» и др. В 1982 г. корпорация «Lucky Group» открыла первый в истории Южной Кореи завод за рубежом по производству телевизоров в г. Хантсвил (штат Алабама, США); в 1983 г. – первый в Европе (Германия) завод по производству видеомагнитофонов. В 1982 г. корпорация освоила производство первых в Южной Корее персональных компьютеров и видеокамер. В 1989–1990 гг. корпорация создала ряд совместных предприятий на Филиппинах, в Таиланде, Великобритании, Египте, Италии и Индонезии. Кроме того, в 1990 г. в Ирландии был открыт первый зарубежный дизайн-центр; корпорация заложила основу для производства первых жидкокристаллических дисплеев, выпустила на рынок мультимедийные персональные компьютеры «FMV» и «VOD».

В 1995 г. «Lucky Group», «Gold Star» и др. компании объединились под единым брендом «LG Group». Была разработана концепция программы технического видения будущего «LG» под названием «Прыжок в 2005 год». Воплощая новые идеи, руководитель «LG» Бон Му Ку начинает проводить политику открытости и прозрачности. Основой бизнеса корпорации становятся доходность и акционерный капитал, а не применяемая ранее политика разрастания и расширения. В 1995 г. «LG Electronics» и японская компания «ALPS» создали научно-исследовательскую лабораторию «Frontec», где занимаются разработкой активных жидкокристаллических матриц на тонкопленочных транзисторах, плазменных панелей и плазменных технологий. Результат работы лаборатории – появление в 1997 г. первой в мире интегральной схемы для производства цифровых

телевизоров, которая стала начальным этапом для создания плазменных и жидкокристаллических панелей. Южнокорейская корпорация открыла совместное предприятие «LG-IBM», поставлявшее жидкокристаллические дисплеи для портативных компьютеров «IBM ThinkPad». «LG» провела одну из крупнейших в истории рекламных кампаний по продвижению нового названия и нового логотипа холдинга, завоевав в мире статусные логотип и торговую марку «LG»; затем холдинг основал новые подразделения – «LG Home Shopping», «LG Telecom» и «LG Internet».

Основным направлением холдинга «LG Group» в XXI веке стала высокотехнологичная электроника. В 2001 г. он представил первый в Корее телевизор с ЖК-дисплеем с диагональю 20,1 дюйма и, развивая идею «цифрового дома», выпустил микроволновую печь и кондиционер с возможностью выхода в Интернет. Он также первым в Южной Корее начал экспорт плазменных панелей и вышел на первое место в мире по продажам устройств фиксированной беспроводной связи. В 2003 г. «LG Electronics» и компания «Thomson» заключают договор о стратегическом партнерстве в области производства плазменных панелей. В 2004 г. корпорация создала первый в мире жидкокристаллический телевизор с диагональю 55 дюймов; в 2005 г. выпустила первый в мире плазменный телевизор с диагональю 102 дюйма; в 2006 г. – первый в мире жидкокристаллический телевизор с диагональю 42 дюйма и поддержкой разрешения «Full HD»; в 2004 г. корпорация представила технологию цифрового телевидения следующего поколения «EVSБ». Эта технология в США и Канаде стала приоритетной в качестве стандарта для цифрового телевидения. Корпорация также выпустила первый в мире телефон с поддержкой стандарта «DMB» («Digital Multimedia Broadcasting»), основанного на технологии, позволяющей передавать цифровой сигнал на мобильные устройства, что дает возможность прослушивать радио и смотреть телевизионные программы. В 2005 г. «LG» анонсировала первый в мире ноутбук и телефон с поддержкой «DMB»-телевидения и функцией «перемещения во времени» («Time Machine»), которая позволяет просмотреть ТВ-программу в полном объеме, даже если пользователю пришлось на некоторое время отвлечься на другие дела. В 2005 г. было создано совместное предприятие по производству сетевых решений «LG-Nortel», а мобильные



телефоны «LG» стандарта «CDMA» заняли первое место в мире по итогам продаж в 3-м квартале.

Сегодня компания «LG» продолжает активно развивать цифровые направления своего бизнеса. Она уже давно является одним из крупнейших игроков на рынках мобильных устройств, ноутбуков, жидкокристаллических дисплеев, телевизоров с плоским экраном, аудио-, видео- и бытовой техники.

Корпорация «LG» насчитывает 112 предприятий по всему миру (в т. ч. 81 дочернее предприятие), на которых занято более 84 тыс. чел. Корпорация состоит из пяти подразделений: «Home Entertainment», «Mobile Communications», «Home Appliance», «Air Conditioning» и «Business Solutions», общий объем продаж которых в 2008 г. составил 44,7 млрд дол.

Несмотря на мировой финансовый кризис, во 2-м квартале 2009 г. корпорация «LG» зафиксировала рекордный уровень продаж и операционной прибыли как в Южной Корее, так и во всем мире. Продажи на мировом уровне (включая зарубежные филиалы «LG») выросли на 13,8 %, до 11,229 млрд дол., по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. Операционная прибыль увеличилась на 878 млн дол., что составляет 7,8 % от маржинальной прибыли. Этот показатель на 1,1 % выше по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. В Южной Корее компания зафиксировала продажи в размере 6,566 млрд дол. и операционную прибыль на уровне 553 млн дол.

Продажи подразделения «Home Entertainment» выросли на 19,3 %, достигнув прибыли в размере 174 млн дол., или 5 % от маржи, что на 4,7 % выше 2008 г. Данный рост обусловлен высоким уровнем продаж плоскочелюстных телевизоров (в особенности жидкокристаллических) даже во внесезонный период. При этом в 3-м квартале 2009 г. в компании ожидают, что продажи плоскочелюстных телевизоров будут еще выше в связи с увеличением спроса на премиальные модели телевизоров.

Значительно увеличились и продажи подразделения «Mobile Communications». Они составили 3,981 млрд дол., что на 25,8 % выше показателя 2008 г. Операционная прибыль этого подразделения «LG» зафиксирована на уровне 422 млн дол., что составляет 10,6 % от маржи. Объем продаж мобильных телефонов за первую половину 2009 г. составил 3,778 млрд дол., что на 29,9 % выше показателя 2008 г. Операционная прибыль достигла 417 млн дол., что составляет

11 % от маржи. Отгрузки мобильных телефонов «LG» увеличились на 7,8 % по сравнению с аналогичным периодом 2008 г.

Основываясь на значительных финансовых успехах, компания «LG» продолжает наращивать свое присутствие на мировом рынке, а также увеличивать объемы прибыли. Так, например, «LG Electronics» фокусируется на достижении устойчивого роста в области мобильных коммуникаций и домашних развлечений для укрепления лидирующих позиций в ИТ-индустрии.

Можно ожидать, что и в будущем компания «LG» продолжит занимать лидирующие позиции на рынке высокотехнологичных электронных решений, поэтому потребители могут смело ожидать от нее новых интересных продуктов, а акционеры – значительного роста дивидендов [45].

Портативные компьютеры «Samsung X360-34P» продолжают бросать вызов как иконе американского стиля «Apple MacBook Air», так и занимающему лидирующие места в нише ультрапортативных ноутбуков «Lenovo Thinkpad X200». Сейчас «Samsung X360-34P» – один из лучших ультрапортативных ноутбуков. Как и в случае с «Sony VGN-Z598», хотя и в гораздо меньшей степени, высока цена ноутбука, но в целом это хорошо сбалансированный ноутбук, полезный и студенту, и бизнесмену, и путешественнику. Однако «Lenovo X200» выдержал вызов корейского конкурента и отстоял свое право стоять на верхних ступенях призового пьедестала.

Способность оставаться конкурентоспособной «Samsung Electronics» подтверждает и в непростой для всех ИТ-корпораций период мирового кризиса и продолжает готовиться к достойному выходу из него. Доказательством этого является, например, ее сообщение в 2009 г. о планах по обновлению своего завода по производству полупроводниковой продукции в штате Техас (США). Сейчас там производятся модули оперативной памяти формата «DRAM», после обновления также будет осуществляться сборка чипов флеш-памяти формата «NAND». В модернизацию завода корпорация «Samsung Electronics» инвестирует 500 млн дол., после модернизации здесь можно будет производить чипы памяти для мобильных телефонов, плееров и др. портативной электроники [<http://www.companion.ua/Articles/Content/?Id=47160>].

В тяжелейший период мирового кризиса корпорация «LG Electronics» сообщила о рекордных доходах во 2-м квартале 2009 г.

от продаж и операционной прибыли компании и филиалов. Продажи на глобальном уровне (включая дочерние предприятия) увеличились на 13,8 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и достигли 14,497 трлн KRW (11,229 млрд дол.). Операционная прибыль превысила 1,1 трлн KRW (878 млн дол.), что определило маржу прибыли на уровне 7,8 % (на 1,1 % больше, чем в 2009 г.). На уровне материнской компании она зафиксировала рекордный объем продаж в размере 8,477 трлн KRW (6,566 млрд дол.), а прибыль от операционной деятельности составила 714 млрд KRW (553 млрд дол.).

В подразделении «Home Entertainment Company» объем продаж увеличился на 19,3 %, до 4,509 трлн KRW (3,49 млрд дол.), а прибыль составила 224 млрд KRW (174 млн дол.) с маржой прибыли 5 %, что на 4,7 % выше результатов прошлого года благодаря высокому уровню продаж плоскопанельных телевизоров, в особенности жидкокристаллических. Поставки телевизоров выросли на 45 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, до 4,28 млн единиц. Ожидается, что глобальный спрос еще увеличится в 3-м квартале, поскольку спрос на плоскопанельные телевизоры премиум-класса стабильно растет [180].

В подразделении «Mobile Communication Company» объем продаж составил 5,140 трлн KRW (3,981 млрд дол.), что на 25,8 % выше, чем в 2008 г. Прибыль от операционной деятельности составила 545 трлн KRW (422 млн дол.), что определило маржу на уровне 10,6 %. Доход от продаж мобильных телефонов увеличился на 29,9 % по сравнению с 2008 г. и составил 4,877 трлн KRW (3,778 млрд дол.). Прибыль от операционной деятельности достигла 538 трлн (417 млн дол.), что определило маржу на уровне 11 %.

Поставки мобильных телефонов увеличились на 7,8 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и на 32 % по сравнению с прошлым кварталом, до 29,82 млн единиц, благодаря устойчивому спросу на модели среднего ценового сегмента, таких, как «LG-KP500» с полностью сенсорным экраном, «LG-KS360» с «QWERTY»-клавиатурой, а также целый мультимедийный центр – телефон «LG Arena» с новым пользовательским интерфейсом S-класса, «enV3 с QWERTY»-клавиатурой для текстовых сообщений и «enV Touch с QWERTY»-клавиатурой и сенсорным экраном. Доходность улучшилась за счет удачного сочетания продуктов с акцентом на выпуск новых моделей, а также за счет солидного

роста от уже существующих на рынке телефонов среднего и высокого ценового сегментов. Поскольку, по прогнозам, глобальный экономический спад будет продолжаться, корпорация «LG Electronics» предполагает сокращение продаж на глобальном рынке больше чем на 6 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, что составит около 280 млн единиц в 3-м квартале. Корпорация рассчитывает на стабильный рост благодаря предложению новых «high-end»-устройств, таких, как четвертая модель из «LG Black Label» смартфона «GM730» и уникальный «GD900 Crystal» с прозрачной клавиатурой.

В подразделении «Home Appliance Company» объем продаж увеличился на 9,8 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, что составило 2,339 трлн KRW (1,812 млрд дол.). В результате нестабильного курса валют объемы продаж в долларах сократились на 14 %, но увеличились на 10 % в корейских вонах. Продолжающийся спад на рынке недвижимости снизил темпы восстановления индустрии домашней бытовой техники, но конкурентоспособность продуктов компании привела к успешным показателям маржи операционной прибыли – 7,7 %, что на 2,9 % выше показателей 2008 г. – до 181 млрд KRW (140 млн дол.). В 3-м квартале 2009 г. ожидается, что спрос на рынке уменьшится по сравнению с прошлым годом на фоне продолжающегося спада экономики, но темпы падения рынка, скорее всего, замедлятся.

В подразделении «Air Conditioning Company» продажи выросли на 1,8 %, до 1,720 трлн KRW (1,332 млрд дол.) по сравнению с прошлым годом. Маржа операционной прибыли составила 175 млрд KRW (136 млн дол.) благодаря увеличению доли моделей премиум-сегмента. Несмотря на спад экономики, компания прогнозирует рост доли рынка в 3-м квартале в Корее, Европе, Австралии и других рынках Южного полушария с увеличением спроса на энергоэкономичные коммерческие кондиционеры и инверторные кондиционеры для жилья.

В подразделении «Business Solutions Company» отмечен спад продаж на 8,7 % по сравнению с прошлым годом, до 1,016 трлн KRW (787 млрд дол.) с операционной прибылью 14 млрд KRW (11 млн дол.). Падение спроса оказало наибольшее влияние на снижение спроса на мониторы, продукты для автомобилей и охранные системы. Компания планирует сфокусироваться на улучшении

показателей продаж мониторов, так как начинается высокий сезон для ИТ-продуктов, а также ожидается увеличение спроса на продукты для автомобилей, так как предполагается улучшение ситуации в автоиндустрии в целом.

Корпорация «LG Electronics» зафиксировала возвратную прибыль в размере 1,408 млрд KRW (1,091 млн дол.) и чистую прибыль на уровне 62 %, равную 1,146 трлн KRW (888 млрд дол.), что составляет 13,5 % от маржи и на 3,7 % больше аналогичного показателя 2008 г.

Прибыль корпорации от изменения курса валют, которая составила 286 млрд KRW (222 млн дол.), и увеличение собственного капитала на 461 млрд KRW (357 млн дол.), относящегося к иностранным дочерним и аффилированным компаниям, помогли увеличить чистую прибыль. Компания «LG Display», в которой доля участия корпорации «LG Electronics» составляет 37,9 %, зафиксировала увеличение собственного капитала в размере 112 млрд KRW (87 млн дол.).

Корпорация «LG Electronics» ожидает увеличение продаж на 10 % по сравнению с прошлым годом, так как растет спрос на мобильные телефоны и жидкокристаллические телевизоры, и рентабельности, сопоставимой с уровнем прошлого года [180].

Сейчас, когда на рынке производители предлагают клиентам широчайший ассортимент телефонов, смартфонов и коммуникаторов, идет острейшая конкурентная борьба между ИТ-производителями, которые, привлекая внимание к своим продуктам, наращивают их функциональность и используют все новые и новые рекламные и дизайнерские ходы. Именно на этом фоне в последние несколько лет громко заявили о себе корейские вендоры – «Samsung Electronics» и «LG Electronics», встав в один ряд с признанными лидерами рынка, о чем лишним раз свидетельствует мартовский рейтинг ИТ-брендов 2009 г.

В этом рейтинге корпорация «LG Electronics» на два пункта улучшила свои позиции в рейтинге предложения, заняв шестое место. Положительному результату в немалой степени способствовал новый флагман корейского вендора – мобильный телефон «LG Arena». Устройство еще не появилось в продаже, однако на него уже поступило более 1 млн предварительных заказов. Телефон получился, действительно, достойным, с прекрасным дизайном – это традиционно

сильная сторона телефонов «LG». В портфолио корейского вендора имеется несколько мобильных телефонов, отмеченных дизайнерскими наградами. В ближайшем будущем корпорация «LG Electronics» намерена сфокусироваться на выпуске смартфонов в ущерб нетбукам, считая сегмент «умных» телефонов более перспективным.

Корпорация «Samsung Electronics» сохранила свои позиции в рейтинге предложения. При этом популярность компании выросла настолько, что она оказалась на первом месте рейтинга спроса. Такого внимания к себе корпорация «Samsung Electronics» удостоилась впервые. В 1-м квартале 2009 г. она анонсировала два новых телефона – «S5600» и «S5230», которые дополнили линейку аппаратов с сенсорным управлением, а коммуникатор «Samsung Omnia» два месяца подряд возглавлял список самых продаваемых мобильных телефонов.

Вице-президент и исполнительный директор корейской корпорации «Samsung Electronics» Джонг Йонг Юн отметил, что секрет ее успеха в том, что она сама определяет будущее, следуя тенденциям рынка и своевременно реагируя на изменения спроса. Современные потребители стремятся выбрать наиболее полезные новинки, сочетающие многообразие функций и простоту использования. Они требуют от техники большей мобильности, компактности, способности к взаимодействию и совместимости. Отвечая на запросы покупателей, корпорация «Samsung Electronics» предоставляет широчайший спектр цифровых продуктов, которые по размеру, функциональным качествам конфигурации будут максимально соответствовать индивидуальным потребностям каждого человека.

Технологический потенциал корпорации «Samsung Electronics» обеспечивают семнадцать исследовательских центров по всему миру. В 2004 г. корпорация стала шестой в списке крупнейших получателей патентов в США. Инвестиции в исследовательскую деятельность в 2005 г. составили 5,2 млрд дол. США, или около 9 % ожидаемого годового дохода компании. Подобный подход позволяет предлагать актуальные продукты не только для существующих сегментов рынка, но и создавать новые поколения и виды устройств, которые обеспечивают выход на новые рынки. Продукты компании хорошо известны во всем мире благодаря уникальному дизайну. За последние четыре года число дизайнеров в компании удвоилось, специалисты работают в шести дизайн-центрах, расположенных в различных

городах мира, включая Сан-Франциско, Милан, Лондон. В течение последних пяти лет «Samsung» получила 19 наград за дизайн от ассоциации «IDEA» и 15 престижных призов «Reddot» за 2005 г.

Корейская компания «Samsung Electronics» активно взялась за создание и продвижение своих ноутбуков. Причем, если в России авторитет бренда всегда был непререкаем, то в США хватало скептиков, которые предпочитали в большом ассортименте компьютерного рынка продукцию других производителей. Результаты налицо: в последнее время в конкурентной борьбе портативные компьютеры компании «Samsung Electronics» начали активно завоевывать и американский сегмент, составляя конкуренцию любимым многими американцами портативным компьютерам компаний «Apple», «Lenovo», «Hewlett Packard» [75].

В своей деятельности корпорация «Samsung Electronics» уделяет внимание разным аспектам мобильности. Так, например, в марте 2009 г. она представила мобильный сервис для владельцев сотовых телефонов. Надо отметить стремление вендора следовать современным тенденциям. В этом смысле очень показательным сотрудничеством корпорации «Samsung Electronics» с корейской компанией «Yota», которая производит для российского оператора «USB»-модемы, позволяющие пользоваться услугами «4G»-сети. Одновременно с этим корпорация «Samsung Electronics» выпустила нетбук со встроенным модулем «Mobile WiMAX».

В целом планы у корейских производителей очень серьезные. Имея значительные доли на мобильном рынке, корпорации «Samsung Electronics» и «LG Electronics» не собираются останавливаться на достигнутом, а, напротив, намерены продолжить свою экспансию [<http://www.astera.ru/news/?id=67580>].

Свидетельством этого является отчет аналитической компании «Strategy Analytics» 2009 г., в котором утверждается высокий рейтинг южнокорейских корпораций «Samsung Electronics» и «LG Electronics» в США. На долю этих двух производителей приходится почти половина рынка мобильных телефонов США, то есть каждый второй проданный в Северной Америке мобильный телефон был сделан в Южной Корее. В период с апреля по июнь 2009 г. корпорация «Samsung Electronics» продала 11,7 млн телефонов, а ее рыночная доля составляет 24,7 %. В свою очередь, корпорация «LG Electronics» реализовала 10,7 млн телефонов, что позволило ей нарастить

рыночную долю до 22,6 %. Совместная доля южнокорейских производителей в США во 2-м квартале 2009 г. составляет 47,3 %, что на 1,4 % больше по сравнению с 1-м кварталом 2009 г. [<http://media.mabla.ua/ru/news/analytics/2009/08/12/15188.html>].

Не случайно именно южнокорейские корпорации ведут системные PR-кампании. По данным компании «Сокур и партнеры», в 1-м квартале 2009 г. в этой сфере спад составил 50 %. Но уже со 2-го квартала начался медленный рост, который, как ожидается, продолжится до конца года. Падение PR-рынка в первых двух кварталах связано, прежде всего, с сокращением бюджетов на проведение мероприятий в начале 2009 г. Исключение составляют лишь те, что были жестко привязаны к запуску новых продуктов. Также заметно урезаны бюджеты на дополнительные услуги, такие, как аналитика, стратегическое консультирование и программы лояльности. Аналитики отмечают, что в 2009 г. масштабные проекты в Интернете осуществляют только операторы мобильной связи и ИТ-компании. Очевидными лидерами в «сетевой» маркетинговой активности являются компании «МТС» и «Билайн», так же как два крупнейших корейских производителя электроники «Samsung Electronics» и «LG Electronics» [114].

## **ИТ-ТЕХНОЛОГИИ В СИНГАПУРЕ: ТЕМПЫ РОСТА, ПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫЕ ПРОГРАММЫ**

Особенностью освоения информационно-коммуникационных технологий в Сингапуре является опора на поддержку правительства страны, создавшего, начиная с 80-х гг. XX века, стратегические программы («Программа компьютеризации государственной гражданской службы» (1981), «Национальный план по информационным технологиям» (1986) и «План ИТ 2000» («Разумный остров» – «Intelligent Island») (1991)). В этих программах информационные технологии были определены как ключевое направление экономического развития Сингапура.

Результаты реализации программ: в 2000 г. число пользователей Интернета в Сингапуре превышало число таковых во Вьетнаме в 322 раза, в Индии – в 93 раза; число персональных компьютеров на 100 жителей в Сингапуре составляло 60, а в Непале и Индии – 0,4.



В 2001 г. сеть «Сингапур Уан» включала 186 тыс. миль (около 345 тыс. км) оптоволоконных кабелей; 99 % домов, офисов, школ были подключены к национальной сети. Все телефонные станции соединены оптоволоконными линиями. Электронные услуги стали общедоступными во всей стране; около 90 % территории острова подключено к высокоскоростной сети «Сингапур УАН». В 2001 г. половина сингапурских семей имела доступ к Интернету (в 6 раз больше, чем в 1996 г.); в 2002 г. 64 % домохозяйств имели персональный компьютер, из них 22 % – более одного компьютера. Общее число интернет-пользователей составляло 2,26 млн – более половины населения острова; доступ из дома – 56 %, с работы – 21 % (данные на июнь 2001 г.). С апреля 2001 г. авиакомпания «Сингапур Эйрлайнс» предоставляла в самолетах услуги доступа к Интернету и электронной почте [123].

В течение 2000–2001 гг. число телекоммуникационных компаний, предоставляющих широкополосной доступ, выросло с 2 до 12; цены на высокоскоростной доступ упали в 5 раз; число пользователей широкополосного доступа выросло более чем в 4 раза, составив к началу 2002 г. 950 тыс., т. е. почти каждый третий сингапурец пользовался высокоскоростным доступом к Интернету.

Электронное правительство Сингапура, создание которого началось еще в 1981 г., – одно из самых развитых в мире наряду с США и Канадой. В 1995 г. одним из первых в мире начал функционировать сайт электронного правительства. В 2000 г. была запущена государственная программа «Электронное правительство Сингапура», ее бюджет – 1,5 млрд дол.; были развернуты интегрированные порталы – «Правительственный портал» («Singapore Government Online») и сервис-центр «Электронный гражданин» («eCitizen»), предоставляющие услуги гражданам, включая доступ к электронным формам налоговых и других платежей, медицинской карте, регистрации автомобиля, записи ученика в школу, а для компаний – доступ к системе электронных государственных закупок, информации о льготных схемах кредитования, консалтинге и др. Все учреждения образования, социальной сферы, культуры развернули интерактивные службы на правительственном портале. В 2000 г. впервые в мире сингапурское правительство использовало Интернет при проведении всеобщей переписи населения; в 2001 г. около 40 % налогоплательщиков страны уже подали свои декларации через Интернет. В 2001 г.

была принята первая национальная программа ИТ-грамотности, имеющая целевой аудиторией социально уязвимые слои – неквалифицированных рабочих, домохозяйек, пенсионеров.

Для стимулирования бизнеса к переходу на рельсы электронной экономики сингапурские власти весьма успешно использовали систему предоставления налоговых привилегий компаниям, проявившим инициативу в развитии электронной коммерции. В 2000 г. министр коммуникаций и информационных технологий Сингапура Йо Чоу Тонг сообщил, что льготная налоговая политика в отношении первенцев сингапурской электронной торговли – корпораций «Kian Ann Engeneering» и «ЕСХА» – уже принесла ощутимые плоды. За год компании создали почти сотню дополнительных рабочих мест, а совокупный объем их онлайн-продаж превысил 100 млн дол. Кроме того, компании запланировали в течение пяти лет истратить 1,3 млрд дол. на развитие национальной электронной финансовой системы и банковских услуг.

В деле тотальной электронизации банковские структуры страны идут в числе передовых. В 2000 г. главный финансовый институт Сингапура – «Bank of Singapore» – был трансформирован в «первый полностью интернетизованный банк». Это банк, который не только кардинально перестроил собственные кредитно-денежные операции, но и провел огромную работу по аналогичной перестройке своих многочисленных партнеров и клиентов – от финансовых служб всех без исключения правительственных органов до внутригосударственных и иностранных контрагентов и инвесторов.

Разработанный по инициативе банка комплекс специализированных «ASP»-сервисов помог ему в течение примерно полутора лет не только окупить затраты на проведение «технологической революции», но и существенно повысить уровень своей прибыльности, стать подлинным финансовым оплотом развития национального электронного бизнеса, заметно расширить сферу своего экономического влияния. Во многом благодаря новой технологической политике банку удалось пережить жесточайший экономический кризис 2000–2001 гг.

В 2000 г. правительство Сингапура предусмотрело оказание материально-технической помощи малым фирмам и поддержки внедрения ими методов электронного бизнеса, уже тогда поставив задачу – к концу 2003 г. перевести треть малых предприятий

Сингапура в режим интернет-операций. Правительство акцентировало внимание бизнесменов на том, что электронная коммерция означает не просто создание сайтов и подключение к электронной почте, но ведение полного спектра деловых операций через Интернет, включая размещение заказов, продажи и послепродажное обслуживание. Еще одним методом мотивации компаний к участию в электронной коммерции правительство считает внедрение готовых программных решений: вместо того чтобы создавать свои системы электронной коммерции с нуля, малые предприятия могут обращаться к провайдерам услуг по электронной коммерции, таким, как порталы «B2B» и «ASP». В итоге в 2001 г. в Сингапуре суммарный оборот онлайн-торговли в секторе «B2B» достиг 60 млрд дол., а в секторе «B2C» – 1,3 млрд дол., превысив на 18 и 15 % соответственно показатели 2000 г. В 2002 г. этот процесс продолжался, наиболее значительный прирост был зафиксирован в сфере оптовой и розничной торговли (68 %), в банковской и финансовой сферах (25 %) [<http://pda.cio-world.ru/?action=article&id=26012>].

В стране была создана законодательная база для проведения электронных транзакций, включая юридическое обеспечение использования цифровой подписи. Уже в 2000 г. объем электронной коммерции увеличился вдвое по сравнению с 1999 г. и превысил 50 млрд дол. Почти 100 % крупных компаний имеет доступ к Интернету, регулярно использует приложения для онлайн-продаж и работы с правительственными сервисами. Первым проектом по цифровому ТВ-вещанию стало не имеющее аналогов в мире мобильное ТВ, начавшее трансляции в 2001 г. Это совместный проект компании «TV Mobile Pte Ltd», дочерней структуры крупнейшей государственной вещательной корпорации «Mediacorp», и английской высокотехнологичной компании «NTL Group Ltd». В рамках проекта были установлены телевизионные приемники, вещающие на английском и китайском языках в 1,5 тыс. автобусах дальнего следования, перевозящих ежедневно 1,5 млн пассажиров. В 2001 г. компания «SingTel» приступила к тестовым трансляциям услуг интерактивного ТВ на 300 домохозяйств. Услуги включают видео по требованию, доступ к Интернету и электронной почте, электронный магазин, интерактивные игры, информационные службы, доступ к эфирным каналам и др. Интересно, что уже в 2002 г. в Сингапуре

закрылось последнее отделение местного телеграфа и жители полностью перешли на мобильные телефоны и Интернет [123].

Форсированное строительство передовой ИТ-инфраструктуры отразилось на положении государства в составляемом ООН рейтинге стран мира по достижениям в области информационных технологий. В 2001 г. Сингапур вошел в первую десятку [123].

Правительство Сингапура и в условиях мирового финансового кризиса 2008–2009 гг. продолжает принимать меры к использованию информационно-коммуникационных технологий компаниями малого и среднего бизнеса. Это предпринимается для того, чтобы бизнес Сингапура и близлежащих стран Юго-Восточной Азии смог на коммерческой основе, но по установленным государством фиксированным ценам покупать процессорное время в различных местных дата-центрах, предоставляющих возможность работы с распределенными приложениями. Пользователи смогут разворачивать сервисы распределенных вычислений, удаленно хранить данные и получать доступ к различному серверному софту – базам данных, системам управления производством и др. Новые инициативы правительства Сингапура реализуются в рамках программы создания национальных вычислительных сетей, работающей уже год.

Субъектам малого бизнеса правительство Сингапура предлагает доступ к вычислительным ресурсам общей мощностью 2 400 вычислительных процессоров и 16 терабайт оперативной памяти. Предполагается, что на подобных мощностях компании, не имеющие возможности создать свои кластеры, смогут использовать такие популярные разработки, как системы взаимоотношений с клиентами («CRM»), системы управления ресурсами предприятия («ERP»), системы электронной коммерции, управления бизнесом и Web2.0-приложений.

К правительственной программе, курируемой сингапурским Агентством по информационно-коммуникационному развитию, присоединились три независимых консорциума.

В проекте принимают участие ведущие корпорации мира: «Citrix», «IBM», «Haley», «Microsoft», «Salesforce.com» и «Red Hat». Стоимость использования сервисов значительно различается – от 18 до 1 500 сингапурских дол. (от 15 до 1 210 дол. США) за пользователя. В Сингапуре уже функционируют три центра, в каждом из которых работает порядка семи сотен коммерческих пользователей.

Для реализации проекта привлеченные корпорации организовали в Сингапуре свои центры поддержки клиентов, а поставщики оборудования создали масштабные сервисные центры с мощной логистикой, так как приходится обслуживать большой парк оборудования.

Во главе первого консорциума стоят корпорации «Singapore Computer Systems» и «Hewlett-Packard», последняя для проекта выделила инвестиции (порядка 20 млн сингапурских дол.), но в ближайшие 12 месяцев она поставит в эти центры еще 250 серверов на базе 4-ядерных процессоров и оперативной памяти общим объемом более 9 терабайт. Э. Кок, исполнительный вице-президент корпорации «Singapore Computer Systems», отметил, что возможность использования масштабных вычислительных ресурсов, особенно в нынешних тяжелых финансовых условиях, обретает для небольших компаний особую ценность, так как покупка своих мощностей становится все более дорогим удовольствием.

Второй консорциум компаний, возглавляемый сингапурской ИТ-компанией «NewMedia Express», предлагает по подписке доступ к таким сервисам, как «Microsoft Office», софт для виртуализации, системы удаленного архивирования, управления веб-контентом и издательства (цены от 10 сингапурских дол. за пользователя). В этот консорциум вошли корпорации «Fujitsu», «Microsoft» и «1-Net». Алан Ву, исполнительный директор компании, отметил: «Наша аудитория – это SOHO-клиенты, которые не имеют своей ИТ-инфраструктуры». В перспективе пользователям намерены предложить услуги организации интернет-телефонии, удаленного call-центра, систем потокового вещания и рендеринга трехмерной графики.

Третий провайдер программы – сингапурская компания «PТС System», предлагающая сервис удаленного хранения важных бизнес-данных (расценки от 1 сингапурского дол. за гигабайт данных в месяц). В дата-центре компании к услугам местных пользователей предложены дисковые массивы общим объемом более 20 терабайт [118].

Успехи Сингапура – бывшего коммерческого полпредства Британии в Юго-Восточной Азии – в освоении ИТ-технологий и экономике в целом не случайны, а достигнуты благодаря разумной политике правительства страны, сумевшей, не имея собственных природных ресурсов, после ухода англичан извлечь пользу из своего местоположения, влиться в мировую финансовую систему и играть

в ней значительную роль. Правительство Сингапура, десятилетиями развивая билингвизм, позволяющий большинству жителей говорить на китайском и английском языках, смогло создать положительный образ страны, помогающий зарубежным бизнесменам чувствовать себя здесь комфортно, и сделать на этой основе Сингапур местом создания межнациональных корпораций, рекрутирующим рабочую силу из местных кадров. Все это повысило качество образования, обеспечиваемого сингапурскими учебными заведениями, благодаря чему на остров потянулись студенты из других стран.

Высшее государственное образование в Сингапуре обеспечивают три университета, национальный педагогический институт, пять политехнических институтов и институт технического образования, готовящий специалистов по программам последипломного образования.

*Национальный университет Сингапура*, образованный в 1980 г. в результате слияния университета Сингапура и университета Наньянга, имеет в мире прекрасную репутацию и, по данным рейтинга газеты «Таймс», в списке двухсот лучших университетов мира занимает почетное восемнадцатое место, а в рейтинге специальностей входит в десятку лучших по информационным технологиям и инженерии. В нем обучается 22 тыс. бакалавров и 8 тыс. магистров, работает около 3 тыс. сотрудников. *Наньянский технологический университет*, созданный в 1991 г., обучает 23 тыс. студентов и в упомянутом рейтинге занимает пятидесятую строчку. *Сингапурский университет управления*, открытый в 2000 г., является частным, но при этом имеет правительственное финансирование. Поставив перед собой амбициозную задачу войти в элиту мировых МВА-школ, этот университет за основу деятельности взял программы бизнес-школы «Вартон», занимающей второе место среди МВА-школ согласно рейтингу «Файненшл Таймс». В его составе школы бизнеса, бухучета, экономики и социальных наук, информационных систем; последняя работает в партнерстве с американским университетом Карнеги – Меллон (в нем проходит обучение 3 тыс. студентов).

Политехнические институты обучают инженерным специальностям, большинство присуждаемых ими степеней ограничено уровнем бакалавра, они, как правило, не занимаются научно-исследовательской работой и значительно меньше университетов по количеству студентов и преподавателей.

*Политехнический институт Наньянг* включает шесть факультетов: инженерии, информационных технологий, дизайна, бизнеса и управления, здравоохранения, химии и биологии; число студентов – 12 тыс. *Политехнический институт Нге Анн* – национальный лидер в области автоматике и робототехники – включает факультеты бизнеса и бухучета, инженерии, кино и медиа, информационных технологий, химии и биологии, дошкольного воспитания. В *Республиканском политехническом институте*, открытом в 2002 г. на факультетах прикладной науки, инженерии и информационных технологий, уже обучаются 13 тыс. студентов. В *Сингапурском политехническом институте* свыше 16 тыс. учащихся. Факультеты: бизнеса, дизайна и природной среды, химии и биологии, электротехники и электроники, информационных коммуникаций, машиностроения и производственных технологий и морской академии. В *политехническом институте Темасек* можно получить образование на факультетах прикладной науки, бизнеса, дизайна, инженерии, информационных технологий; по количеству студентов он не уступает Сингапурскому политехническому. В высших учебных заведениях Сингапура стоимость обучения в среднем для иностранцев составляет от 4 до 12 тыс. дол. в год, стоимость проживания – 500 дол. в месяц.

Сингапuru в наследство от англичан досталась 12-летняя система школьного образования, и абитуриентам из России необходим дополнительный год академической подготовки – год учебы в отечественном вузе либо подготовительные курсы в англоговорящей стране или Сингапуре, где такие программы называют «младшие колледжи» («Junior College»).

Правительство Сингапура вложило миллионы долларов в создание мощной образовательной сети в регионе Юго-Восточной Азии. Оно планирует к 2012 г. привлечь в страну не менее 150 тыс. иностранных студентов, что может дать не менее 2,2 млрд дол. прибыли и обеспечит рост ВВП Сингапура не менее чем на 5 %. Эта задача успешно реализуется. Уже открыты филиалы таких известных университетов, как Чикагский, Стэндфордский, Массачусетский технологический, технический Эйндховена (Нидерланды), французской бизнес-школы INSEAD, а также университета им. Дж. Хопкинса. Филиалы университета им. Дж. Хопкинса связаны с медициной, Массачусетса – с компьютерной электроникой и нанотехнологией, Эйндховена –

с мехатроникой и промышленным дизайном. В сингапурских филиалах INSEAD и Чикагского университета можно получить степень MBA. Разместив кампусы, университеты обеспечили себя большим количеством азиатских студентов, которым отныне не нужно долго ждать получения визы в США или Европу. Европейцы и американцы, в свою очередь, сравнив соотношение цены и качества проживания, также охотно приезжают сюда учиться [16].

## **ИТ-КЛАСТЕР ФИНЛЯНДИИ, ВЫХОД НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК**

Анализ деятельности ИТ-компаний Финляндии показывает, что их развитие в значительной мере опирается на государственную политику в области развития финских отраслевых кластеров в сфере ИТ, лесопромышленного комплекса и лесного машиностроения, металлургии и металлообработки, фармацевтической и медицинской промышленности, топливно-энергетического комплекса и др. Эта политика способствовала тому, что Финляндия в последнее десятилетие неоднократно занимала ведущие места (вплоть до первого) в рейтинге перспективной конкурентоспособности «Growth Competitiveness Index» и рейтинге текущей конкурентоспособности «Business Competitiveness Index» стран, зачастую обогнав такие ведущие индустриальные державы, как США, Япония, Великобритания.

Уже в 1992 г. в Финляндии сектор информационных и телекоммуникационных технологий был включен в состав потенциальных кластеров конкурентоспособности, когда перспективы и конкурентоспособность такого кластера были отнюдь не очевидны.

В финский ИТ-кластер входят как национальные компании, так и производства и научные центры крупных ТНК – «Eriksson», «Siemens», «Fujitsu», «IBM» и др., создание которых в Финляндии преследует приближение к потребителям, использование преимуществ квалифицированной рабочей силы и возможностей национальной инновационной системы. Информационный и телекоммуникационный кластер является важнейшим для экономики Финляндии, обеспечивая основной объем экспорта и формируя значительную часть ВВП страны. Этот кластер за последние 10 лет перешел из категории «потенциальные» в категорию «сильные» во многом благодаря



успешной государственной политике в качестве альтернативы ресурсоориентированному лесному кластеру. Сейчас в ИТ-кластере Финляндии занято в 1,4 раза больше человек, чем в лесном. Подавляющая часть его продукции производится корпорацией «Nokia», но созданные сеть производств, услуг и инфраструктура обладают самостоятельной ценностью и формируют условия для развития устойчивых конкурентных преимуществ ИТ-кластера Финляндии. Прогнозируемые темпы развития этого кластера до 2015 г. составляют 8,1 % в год.

Аналитики считают, что конкурентоспособность ИТ-кластера Финляндии – результат государственной политики, обеспечивший высокий уровень развития системы связанных институтов и отраслей, рыночные отношения и эффективную конкуренцию, национальную инновационную систему и приток квалифицированных кадров. Ключевыми аспектами стратегического развития информационного и телекоммуникационного кластера будут являться глобализация операций, ориентация на потребителей конкретных региональных рынков, увеличение сервисной составляющей продукции, экспорт инжиниринговых услуг при сохранении лидерства в новых технологиях. Существенным моментом глобальной стратегии, на который обязательно будут делать ставку компании, останется экологичность готовой продукции и используемых технологий [126].

Этот вывод подтверждается опытом финской корпорации «Nokia», которая делит свою историю на четыре периода: «Первый век “Nokia”», «Путь к мобильности», «Мобильная революция» и «“Nokia” сегодня» [48].

История компании началась в 1865 г., когда финский инженер и предприниматель Фредерик Идистэм получил разрешение на строительство бумажной фабрики (река, на берегу которой стояла фабрика, и небольшой городок рядом с ней назывались Нокиа).

В конце XIX века появилось новое подразделение компании, которое занялось производством электроэнергии под руководством зятя Идистэма – Гюстафа Фогелхолма. В 1903 г. Фогелхолм открыл первую электростанцию. Во время Первой мировой войны значительно упал спрос на бумажную продукцию и очень востребованным товаром стала электроэнергия. Поэтому крупнейший финский производитель резиновых изделий – компания «Finnish Rubber Works» («FRW») – выкупила «Nokia» и стала владельцем производителя

кабельного оборудования «Finnish Cable Works», решив выпускать все свои товары под маркой «Nokia». В 1967 г. после слияния нескольких направлений компании «Finnish Rubber Works» была создана корпорация «Nokia Group».

С 60-х гг. XX века корпорация начала делать первые шаги на пути к производству телекоммуникационного оборудования; был учрежден отдел электроники, выполнявший исследования в области полупроводников. В 1963 г. этот отдел разработал первый радиотелефон, в 1965 г. на свет появился первый модем для передачи данных. В 1969 г. корпорация выпустила свой первый цифровой коммутатор, в начале 70-х гг. – коммутатор «DX 200», в котором уже применялся компьютерный язык и микропроцессоры корпорации «Intel». Технологии, заложенные в «DX 200», и сегодня являются основой для многих телекоммуникационных продуктов компании. В 1987 г. финская корпорация была третьим по величине производителем телевизоров в Европе. Первые мобильные телефоны корпорации появились в 1979 г., но были тяжелыми, и мобильными их можно назвать с большой натяжкой.

В начале 80-х гг. корпорация «Nokia» на основе собственных технологий создает сеть сотовой связи «Nordic Mobile Telephony» («NMT»), охватывающую Финляндию и Швецию, а затем и ряд европейских стран. «NMT» стал первым общераспространенным стандартом сотовой связи. В это время корпорация «Nokia» выпустила и первые по-настоящему мобильные телефоны: в 1984 г. – мобильный автомобильный телефон «Nokia Talkman», в 1987 г. – ставший популярным компактный телефон «Nokia Cityman».

В 1989 г. корпорация «Nokia» для организации работы сети «Global System for Mobile Communications» («GSM») создала деловой союз с финскими операторами аналоговой мобильной связи «Helsinki Telephone Corporation» и «Tampere Telephone Company», которые выкупили у «Nokia» инфраструктуру для цифровой мобильной сети. Эти шаги обеспечили успешную конкуренцию с компанией «Telecom Finland» – монополистом того времени в сфере дальней телефонной связи, поддерживаемым государством. Проект был доведен до логического завершения, и 01.07.1991 г. в Хельсинки раздался первый в мире платный звонок по сотовому телефону стандарта «GSM»: по телефону «Nokia» звонил премьер-министр Финляндии Харри Холкери. После успешного запуска «GSM»-сети

в 1992 г. руководитель проекта Йорма Оллила становится генеральным директором корпорации, а мобильные коммуникации – основным направлением ее деятельности.

В 90-е гг. XX века корпорация вела активную экспансию на зарубежные рынки, бренд «Nokia» стал узнаваем во всем мире. Корпорация этот период называет «мобильной революцией». К 1997 г. корпорация поставляла «GSM»-оборудование в 31 страну мира для 59 операторов, выпускала мобильные телефоны практически всех основных цифровых стандартов – «GSM 900/1800/ 1900», «TDMA», «CDMA» и др. – и расширила ассортимент продукции, производя мобильные телефоны, мультимедийные компьютеры, устройства бизнес- и люкс-класса и программное обеспечение. В 1998 г. финская компания объявляла о 70-процентном росте прибыли, которая достигла 210 млрд евро. Бренд «Nokia», по версии рейтинга «BrandZ», представленного газетой «Financial Times» и исследовательским агентством «Millward Brown», занимает 13-е место в списке ста наиболее дорогих (35,163 млрд дол.).

Успеху корпорации «Nokia» способствовало колоссальное внимание к передовым технологиям и научным разработкам, в которые она вкладывала огромные средства. Поэтому на ее телефонах впервые появились радио, стандарты мобильного Интернета «WAP», «GPRS» и «EDGE», цветной экран, поддержка «MMS», связь в стандарте «CDMA 2000» и «3G»; по продаже оборудованных фотокамерами телефонов она превосходит продажи цифровых фотоаппаратов любого из производителей фототехники.

В основу деятельности корпорация «Nokia» поставила увеличение прибыли. По словам ее генерального директора Й. Оллилы, если доход не растет на 25 % в год, то нужно менять продукт и стратегию производства. В качестве примера можно привести историю с закрытием в начале 2008 г. завода в Германии, прекратившего свою деятельность только потому, что в Румынии рабочая сила была дешевле. С завода в Германии были уволены 2,3 тыс. работников.

Корпорация «Nokia» – крупнейшая финская компания. Ее капитализация составляет порядка половины совокупной рыночной капитализации всех компаний Финляндии, котирующихся на фондовой бирже. Общая численность персонала корпорации «Nokia» по всему миру составляет более 60 тыс. чел.

Но финансовый кризис все же затронул и такого гиганта, как «Nokia»: его выручка в 2008 г. составила 50,7 млрд евро (снижение на 1 % по сравнению с 2007 г.), чистая прибыль – 3,9 млрд евро (снижение на 45 %), операционная прибыль – 4,9 млрд евро (снижение на 38 %). За 2008 г. год было продано 468,4 млн аппаратов, что на 7,2 % больше, чем за 2007 г. Несмотря на финансовые потери, финская компания не собирается покидать рынок мобильной электроники. Наоборот, «Nokia» стремится проявить себя в новых областях ИТ-рынка, став при этом генератором наиболее актуальных тенденций и не забыв о прибыли [48].

Именно поэтому финская корпорация «Nokia» и американская «Microsoft» создают альянс, благодаря которому в смартфонах «Nokia» появится еще один продукт от ИТ-гиганта. В трубках будет установлен «Microsoft Office», адаптированный под устройства финского производителя. Этот союз, по мнению аналитиков, принесет выгоду для обеих компаний и может положить начало тенденции создания аппаратов с «начинкой» от конкурирующих производителей. У корпораций есть опыт совместной работы: в 2008 г. между ними был заключен договор об упрощенном доступе пользователей «Nokia» к корпоративным сетям на базе программного обеспечения «Microsoft». А в 2007 г. на телефонах «Nokia» начали работать приложения «Windows Live». В то же время аппараты «Nokia» сейчас работают на базе операционной системы «Symbian», составляющей конкуренцию «Windows Mobile». Имеются также сведения, что финский производитель намерен заменить «Symbian» собственной операционной системой «Maemo», созданной на базе ядра «Linux», которая также конкурирует с продуктами корпорации «Microsoft» [<http://www.rbcdaily.ru/2009/08/13/media/426546>].

Сейчас корпорация «Nokia» является лидером глобального рынка сотовых телефонов с долей 36,8 % (по данным компании «Gartner»). Позиции корпорации «Microsoft» на рынке мобильных устройств до сих пор были не слишком прочны. По данным аналитического агентства «Gartner», доля рынка операционной системы «Windows Mobile» в конце 2008 г. составляла около 12,4 %, что позволило продукту «Microsoft» оказаться лишь третьим. Лидером стала компания «Symbian», взяв под контроль 47,1 % рынка, а на втором месте находилась операционная система компании «Rim BlackBerry» с долей 19,5 %. На российском рынке, по оценке одного из участников

рынка сотовой розницы, «Windows Mobile» чувствует себя несколько лучше, чем на мировом, контролируя около 26 % рынка. Остальная доля в России принадлежит «Symbian».

Аналитик компании «Коминфо Консалтинг» Е. Соломатин считает, что, установив приложение для создания и обработки документов, «Nokia», в свою очередь, сможет добиться того, чтобы ее продукты были наиболее конкурентны, ведь похожий сервис уже предлагает операционная система «Google Android». Он отмечает: «Монополия сейчас не в моде. Можно ожидать, что в будущем телефоны будут работать на базе так называемой кросс-платформенной модели, когда производители разных продуктов для одного и того же устройства являются прямыми конкурентами. Первым примером таких продуктов могут служить продукты корпорации “Apple”, которые могут работать в среде “Windows”, а опыт корпораций “Nokia” и “Microsoft” может положить начало тенденции». По мнению аналитика компании «MForum Analytics» Д. Деева, альянс корпораций «Nokia» и «Microsoft» является взаимовыгодным: «Эти компании – лидеры в своей области, поэтому такой обмен опытом может привести к созданию единого сверхвостребованного продукта». Новую версию «Office» корпорация «Microsoft» намерена выпустить в 2010 г. Помимо обычной, будет разработана онлайн-версия, позволяющая пользователям получить доступ к популярным программам «Word», «Excel» и «PowerPoint» через Интернет [<http://www.rbcdaily.ru/2009/08/13/media/426546>].

На российском рынке успешно работает целый ряд известных компаний, в числе которых весьма значимое место занимает корпорация «Metso Automation», которая входит в состав финской корпорации «Metso Corporation», образованной в 1999 г. путем слияния двух крупных финских компаний – «Valmet» и «Rauma».

Корпорация «Metso Automation» (до 1999 г. «Valmet Automation») была создана в 30-е гг. XX века и работает в 36 странах. В общей сложности ею поставлено более 3 000 современных распределенных систем автоматизации в разные страны мира, при этом более 4 млн клапанов собственного производства, датчики и преобразователи. В Северной Америке доля корпорации на рынке нефте- и газопроводных «SCADA»-систем составляет более 50 %.

На территории России (и бывшего СССР) корпорация работает уже более 50 лет. Ее головное российское представительство в Москве

открылось в 70-х гг. XX века. Для осуществления своей деятельности на российском рынке корпорация «Metso Automation» использует не только зарубежные, но и местные ресурсы. Она имеет в России свою дочернюю фирму ЗАО «Метсо Автоматизация», СП «Контур Автоматизация», а также многочисленных местных партнеров, в числе которых и Петрозаводский государственный университет (ПетрГУ). Договоры на поставку оборудования заключаются и как внешнеторговые контракты на валютной основе, и как контрактные на рублевой основе через ЗАО «Метсо Автоматизация» в Москве.

Корпорация «Metso Automation» выступила стратегическим партнером создания в ПетрГУ, с которым она сотрудничает около 15 лет, крупного университетского ИТ-парка, составной частью которого является Центр систем автоматизации «Метсо» ПетрГУ. Это сотрудничество финской компании и российского университета способствовало развитию ИТ-потенциала последнего. Не случайно разработанные в Карелии ИТ-парком ПетрГУ автоматизированные системы управления производством и технологическими процессами, программные средства для мобильных и беспроводных систем, геоинформационные системы, веб-приложения, интернет-порталы, инвестиционные проекты и др. внедрены в промышленность, а в числе заказчиков разработок ИТ-парка Петрозаводского университета – ОАО «Кондопога», ОАО «Сургутнефтегаз», ОАО «Соликамскбумпром», ОАО «Группа "Илим"», ОАО «Котласский ЦБК» и др.

По словам Теуво Лааксонена, генерального директора корпорации «Metso Automation», ею разработана последняя версия системы управления «metso DNA», которую называют «metso DNA CR» – единая платформа для всех задач, позволяющая обеспечить развитие от микросистемы в виде миниатюрного пользовательского интерфейса до глобальной системы, координирующей работу всего производственного комплекса.

Аббревиатура «metso DNA» означает «принадлежность к “Metso”», «DNA» – образована от «Dynamic Network of Applications», что в переводе с английского означает «динамическая сеть приложений», а на практике определяет концепцию, при которой работающие программы должны обеспечить наивысшее и стабильное качество выпускаемой продукции. С 2007 г. концепция дополнилась понятием «CR» («Community Results» – «сообщность для результатов»).

Разработки компании должны непрерывно обеспечивать создание продукции высокого качества.

В числе брендов корпорации «Metso Automation» – система управления качеством «Paper LQ Plus», приборы и анализаторы «Kajaani», автоматизированная система технического состояния оборудования «Sensodec 6S».

Управление технологическими линиями предприятий ЦБП системами нового типа корпорации «Metso Automation» повышает коэффициент использования, обеспечивает простоту общения, уменьшает нагрузку на окружающую среду, сокращает расход исходных материалов и капитальные затраты. Это достигается за счет объединения ноу-хау в производстве оборудования, знаний технологических процессов, автоматизации и использования передовых информационно-коммуникационных технологий. Корпорацией разработана система «PaperIQ» со множеством уникальных технологических и инженерных решений для управления бумагоделательными машинами, управления массными цехами, удаления воды, формирования листов и свойств их поверхности и др. [1].

Система «metso DNA» обеспечивает производственный персонал целлюлозно-бумажных предприятий инструментами для постоянного улучшения и повышения производительности и прибыльности. Система «PIMS» корпорации обеспечивает оптимизацию производства и управления технологическими процессами ЦБП, уменьшая сбои и отклонения, управляя качеством целлюлозы (бумаги); автоматизацию учета готовой продукции и контроль за ней; повышение эффективности планово-предупредительного ремонта и технического обслуживания; управление складами и расчет элементов себестоимости продукции ЦБП.

Корпорация «Metso Automation» – мировой лидер по разработке и производству запорно-регулирующей арматуры, приводов и КИП; ее продукция известна в мире под торговыми марками «NELES» и «Jamesbury». Основные области применения арматуры «NELES» и «Jamesbury» – газовая, химическая, нефтехимическая, целлюлозно-бумажная промышленность и энергетика, где используется отсечная, регулирующая, антипомпажная и специальная арматура стандартной высокотемпературной и криогенной конструкции. Корпорация – ведущий мировой поставщик запорно-регулирующей криогенной арматуры для производства сжиженного газа.

В Россию корпорация поставляет криогенную арматуру, соответствующую требованиям российских стандартов, в основном это арматура с уплотнением «металл по металлу» и удлиненным штоком для надежной работы привода. В числе основных потребителей продукции «Metso Automation» – крупнейшие российские корпорации нефтегазовой направленности («Сургутнефтегаз», «Газпром», «Роснефть», «Сибур» и др.). Корпорация изготавливает практически все возможные устройства и оборудование для автоматизации процессов в целлюлозно-бумажной промышленности.

В совместных проектах с компанией «Shell» компания «Metso Automation» представила решения и запорно-регулирующую арматуру для управления процессом получения сжиженного газа (глобальные и значимые для России проекты «Сахалин-1» и «Сахалин-2», а также проекты «OLNG» в Омане и «Пертамине» в Индонезии).

В результате упорной конкурентной борьбы компания «Metso Automation» получила главный заказ на автоматические шаровые клапаны для 4, 5 и 6-й линий нигерийского проекта «LNG Plus Project». Это самый последний заказ в серии заказов для «Бони Айленд», и он, несомненно, был получен благодаря гибкой ценовой политике и, конечно, четкой и надежной работе клапанов «Metso Automation», которые уже поставлялись для 1, 2 и 3-й линий. Для 4 и 5-й линий «Бони Айленд» компания «Metso Automation» уже поставила следующее оборудование: около ста отсечных шаровых клапанов (полнопроходных и с суженным проходом), включая клапаны «NELES» с металлическим седлом с опорной цапфой; шаровые клапаны «NELES» с металлическим седлом и «Jamesbury» с мягким седлом (полнопроходные и с суженным проходом). Все оборудование спроектировано для применения на предприятиях по переработке природного газа, особое внимание уделено клапанам аварийного срабатывания. Клапаны с металлическими седлами были поставлены для использования в криогенной сфере и спроектированы для работы при температуре  $-196\text{ }^{\circ}\text{C}$ . Большинство клапанов управляются пневматическими приводами «NELES» с возвратной пружиной. Выбранные клапаны для проекта «Бони Айленд» были протестированы в лаборатории для тестирования криогенных клапанов корпорации «Metso Automation» в Хельсинки. Это одна из самых крупных и наиболее современных установок для тестирования клапанов в Европе, которая способна тестировать шаровые клапаны размером



до 900 мм в диаметре и заслонки диаметром до 1350 мм. Испытания включают в себя тесты на температуру, давление и протечку седла и занимают по времени от 6 до 30 часов [122].

Анализ показывает, что победы корпорации «Metso Automation» в конкурентной борьбе основаны на грамотном менеджменте, умелой и гибкой работе на мировом рынке, постоянном стремлении к расширению масштабов своей деятельности, а также на успешном взаимодействии с другими финскими корпорациями, входящими в «Metso Corporation».

В последние годы финские компании активизировались на российском рынке. Приведем несколько примеров.

В 2008 г. финская компания «Forte Netservices», специализирующаяся на предоставлении услуг ИТ-аутсорсинга, открыла офис в Москве, расширив свое присутствие в России. Глобальная стратегия финского ИТ-аутсорсера предполагает значительное увеличение прибыли к 2010 г. за счет освоения рынка соседних государств, включая Россию, страны Балтии и Скандинавские страны. В настоящий момент компания «Forte Netservices» предоставляет услуги в 50 странах мира. В 2007 финансовом году выручка компании составила 5,2 млн евро.

Компания «Forte Netservices» является провайдером так называемых «managed services» («MSP») и специализируется на разработке и предоставлении услуг по управлению корпоративными сетями, услуг по обеспечению безопасности сетей, а также услуг по обеспечению доступности к сетевым ресурсам. Она уже работает с российскими компаниями в 14 городах страны.

По мнению Маркуса Ланкинена, управляющего директора компании, в связи тем, что бизнес-модель «Forte Netservices» является инновационной на российском рынке, трудно оценить размер этого рынка и долю, на которую претендует компания. «Тем не менее мы ожидаем значительный объем продаж, так как российский рынок большой и продолжает расти», – отмечает Ланкинен [128].

Еще один из крупнейших европейских системных интеграторов – «Tieto Corporation» со штаб-квартирой в Финляндии – активизируется на российском ИТ-рынке и планирует в течение двух лет войти в первую десятку местных игроков. Такая стратегия выбрана на фоне серьезного изменения организационной структуры компании и ребрендинга, проведенных в 2008 г. [117]. В рамках новой стратегии

Россия была выбрана одним из ключевых рынков развития компании наряду с Германией и «домашними» рынками в Скандинавии – Финляндией, Швецией, Данией и Норвегией. К 2011 г. компания намерена существенно расширить штат в России и представлять на российском рынке весь спектр своих услуг – от ИТ-консалтинга, аутсорсинга и отраслевых решений до внедрения цифровых сервисов и «ERP»-систем, зарабатывая при этом в России около 100 млн евро в год.

Компания «Tieto Corporation» является крупнейшим поставщиком ИТ-услуг в Северной Европе. На сегодняшний день ее деятельность охватывает примерно 30 стран; помимо присутствия в европейских государствах, у нее есть также филиалы в Азии, Америке, Австралии и Африке. Количество сотрудников по всему миру достигает 16 тыс. человек, объем продаж в 2008 г. составил более 1,8 млрд евро. Крупнейшими клиентами компании в 2008 г. стали телекоммуникационные компании «Ericsson», «Nokia», «TeliaSonera», «Nokia Siemens Networks», торговая группа «Kesko», банки «Nordea» и «ОКО Bank», страховая компания «If Insurance» и другие коммерческие и государственные структуры.

Компания «Tieto Corporation» начала свою деятельность в Финляндии в 1968 г. и имела название «Tietotehdas Oy», являясь ИТ-подразделением одного из финских банков. Постепенно бизнес компании рос – это происходило за счет приобретения других ИТ-игроков и развития новых компетенций. Крупной вехой в развитии компании стало слияние со шведской «Enator AB» в 1999 г. Вновь образованная компания «TietoEnator Corporation» продолжила активное развитие, имея две штаб-квартиры – в Финляндии и Швеции. В России компания появилась еще 10 лет назад, когда в Москве был открыт филиал подразделения «TietoEnator Financial Solutions», который занимался обслуживанием банковских карточных систем. В 2007 г. был открыт офис компании «TietoEnator» в Санкт-Петербурге. При этом компания ориентировалась в основном на своих зарубежных клиентов, в большинстве случаев из Северной Европы.

«Наши корпоративные клиенты хотели получать в других странах своего присутствия такие же качественные ИТ-услуги, как и на родных рынках. Не секрет, что в России представлено большое количество финских компаний и для поддержки их бизнеса

было принято решение создать офис в Санкт-Петербурге», – пояснил директор представительства компании в Санкт-Петербурге Игорь Яртым, пришедший в 2007 г. в «Tieto» из «Nokia» для того, чтобы возглавить новый офис. В офисах компании «Tieto» в России работает около 80 чел.; более 100 чел. в Беларуси выполняют проекты для России (эта страна была выбрана в силу возможности безвизового передвижения и отсутствия языкового барьера).

В конце 2008 г. в «TietoEnator» произошла реорганизация и ребрендинг. Компания была переименована в «Tieto», название стало более коротким и запоминающимся, что отражает стремление компании быть понятнее и ближе к своим клиентам, предоставлять простые в использовании ИТ-услуги, повышающие эффективность их бизнеса. Несмотря на размер компании и число сотрудников, процесс ребрендинга был хорошо подготовлен и быстро произведен – за одну ночь были изменены вывески на офисах, доменное имя и адреса электронной почты, переработан корпоративный интернет-портал. «Можно сказать, что 30 ноября 2008 года сотрудники ушли с работы из одной компании, а на следующий день, 1 декабря, вернулись уже в другую», – отметил И. Яртым. Через месяц, 01.01.2009 г., изменилась и организационно-финансовая структура «Tieto». Если ранее компания действовала по принципу отраслевых вертикалей, то отныне она имеет матричную организационную структуру, причем сведения о профессиональных навыках и опыте практически всех 16 тыс. сотрудников «Tieto» сведены в общую базу данных компетенций и могут быть использованы для создания команд для реализации проектов независимо от их территориальной расположенности. «Это облегчает взаимодействия внутри компании, позволяет налаживать новые связи и более эффективно использовать имеющиеся ресурсы, – говорит И. Яртым. – Проект реорганизации был запущен в начале 2008 г., и во многих организационных структурах это был достаточно болезненный процесс, в Финляндии и Швеции, например, он потребовал гораздо больших усилий, чем в России, ведь у нас не такой большой офис и мы гораздо моложе» [<http://www.itsmportal.ru/community/article/2009-05-15%2000:00:00-128.html>].

Решение изменить стратегию компании в России было принято после анализа и выявления потенциала российского рынка. Начиная с 2009 г. «Tieto» будет выводить на российский рынок практически весь спектр своих услуг и продуктов. В области

ИТ-аутсорсинга «Tieto» предоставляет своим клиентам в России услуги управления серверами и приложениями на базе процедур «ITIL» и поддержку конечных пользователей на русском и английском языках (именно с этих услуг и начался бизнес «Tieto» в Санкт-Петербурге). Служба местной технической поддержки «Tieto» тесно интегрирована с центрами компетенции в Европе, используя их в качестве второго или третьего уровня поддержки или разделяя с ними обязанности по обслуживанию зарубежной инфраструктуры клиентов. Услугами «Service Desk Tieto» пользуются скандинавские компании – страховая компания «IF Insurance», подразделение «Kesko Real Estate», «Paros» – производитель теплоизоляционных материалов, «Komatsu» – один из крупнейших мировых производителей строительной, дорожной и карьерной техники, финская фармацевтическая компания «Orion», но вместе с тем и российские компании, имеющие тесные связи со Скандинавией, – СК «Регион» и «Строймастер». Кроме того, некоторым клиентам «Tieto» в России оказывала услуги по консультированию и управлению проектами.

Одним из направлений деятельности компании «Tieto» является разработка цифровых сервисов для обслуживания клиентов, корпоративных порталов и средств коллективной работы, повышающих производительность и эффективность труда сотрудников компаний. Первым примером успешного внедрения подобных решений в российские компании стала разработка и внедрение корпоративного интернет-портала в компании «Лента».

Компания планирует расширить свой офис в Москве за счет увеличения команды, обеспечивающей продажи и обслуживание клиентов, в связи с чем будет произведена локализация продуктов и решений компании и будут развиваться возможности для их предоставления на российском рынке, включая интеграцию центра разработок в Беларуси. Планируются стратегические приобретения местных компаний и дальнейшее расширение своего географического присутствия в России.

В российском филиале компания рассчитывает иметь к 2011 г. до 1 тыс. сотрудников и объем реализации на местном рынке в размере 100 млн евро в год. Можно предполагать, что при данной стратегии компания за 2–3 года войдет в десятку крупнейших ИТ-интеграторов России. «Меньше чем за два года количество

персонала у нас выросло на порядок, оборот за первый квартал 2009 года примерно равен обороту за весь прошлый год, мы чувствуем за своей спиной стратегическую поддержку крупной транснациональной корпорации. Поэтому я не вижу причин сомневаться в том, что мы достигнем поставленных целей», – сказал И. Яртым [117].

За последнее время еще ряд игроков из Финляндии активизировался на российском ИТ-рынке, начиная при этом с Санкт-Петербурга как географически близко расположенного города. В частности, в их числе «Elisa» и «Digia». Интересно, что они являются одними из крупнейших партнеров корпорации «Microsoft». «Нам очень интересны наши финские коллеги, потому что они экспортируют в Россию свой накопленный опыт в области ИТ, который сейчас становится одним из главных инструментов повышения эффективности отечественного бизнеса», – отметили по этому поводу в петербургском офисе «Microsoft» [117].

Еще одна финская ИТ-компания – «Stonesoft» – в 2009 г. открыла представительство в России и странах СНГ. Главный офис представительства находится в Москве. Компания «Stonesoft Corporation» основана в 1990 г., штаб-квартира расположена в Хельсинки. Компания является разработчиком инновационных решений в сфере обеспечения сетевой безопасности. Заказчики «StoneSoft» – предприятия малого, среднего и крупного бизнеса, нуждающиеся в построении отказоустойчивых защищенных распределенных сетей и критически важных объектов информатизации. Компания «Stonesoft» имеет представительства в США, регионе «EMEA» и Азии [127].

Среди приоритетных задач представительства в России и странах СНГ – повышение осведомленности потенциальных клиентов о продуктах и услугах компании «StoneSoft», углубление экспертизы партнеров и рост числа клиентов. Партнером «StoneSoft» по реализации проектов и продвижению решений на российский рынок является российский системный интегратор «ТехноСерв». Недавно подписан еще один партнерский договор с дистрибьюторской компанией «SafeLine», входящей в группу компаний «Информзащита». Не осуществляя прямых продаж и работая только через партнеров, компания «StoneSoft» не планирует развивать большую партнерскую сеть.

## «APPLE»: НОВЫЕ РЫНКИ И НОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Американская компания «Apple Computer» основана в 1976 г. Стивом Джобсом, Рональдом Уэйном и Стивом Возняком. В 2007 г. из названия исключили слово «Computer». Процесс развития компании «Apple» наглядно показывает, как энтузиазм, интуиция и новации помогли создать компанию мирового уровня. Вначале создатели компании, ставшей позднее мировым лидером на рынке цифровых плееров и крупнейшим производителем компьютеров, работали в небольшом гараже. Не веря в успех идеи, компанию вскоре покинул Р. Уэйн, продав свои 10 % акций за 800 дол. С. Джобс и С. Возняк решили создать компанию после собственноручной сборки и продажи нескольких вычислительных машин на базе процессора «Motorola» [7]. Интересно, что идея производства персонального компьютера была предложена друзьями из корпорации «Hewlett-Packard», но там выразили сомнение в возможности ее коммерческого успеха. М. Марккула помог в составлении бизнес-плана, он же инвестировал в компанию 92 тыс. дол. личных средств и обеспечил кредитную линию на 250 тыс. дол. в «Bank of America». В 1977 г. компания «Apple Computer» была официально зарегистрирована [<http://www.administrator-pro.ru/cat/hard/apple/>].

В начале своей деятельности компания создала и продала 600 персональных компьютеров «Apple I» (первый компьютер, сочетавший в своей конструкции микропроцессор, встроенную поддержку работы с клавиатурой и подключение к монитору, – пользователям оставалось приобрести дисплей, корпус, источник питания и клавиатуру). В 1977 г. компания «Apple Computer» выпустила компьютер «Apple II», ставший одним из самых популярных персональных компьютеров того времени. Иногда появление «Apple II» называют началом «компьютерной революции», когда персональный компьютер стал популярен и его можно было использовать как на работе, так и дома. Достоинство этой модели (наличие клавиатуры, мощного по тем временам графического модуля, звукового устройства и др.) подтверждено ее существованием в различных вариантах вплоть до начала 90-х гг. XX века.

У компании возникли проблемы в начале 80-х гг. XX века: ее покинул С. Возняк, и она, поставив на рынок компьютер «Apple III»,

проиграла рынок персональных компьютеров корпорации «IBM», выпустившей свои первые персональные компьютеры. Специалисты считают, что из-за нежелания компании «Apple» лицензировать свои технологии, «IBM»-компьютерам удалось занять большую часть рынка, а корпорации «Microsoft» стать одной из богатейших в мире. В этот период дела компании «Apple» шли так плохо, что казалось, она не сможет снова встать на ноги. Но именно в этой ситуации компания «Apple» приобрела вторую компьютерную компанию С. Джобса «NeXT», а он сам вернулся в «Apple» и сумел ее воскресить.

Несмотря на потери, компания осуществила инновации, создав уникальный графический пользовательский интерфейс, и начала производство компьютеров «Macintosh», завершив под руководством самого Стива проект, начатый в 1979 г. Дж. Раскиным. «Macintosh» стал одной из самых успешных разработок компании «Apple». Многие считают, что у интерфейса этого компьютера корпорация «Microsoft» «позаимствовала» ряд идей для собственной операционной системы, которая затем поставлялась для машин на базе «IBM PC», основного конкурента «Apple Computer», т. к. «Microsoft» была одной из компаний, разрабатывавших программное обеспечение для компьютеров «Apple» (электронная таблица «Multiplan» для «Apple II») и первых компьютеров «Macintosh».

В 2001 г., через год после того как С. Джобс вновь стал главой компании «Apple», компания создала операционную систему «Mac OS X» на базе «NEXTSTEP» и «Unix». Некоторые эксперты считают, что новые машины от «Apple Computer» с операционной системой «OS X» благодаря нововведениям смогут составить серьезную конкуренцию операционным системам корпорации «Microsoft» и компьютерам на базе «IBM PC».

Еще одним прорывом компании на рынок в 2001 г. стало создание группой инженеров под руководством Дж. Рубинштейна при участии Т. Фейделла и М. Дьюи менее чем за год первого цифрового плеера «iPod». За пять последующих лет сменилось пять поколений этих плееров. «iPod» занимает более 70 % рынка цифровых плееров, и в обозримом будущем у него нет конкурентов. Удачным маркетинговым ходом стало и открытие музыкального интернет-магазина «iTunes» для «iPod», поскольку «iPod» был практически монополистом на рынке цифровых плееров. «iTunes» стал самым популярным «MP3»-магазином, и за два с лишним года своего существования

продал более 1 млрд песен. Компания «Apple» создала новые рынки, предложив новые товары и сопутствующие услуги, а вслед за «iPod» выпустила «iPhone», удовлетворяя потребности нового поколения потребителей [7]. По данным аналитического агентства «NPD Group», в июле 2009 г. компания «Apple» контролировала почти 91 % американского рынка высокоуровневых ноутбуков, стоящих дороже 1 тыс. дол. (в начале 2008 г. – 66 %). По мнению аналитиков, столь высокий месячный рост обусловлен обновлением модельного ряда ноутбуков и высоким уровнем взаимодействия с покупателями [<http://digest-news.ru/20452-kompaniya-apple-zaxvatila-rynok-dorogix.html>].

Аналитик компании «NPD Group» С. Бейкер заявил: «На протяжении долгого времени Apple принадлежала изрядная доля рынка дорогостоящих компьютерных систем стоимостью от 1 000 долларов и выше. Изначально практически все Mac-ноутбуки, за редким исключением, попадали в эту ценовую категорию. С этой точки зрения Apple, безусловно, оставляет своих конкурентов далеко позади и будет впредь удерживать лидерство» [63].

В то же время рынок тысячедолларовых компьютеров, согласно [[http://soft.mail.ru/pressrl\\_page.php?id=34768](http://soft.mail.ru/pressrl_page.php?id=34768)], продолжает сокращаться. Пять лет назад средняя отпускная цена ноутбука составляла 1 500 дол. Сегодня ноутбук можно приобрести за 700 дол.

У компании «Apple» в 2009 г. возникли проблемы. Аналитики ее службы информационной безопасности пришли к неутешительному выводу: при помощи всего-навсего одного SMS-сообщения хакеры могут получить полный контроль над любым аппаратом «iPhone». Что самое неприятное, как с этим бороться, компания пока не знает. Специалисты этой службы нашли серьезный изъян в специально написанном для «iPhone» софте, который позволяет взломать защиту простым SMS-сообщением с особым кодом – разумеется, в том случае, если получивший это сообщение владелец «iPhone» его откроет. Таким образом, злоумышленник может получить полный контроль над «iPhone»: от набора номеров и выхода в Интернет до использования камеры и отправки сообщений на другие аппараты с целью их взлома. Аналитики считают, что такая возможность получить доступ к чужой информации – лакомый кусочек и для нечистых на руку бизнесменов, и, что гораздо хуже, для террористов. Однако соответствующий защитный патч находится пока в стадии разработки [129].



Компания оценивает в целом свои риски и возможности, которые, по ее мнению, включают: экономические факторы и реакцию компании на эти факторы; потребительские и деловые решения в отношении продуктов компании; возможные судебные процессы, расследуемые специальным комитетом совета директоров, и пересмотр сводных финансовых отчетов компании; жесткие условия продолжительной конкуренции на рынке; возможность компании на регулярной основе поставлять на рынок новые программы, продукты и технологические нововведения и стимулировать спрос на них; воздействие, оказываемое на валовую прибыль компании развитием продуктов; изменение цен на продукцию и (или) увеличение стоимости компонентов; риск обесценивания запасов, связанный с необходимостью компании заказывать или обещать заказ компонентов до получения заказов от покупателей; доступность на приемлемых условиях определенных компонентов и услуг, необходимых для деятельности компании и в настоящее время получаемых компанией из единственных или ограниченных источников; воздействие, которое может оказать зависимость компании от услуг изготовления и поставки, предоставляемых третьими сторонами, на качество, количество или стоимость изготовленной продукции или оказанных услуг; воздействие, которое может оказать получение сведений о том, что компания нарушила права на интеллектуальную собственность других владельцев; воздействие, которое могут оказать на объем продаж и операционную прибыль компании проблемы с качеством продукции; зависимость компании от единственных поставщиков услуг для «iPhone» в некоторых странах; военные действия, террористические акты, проблемы здравоохранения и другие обстоятельства, которые могут нарушить поставку, доставку или спрос на продукцию; продолжение работы и наличие основных сотрудников; неблагоприятные результаты других судебных разбирательств, а также зависимость компании от работы дистрибьюторов и других реселлеров продукции компании [151].

21.07.2009 г. в Калифорнии корпорация «Apple» объявила финансовые показатели за 2-й квартал 2009 финансового года, завершившийся 27.06.2009 г. Ее годовой доход составил 8,34 млрд дол., а чистая квартальная прибыль – 1,23 млрд дол., или 1,35 дол. на одну разводненную акцию. Доход корпорации за тот же квартал 2008 г. составил 7,46 млрд дол., а чистая квартальная прибыль – 1,07 млрд

дол., или 1,19 дол. на одну разводненную акцию. Валовая прибыль составила 36,3 %, что превышает прибыль за тот же квартал 2008 г. (34,8 %). Международные продажи составили 44 % от квартального дохода [151].

За 2-й квартал 2009 г. корпорация «Apple» продала 2,6 млн компьютеров «Macintosh» – на 4 % больше, чем в соответствующем квартале 2008 г.; 10,2 млн плееров «iPod» – на 7 % меньше, чем в соответствующем квартале 2008 г. Квартальные продажи «iPhone» составили 5,2 млн устройств, что значительно больше, чем в соответствующем квартале 2008 г.

Глава корпорации «Apple Computer» С. Джобс отметил: «Мы сейчас производим самые технологически совершенные изделия, и покупатели не могут не заметить этого. Мы сами были потрясены результатами: за квартал продано более 5,2 млн “iPhone”, и из магазина “App Store” за первый год его существования загружено более 1,5 млрд приложений» [151].

В июле 2008 г. компания выпустила в продажу «iPhone 3G» второго поколения. «iPhone» теперь поставляется более чем в 70 стран. Штучная продажа «iPhone 3G» была намного выше продаж «iPhone» первого поколения. За 1-й квартал продаж «iPhone 3G» на рынке, завершившийся 27.09.2008 г., было продано 6,9 млн устройств, что превышает количество проданных «iPhone» первого поколения за все предшествующие пять кварталов (6,1 млн). В июне 2009 г. компания выпустила в продажу «iPhone 3GS» – третье поколение «iPhone», а во 2-м квартале 2009 г. было продано 5,2 млн «iPhone» [151].

Таким образом, выпустив компьютер «Apple II», компания «Apple» в 1970-х гг. произвела революцию в области персональных компьютеров, а в 1980-х гг. продемонстрировала принципиально новый подход к персональному компьютеру, создав «Macintosh». Сегодня благодаря компьютерам, операционной системе «OS X», пакету «iLife» и профессиональным приложениям компания «Apple» входит в число самых инновационных компаний ИТ-отрасли. Она также совершила переворот в мире цифрового мультимедиа благодаря своим портативным музыкальным и видеоплеерам «iPod» и интернет-магазину «iTunes», а также вывела на рынок мобильных телефонов уникальный «iPhone» [151].

В работе [203] приведены следующие факторы, способствующие победам компании «Apple» в конкурентной борьбе:

- «Apple» является инновационной компанией, умело хранящей свои коммерческие тайны, но главное – умеющей суммировать собственные разработки с идеями извне;
- компания использует принцип, известный как «сетевая инновация», не ограничиваясь электроникой; выстраивает дружественные контакты со стартапами и научными исследователями, которые ищут новые идеи; поддерживает своих новаторов;
- разработки новых продуктов компании основаны на простоте их использования, удовлетворении нужд потребителей, а не нужд технологии;
- компания последовательно комбинирует умные технологии с простотой и легкостью использования, облекая конечную продукцию в элегантное программное обеспечение и стильный дизайн («iPhone» не первый мобильный телефоном, включающий аудиоплеер, браузер или программное обеспечение для работы с почтой, и очень прост в эксплуатации);
- используя интуицию руководства, часто идет впереди рынка (например, в 2001 г. «iPod» высмеивали, а компания сделала на него ставку и выиграла);
- компания весьма стойко ведет себя в конкурентной борьбе и учится на ошибках.

Благодаря этим факторам, компания «Apple» обладает исключительной финансовой устойчивостью и в период мирового кризиса. Имея более 29 млрд дол. свободных средств, она сумела закончить 2008 г. с прибылью 4,86 млрд дол., а 1 и 2-й кварталы 2009 финансового года с прибылью 1,61 и 1,21 млрд дол. соответственно на фоне убытков большинства компаний [68].

## **«EMC»: СТРАТЕГИЯ – ПОГЛОЩЕНИЕ И БЕЗОПАСНОСТЬ**

Стремясь стать поставщиком законченных решений для ИТ-инфраструктуры, американская корпорация «EMC» (штат Массачусетс) продолжает политику поглощения небольших компаний. В 2007 г. она приобрела компанию «RSA Security», которая специализируется

в области защиты информации. Сумма сделки – 2,1 млрд дол. [162]. По мнению наблюдателей, корпорация «EMC» является лидером по числу купленных компаний, уступая в этом, пожалуй, лишь компании «Oracle Corp.». За три года она поглотила 13 компаний и теперь не только занимает шестое место в списке крупнейших производителей персональных компьютеров, но и доминирует на рынке средств хранения данных. Правда, до сих пор корпорация «EMC» интересовалась игроками из сферы управления данными и не обращала особого внимания на поставщиков средств безопасности. Глава корпорации «EMC» Дж. Туччи отметил, что слияние с компанией «RSA Security» позволит укрепить безопасность решений для управления жизненным циклом информации.

Компания «RSA Security» выпускает широкий спектр продуктов для идентификации пользователей, управления доступом, шифрования и работы с защитными ключами, которые дополняют решения «EMC», предназначенные для хранения информации, виртуализации памяти, управления контентом и интеллектуального анализа данных.

Как отмечают аналитики из компании «Aberdeen Group», именно таких средств обеспечения безопасности не хватало корпорации «EMC». Ведь компания «RSA Security» имеет прочную репутацию в области защиты информации, и «EMC», видимо, надеется с помощью полученных технологий завоевать доверие своих заказчиков и привлечь новых, поскольку у компании «RSA Security» обширная клиентская база среди банков, финансовых институтов, госучреждений, организаций здравоохранения и промышленных предприятий. Недаром корпорация заплатила сумму, более чем в пять раз превышающую годовой доход компании «RSA Security», который, по прогнозу, достигнет в этом году 375 млн дол.

Но глава «EMC» Дж. Туччи считает сделку выгодной и важной для укрепления положения в области хранения данных и увеличения темпов роста оборота. По его предположению, объединение продуктов обеих компаний позволит «EMC» повысить объем продаж средств защиты до 500 млн дол.: «Заказчики не просят нас усилить защиту информации. Они этого требуют. Но им не нужны дополнительные продукты, они хотят полной интеграции» [162].

Эти запросы вполне естественны, как отмечают аналитики. Хранение и защита всегда идут «рука об руку», так как пользователи приобретают решения для работы с данными своих клиентов

и опасаются за их сохранность. Здесь большую роль играют средства шифрования, которых у «EMC» до последнего времени практически не было. Что касается интеграции технологий обеих компаний, то специалисты не видят здесь особых проблем. Решить данную задачу позволят стандартные сетевые и веб-интерфейсы.

Новость о слиянии, скорее всего, не обрадовала конкурентов «EMC», которые также стараются укрепить положение на рынке с помощью поглощения других игроков. Но если корпорации «EMC» удастся объединить множество продуктов, полученных в результате скупки фирм, она сможет выпустить наиболее современное и полное решение для управления данными и занять достойное место в соревновании за первенство на быстро консолидирующемся рынке программного обеспечения.

Корпорация «EMC» также приобрела американскую частную компанию «ProActivity Software Solutions», поставщика программ работы с контентом для систем управления бизнес-процессами («Business Process Management»). Оформление сделки уже завершено, и «ProActivity» будет включена в состав подразделения «EMC Software Group».

Поскольку у приобретенной компании есть отдел в Израиле, «EMC» собирается на его основе развивать в этой стране свое подразделение исследований и разработок. В его деятельности также будут участвовать недавно купленные корпорацией компании «Kashya» и «nLayers».

Инструментальные средства «ProActivity» позволяют отслеживать, анализировать и оптимизировать бизнес-процессы. При этом используется запатентованный метод, предназначенный для автоматизации ввода и проверки бизнес-процессов по состоянию «как есть», оперативной генерации их графических карт, выполнения динамического многомерного анализа и создания базы знаний о процессе, которую можно повторно использовать и расширять в рамках предприятия. Эти средства дополняют возможности «EMC Documentum» по моделированию, исполнению и интеграции процессов.

Комментируя эту сделку, аналитики из компании «Gartner» отметили, что на рынке «Business Process Management» корпорация «EMC» конкурирует с корпорациями «IBM» и «FileNet», предлагающими программное обеспечение с более широкими функциональными возможностями.

Для того чтобы восполнить нехватку функционала, корпорация «EMC» не только сотрудничает с компанией «IDS Scheer», но и усиливает собственное решение для укрепления своих позиций на рынке. Аналитическая компания «Gartner» одобряет такое слияние, так как продукты двух компаний мало пересекаются и их можно легко интегрировать. Момент для такого слияния выбран удачно, поскольку рынок «Business Process Management» быстро консолидируется и крупные поставщики скупают нишевых игроков. Кроме того, партнерские связи компании «ProActivity» с такими лидерами индустрии, как «Microsoft, BEA Systems» и «CSC», позволят корпорации «EMC» привлечь к своему решению внимание крупных заказчиков.

Комментируя это событие, М. Елашкин, директор аналитической компании «Elashkin Research», отметил, что сегодня хранение, управление и использование данных – одна из наиболее динамично развивающихся ветвей ИТ-бизнеса. Причем покупателя интересуют не столько сами технологии, сколько возможность работы с информацией. Другими словами, ему нужны не просто отдельные компоненты (диски, системы документооборота, безопасности и т. п.), но законченные решения. Именно поэтому все крупные игроки рынка программного обеспечения стремительно объединяются или покупают друг друга. По мнению М. Елашкина, в конечном итоге здесь останется всего две-три крупные компании. Так что приобретение корпорации – это консолидация сил для захвата быстро растущего рынка. Что касается России, то М. Елашкин уверен, что для нас это – хорошая новость. Ведь в России спрос на системы хранения еще очень высок, поэтому рынок будет стремительно расти, а покупатели продукта корпорации «EMC» получают комплексное решение, даже не понимая, что могло быть по-другому [162].

Наряду со стратегией поглощения в конкурентной борьбе корпорация «EMC» разрабатывает широкий портфель технологий управления информационными ресурсами в центрах обработки данных, включая решения «Smarts», «nLayers», «Voyence», «Infra», «ControlCenter» и «Configuresoft», и в настоящее время завершила формирование нового семейства продуктов «EMC Ionix», объединившего все решения для управления информационными ресурсами в физических и виртуальных инфраструктурах, включая серверы, сети, системы хранения данных и приложения. Это семейство призвано помочь заказчикам перейти от традиционных технологий

к виртуальным средам и облачным инфраструктурам. Сквозное управление гетерогенными средами в ЦОДах становится важным фактором для заказчиков, стремящихся контролировать и снижать эксплуатационные издержки за счет расширенной виртуализации на основе «VMware». Обеспечивая управление физическими и виртуальными ресурсами, решения «EMC Ionix» дополняют функционал продуктов «VMware vSphere» и «VMware vCenter». Это позволяет заказчикам уделять меньше времени техническим манипуляциям при обслуживании ЦОДов и больше – предоставлению эффективных, гибких и надежных ИКТ-сервисов.

В состав «EMC Ionix» вошли недавно приобретенные корпорацией решения «Configuresoft» для управления серверными конфигурациями и циклами их изменений. Кроме того, туда включен обновленный и унифицированный программный комплекс для мониторинга и контроля физических и виртуальных инфраструктур.

Как известно, самые неотложные задачи управления в виртуальных средах решаются путем внедрения интегрированных средств там, где ранее применялись разрозненные и узкоспециализированные инструменты и системы. Программные решения «EMC Ionix» по выходу на новый уровень интеграции и автоматизации управления способствуют оптимизации управления виртуальной средой за счет открытости и уникальных средств автоматизации.

Решения «EMC Ionix» делятся на четыре категории:

- *исследование приложений сервисов и их взаимозависимостей* («EMC Ionix for Service Discovery and Mapping»). Решения этой категории отвечают за визуализацию размещения приложений, их состава, физических и виртуальных взаимозависимостей и позволяют наполнять достоверной информацией базы данных управления конфигурациями «Configuration Management Database» и системы управления конфигурациями «Configuration Management System». Кроме того, в их задачи входит отслеживание изменений, анализ сбоев приложений, обеспечение непрерывности бизнес-процессов и восстановление физических и виртуальных инфраструктур после сбоев. Это решение также позволяет точно распределять серверы и приложения перед перемещением, консолидацией и миграцией виртуальных дата-центров;

- *интеллектуальное управление эксплуатацией ИТ* («EMC Ionix for IT Operations Intelligence»). Решения этой категории позволяют полностью автоматически анализировать причины и последствия инфраструктурных неисправностей, а также мониторить состояние сервисов в физических и виртуальных средах. Они визуализируют взаимосвязи между виртуальными машинами, серверами, на которых они развернуты, и физическими и логическими элементами пакетных сетей. Интеграция системы автоматического анализа причин неисправностей с системами класса «service desk» позволяет автоматизировать открытие заявок на обслуживание по выявленным неисправностям. Для решения задач управления инцидентами и проблемами используется запатентованная технология корреляционной матрицы «EMC Ionix»;
- *автоматизация управления ЦОДами и согласованностью ИТ-среды* («EMC Ionix for Data Center Automation and Compliance»). Решение позволяет расширять виртуальные ЦОДы без увеличения количества эксплуатирующего персонала. Применяя решения для управления согласованностью ИТ-среды (включая серверы, системы хранения данных, приложения и сети), заказчики смогут обеспечить ее соответствие предустановленным политикам, нормативам, отраслевым и продуктовым рекомендациям, включая рекомендации по развертыванию «VMware vSphere 4». Система снабжена средствами контроля и устранения нарушений предустановленных политик как в физических, так и виртуальных инфраструктурах. Дополнительная интеграция с решениями категории «EMC Ionix for IT Operations Intelligence» позволяет заказчикам видеть события класса «изменение» на картах, отражающих топологию информационной среды, и связать процессы управления инцидентами и проблемами с процессами управления конфигурациями и изменениями;
- *управление ИТ-сервисами* («EMC Ionix for Service Management») позволяет оперативно наладить управление ИТ-сервисами в соответствии с рекомендациями «IT Infrastructure Library». В этой категории предлагается интеграция двух решений – «Configuration Management Database» и автоматического управления процессами («Workflow»). Решение позволяет построить базу данных «CMDB» и автоматически наполнить ее физическими и виртуальными



учетными единицами «Configuration Items» и их взаимозависимостями.

В связи с формированием унифицированного портфеля программных решений, корпорация «EMC» также объявила о переименовании своего подразделения систем для управления ресурсами «RMSG» («Resource Management Software Group») в программные решения «EMC Ionix» [160].

23.07.2009 г. корпорация «EMC» сообщила, что во 2-м квартале 2009 г. ее доходы составили 3,26 млрд дол., что на 3 % больше, чем в 1-м квартале. Чистая прибыль, приходящаяся на долю корпорации, составила 205,2 млн дол., что на 6 % больше, чем в 1-м квартале. Суммарный доход во 2-м квартале составил 3,26 млрд дол. – на 11 % меньше, чем в 2008 г. С поправкой на колебания курсов валют реальное снижение объема доходов составило 8 %. Во 2-м квартале 2009 г. корпорация получила денежный поток от операций в размере 574 млн дол., свободный денежный поток в размере 400 млн дол. Она закончила квартал с рекордным объемом наличных денежных средств и инвестиций в объеме 10 млрд дол. [161].

Дж. Туччи, председатель правления, президент и генеральный директор корпорации «EMC», заявил: «Мы отметили еще один квартал успешного ведения бизнеса, и я горжусь коллективами EMC и VMware по всему миру, которые добились такого результата. Мы фокусируемся на четырех наиболее актуальных и быстро растущих областях – центры обработки данных нового поколения с полной виртуализацией; облачные вычисления; виртуализация настольных компьютеров и клиентов; решения нового поколения для резервного копирования, восстановления и архивирования данных. Все это в сочетании с нашими передовыми продуктами, решениями, услугами и проверенными моделями выхода на рынок дает нам уверенность в том, что в текущем году EMC продолжит расширение своей доли на рынке. Когда на рынках информационных технологий восстановятся нормальные темпы инвестиций, EMC по нашим ожиданиям сможет вернуться к двухзначным цифрам роста прибыли» [161].

Д. Гульден, исполнительный вице-президент и финансовый директор корпорации «EMC» отметил: «В то время как глобальные экономические условия по-прежнему непросты и наш прогноз на снижение инвестиций в рынок информационных технологий остается без изменений, финансовые результаты EMC во втором квартале

отражают стабилизацию бюджетов наших заказчиков и повышают предсказуемость бизнеса. Сохранение акцента на помощи нашим заказчикам в решении их высокоприоритетных задач из области информационных технологий помогло подразделению информационных инфраструктур EMC достигнуть сбалансированного непрерывного роста прибыли во всех основных регионах и на всех направлениях бизнеса. Наше постоянное внимание к сокращению расходов и повышению эффективности операций помогло продолжить рост валовой и операционной прибыли в подразделении информационных инфраструктур» [161].

Доходы подразделения информационных инфраструктур корпорации «EMC», в состав которого входят отделы систем хранения данных, систем безопасности «RSA», а также архивирования и управления информацией, во 2-м квартале 2009 г. составили 2,80 млрд дол., что на 5 % больше, чем в 1-м квартале. Движущими факторами бизнеса были устойчиво лидирующие на рынке системы хранения данных «EMC CLARiiON», унифицированные системы хранения данных «EMC Celerra», программное обеспечение для резервного копирования и восстановления данных, решения «RSA» для защиты информации и услуги «EMC Global Services». Во 2-м квартале был также отмечен вклад в бизнес новейших продуктов, интегрированных технологий и новых, улучшенных версий продуктов, входящих в портфолио подразделения информационных инфраструктур.

Был высокий спрос на следующие продукты и услуги корпорации «EMC»:

- решения для хранения информации, обеспечивающие беспрецедентный уровень производительности, масштабируемости и эффективности, в частности, унифицированные системы хранения данных, подключаемые к самым разным сетям, системы высшего класса нового поколения для виртуальных центров обработки данных, а также весь спектр систем хранения информации, использующих корпоративные диски «Flash»;
- системы безопасности «RSA», помогающие клиентам решать сложнейшие задачи в сфере защиты информации, продолжая при этом эффективное ведение операций (решения для управления событиями и информацией систем безопасности, комплекс для предотвращения утечки данных и комплекс «RSA» для иден-

тификации и защиты от неправомерного использования чужих идентификационных данных);

- решения для архивирования и управления содержанием, помогающие нашим клиентам оптимизировать бизнес-процессы и коллективную работу, улучшая при этом производительность, возможности управления информацией и соответствие официальным требованиям;
- широкий спектр консалтинговых и профессиональных услуг, позволяющих клиентам решать задачи краткосрочного сокращения расходов, обеспечения гибкости бизнеса и оптимизации требований информационных технологий при постоянной поддержке долгосрочных стратегий в таких областях, как виртуальные центры обработки данных нового поколения и облачные вычисления;
- растущее портфолио решений для резервного копирования, восстановления и архивирования данных с дедупликацией данных, позволяющей отвечать широчайшему спектру требований по защите данных при обеспечении максимальной эффективности среды хранения данных и оптимизации затрат.

Корпорация «EMC» в 2009 г. объявила об успешном закрытии тендера по обыкновенным акциям компании «Data Domain Inc.», приобретя 90,3 % акций; вместе с 3,9 % ранее приобретенных «EMC» акций «Data Domain» корпорация теперь контролирует приблизительно 94,2 % акций этой компании и ожидает завершения приобретения компании «Data Domain» в ближайшем будущем. Эта сделка будет основой для формирования нового перспективного подразделения в отделе средств хранения информации, которое будет работать над дисковыми решениями нового поколения для резервного копирования, восстановления и архивирования данных. В квартале, закончившемся 30.06.2009 г., компания «Data Domain» получила суммарный доход почти в 86 млн дол., что на 40 % больше по сравнению со 2-м кварталом 2008 г. Компания «VMware», основным акционером которой является корпорация «EMC», во 2-м квартале получила доходы в размере 455 млн дол. Суммарный объем доходов «EMC» в США во 2-м квартале 2009 г. составил 1,68 млрд дол., в других странах – 1,58 млрд дол.,

или 48 % от всемирного объема доходов во 2-м квартале, что на 4 % больше, чем в 1-м.

Корпорация «EMC» ожидает, что в 2010 г. программа сокращения расходов приведет к сокращению налогооблагаемой базы на 500 млн дол. по сравнению с 2008 г. Ожидается, что в 2010 г. прибыль от продуктов и услуг «Data Domain» и «EMC Avamar» превысит 1 млрд дол. [161].

## «CANNONICAL LTD.» И «UBUNTU»

Компания «Canonical Ltd.» и проект операционной системы «Ubuntu Linux» основаны Марком Шатлвортом [28], [181], который отметил: «Мое видение Ubuntu и Canonical – это симбиоз. Мы верим, что Linux вырос до такой точки, где возможно построить платформу за достаточно низкую стоимость, чтобы сделать ее жизнеспособной только через сервисы вокруг платформы, а не через лицензирование. Другими словами, мы считаем, что поддержка, обучение, онлайн-сервисы и профессиональные инженерные услуги для людей, которые хотят приспособить Ubuntu для коммерческих целей, принесут достаточно денег для того, чтобы оплатить сам Ubuntu. Это означает, что мы можем существенно изменить бизнес-модель индустрии операционных систем. Конечно, должно пройти некоторое время, когда мы сможем доказать, что мы можем достичь этого. У нас есть превосходная команда, и теперь, когда Ubuntu достаточно популярен, мы видим увеличивающийся спрос на услуги от Canonical» [39].

Позиционируя «Ubuntu», М. Шатлворт сказал: «Я искренне верю, что свободное программное обеспечение будет широко узнаваемо, ему будут доверять и использовать его каждый день пользователи персональных компьютеров, а не будет ограничено специалистами так, как это есть на сегодняшний день. Надеюсь, что Ubuntu сыграет в этом свою роль, но я не думаю, что одна платформа будет доминировать в эре свободного программного обеспечения, как в свое время Windows доминировал в эре проприетарного программного обеспечения. Ubuntu фокусируется на специфических нуждах, и существуют другие Linux- или BSD-системы, которые подходят для других потребностей. Для того чтобы вырваться из этого круга, нам необходимо делиться опытом использования свободного ПО

на настольных компьютерах, который великолепен, что его легко использовать, и что можно быть уверенным, в том, что оно будет совместимо с их будущими потребностями» [39].

О конкурентоспособности компании «Canonical Ltd.» свидетельствует, например, то, что корпорация «Microsoft» добавила ее к списку своих соперников в области клиентского коммерческого программного обеспечения, в том числе операционных систем. Ранее корпорация «Microsoft» долгое время пренебрегала системой «Linux», отказываясь рассматривать ее в качестве конкурента на рынке настольных компьютеров. Однако недавний отчет для Комиссии по ценным бумагам и биржам (SEC) свидетельствует о том, что компания признала в лице «Linux» серьезную угрозу «Windows». В годовом отчете для SEC корпорация «Microsoft» впервые называет в числе конкурентов своего клиентского подразделения разработчика «Ubuntu» – компанию «Canonical» и распространителя «Linux» – компанию «Red Hat», которая ранее числилась лишь среди конкурентов подразделения, занимающегося созданием серверных систем и бизнес-инструментария. В годовом отчете корпорация «Microsoft» предупреждает, что «Linux» представляет угрозу для «Windows», в особенности на развивающихся рынках и на рынке нетбуков. Таким образом, корпорация «Microsoft» готовится к серьезной конкуренции [187].

Возможно, что повышению уровня этой конкуренции поможет работа сформированного в США альянса «Open Source for America» («OSA»), который будет заниматься продвижением открытого программного обеспечения в государственной сфере [189].

В альянс уже вошли более 70 образующих членов – компании, научные учреждения и организации. Среди них компании: «Canonical», «Debian», «GNOME Foundation», «Jaspersoft», «Ingres», «Linux Foundation», «Mozilla», «Novell», «Open Source Initiative», «Oracle», «Red Hat», «Sun Microsystems», «Google», Университет Калифорнии, «AMD», «Electronic Frontier Foundation» и многие другие.

У альянса три основные цели: изменение структуры федеральных ведомств, которое поможет перейти на бесплатное открытое программное обеспечение и получить все предлагаемые им преимущества; помощь в координации сообществ и правительства для адаптации программного обеспечения под нужды государства; продвижение открытого программного обеспечения среди чиновников, благодаря

чему они смогут лучше ознакомиться с «Open Source for America» и понять, какие преимущества оно имеет. Участники альянса подчеркивают, что целью «Open Source for America» не является полная замена платного проприетарного программного обеспечения на открытое обеспечение. Но объединившиеся компании намерены заставить правительство уделять открытому программному обеспечению внимание наравне с проприетарным.

Согласно информации на официальном сайте «Open Source for America», открытое программное обеспечение обладает четырьмя главными преимуществами: более широким выбором (код не принадлежит кому-то конкретно; таким образом, написать готовый продукт может кто угодно – никаких препятствий не существует), надежностью (в разработке продуктов и их тестировании принимает участие большее число людей), безопасностью (поиск уязвимостей может выполнять любой желающий) и быстрым развертыванием (пользователям не нужно дожидаться полного внедрения продукта, этап тестирования может быть проведен еще до его приобретения).

По мнению участников альянса «Open Source for America», открытое программное обеспечение позволит сделать вполне возможным «более прозрачное и эффективное» управление страной и более качественную заботу о ее гражданах. Официальный представитель альянса «Open Source for America» Д. Томас заявил: «Программное обеспечение с открытым исходным в целом способно повысить эффективность работы государства. Наша организация позволит объединить лучшие умы в индустрии, которые будут работать вместе с государством. В результате правительство сможет снизить расходы и стать менее инертным. Может быть, открытое ПО и не является панацеей, но позволит сократить расходы и ускорить инновации». Вице-президент компании «Red Hat» Т. Рэбон также сказал: «В нашем государстве почти никто не использует открытое программное обеспечение, однако его использование позволило бы сэкономить миллиарды долларов» [189].

«Linux»-компании все увереннее чувствуют себя на российском рынке. И государство, и пользователи начинают понимать, что доминирующее положение одной системы вряд ли можно назвать нормальным положением вещей. В интервью «PC Week» менеджер по работе с OEM-партнерами компании «Canonical Ltd.» В. Крюков, говоря о перспективах работы компании, отмечает следующее. После

того как в компании «Canonical Ltd.» начало работать подразделение по развитию бизнеса, большое внимание уделялось странам группы «БРИК» – Бразилии, России, Индии, Китаю. Через некоторое время к этому списку добавился Тайвань, где находится много производителей платформ и компонентов для персональных компьютеров, – фактически именно там расположен глобальный центр разработки аппаратной составляющей современных компьютеров [<http://www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=119354>].

Российский рынок представляется компании «Canonical Ltd.» перспективным, несмотря на текущие экономические сложности. Его нынешнее состояние по-прежнему характеризуется большим количеством контрафактного программного обеспечения в различных организациях и относительно низкой долей людей, уже использующих персональные компьютеры. Рано или поздно, в том числе благодаря политике государства, пользователям придется задуматься над тем, что следует выбрать что-то более безопасное хотя бы с юридической точки зрения. Компания надеется, что значительная их часть предпочтет именно свободное (открытое) программное обеспечение. Поскольку в России на уровне правительства есть понимание необходимости принятия альтернативных решений, в том числе и по причинам, связанным с экономической безопасностью.

Переходу корпоративного сектора на использование свободного (открытого) программного обеспечения, по мнению компании, будут способствовать три причины. Первая, характерная, например, для Западной Европы, заключается в том, что участникам рынка не нравится монопольное положение одной компании. Они четко сознают, что такое положение вещей представляет угрозу для всех. Отдавая предпочтение свободным решениям, они, с одной стороны, уменьшают свою зависимость от конкретного поставщика, а с другой – позволяют активно развиваться различным локальным коммерческим компаниям, разрабатывающим и продвигающим «Linux»-системы, что благотворно влияет на общую динамику рынка.

Вторая причина – возможность экономии средств, но необходимо понимать, что «Linux» – продукт вовсе не дешевый, если смотреть на общую стоимость. Тут и подготовка специалистов, и необходимость адаптации системы к аппаратным устройствам. В результате материальный выигрыш может быть не так велик, как это ожидалось до начала внедрения.

Третье – существует немало потребителей, желающих приобрести «на грош пятаков»; мол, есть некая лицензионно чистая и совершенно бесплатная система. Почему бы не попробовать ее использовать? В этом случае часто пользователь ожидает получить какую-то заметную выгоду, не прикладывая к этому никаких усилий и не желая разбираться с новой системой. Он уверен, что получит примерно ту же рабочую среду, что и раньше, только совершенно даром.

Внедрение «Linux» подразумевает несколько моментов. Перед любой организацией рано или поздно обязательно встанет вопрос о качественной технической поддержке, причем доступной именно в ее регионе. Но самое главное – это портирование наиболее популярного и удобного прикладного программного обеспечения на свободную платформу. В России, например, в области бухгалтерии стандартом де-факто стали разработки на платформе «1С». И уже существуют серверные версии для «Linux», доступен так называемый управляемый клиент, который через обычный веб-браузер позволяет получить доступ к серверу «1С». Это дает возможность создавать законченные решения «1С» на «Linux».

Компания «Canonical Ltd.», спонсор проекта «Ubuntu», как правило, публикует новые версии операционной системы дважды в год – в октябре и апреле. «Ubuntu» (один из вариантов перевода этого слова с зулусского языка – «гуманность», или «человечность») считается одним из самых дружественных и распространенных дистрибутивов «Linux».

Представители компании «Canonical Ltd.» воздерживаются от публикации данных о распространенности своей операционной системы «Ubuntu», хотя она относится к классу открытого программного обеспечения, но дают своим пользователям «четыре обещания»:

- «Ubuntu» всегда будет распространяться бесплатно;
- для «Ubuntu» доступна полная коммерческая поддержка;
- в «Ubuntu» лучшие средства для людей с ограниченными возможностями;
- «Ubuntu» содержит только свободное программное обеспечение.

В России операционная система «Ubuntu» – один из немногих предустанавливаемых на персональные компьютеры дистрибутивов «Linux». С предустановленной «Ubuntu», в частности, поставляются десктопы и ноутбуки «К-Системс/Irbis». Продажи компьютеров



с предустановленным «Linux Ubuntu» компания начала 01.06.2008 г.; доля таких компьютеров в продажах компании «К-Системс» растет и сейчас составляет примерно 38 % для десктопов и 8–10 % для ноутбуков. Их покупателями становятся как домашние пользователи, так и корпоративные клиенты. Ожидается, что в ближайшем будущем начнутся продажи работающих под управлением «Ubuntu» ноутбуков корпораций «Dell» и «Toshiba».

Директор по развитию бизнеса компании «Canonical Ltd.» К. Кеньон отмечает рост числа пользователей дистрибутива «Ubuntu», а также увеличение количества спонсоров компании «Canonical Ltd.» и рост ее доходов. Причину этого он видит в продуманной политике компании по увеличению своей доли на рынке операционных систем, на который компания вышла всего лишь 4 года назад: «В абсолютных цифрах мы имеем 8 млн активных пользователей... <...> Мы не объявляем публично величину наших доходов, но я могу сказать, что они непрерывно растут, и мы оптимистичны относительно перспектив наших операционных систем, и серверной, и настольной» (для сравнения: такой дистрибутив, как «Fedora 9 Smolt», насчитал 1,2 млн уникальных IP, а в 2007 г. «Fedora 6» имела более 2 млн уникальных IP) [<http://www.linuxcenter.ru/news/2008/10/27/8804/>].

Партнерские связи компании «Canonical Ltd.» укреплены серьезными вендорами – «IBM», «Sun Microsystems» и «Dell Inc.», сертифицирующими свои аппаратные и программные средства для работы с «Ubuntu Linux». Растет число разработчиков, вносящих свой вклад в написание кода «Ubuntu». В настоящее время в компании «Canonical Ltd.» работает 215 чел., из них 120 входят в основную команду разработчиков. Дополнительно в развитии «Ubuntu» активно принимают участие еще около 400 независимых разработчиков. На веб-форуме проекта зарегистрировано более 600 тыс. пользователей «Ubuntu» [<http://www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=119354>].

В интервью «InternetNews» М. Шаттлворт, основатель компании, выразил свое мнение относительно создавшейся ситуации: «Расходы Canonical все еще превышают доходы. Я думаю, мы могли бы переломить ситуацию, сконцентрировавшись на ядре системы и уменьшив поддерживаемую базу... <...> Компания продолжает требовать инвестиций, и я с осторожностью делаю эти инвестиции из своего кармана... <...> Продажа ОС для рабочих станций является бизнесом

с нулевым доходом, поэтому наша лицензионная модель имеет нулевую стоимость. Единственный способ построить бизнес на Linux – это сосредоточиться на сервисах» [28], [39].

Компания «Canonical Ltd.» продолжает активную работу и в 2009 г. запустила в эксплуатацию два новых профессиональных сервиса, которые позволят пользователям создавать собственные облачные системы. «Ubuntu Enterprise Cloud» – это открытая система программного обеспечения, базирующаяся на технологии «Eucalyptus», при помощи которой организации тестируют, разворачивают и управляют их собственными распределенными (облачными) компьютерными системами.

По мнению аналитиков, функциональности таких систем не уступают коммерческим решениям типа «Amazon Elastic Compute Cloud». «Ubuntu Enterprise Cloud», в терминологии «Canonical», входит в стек серверного программного обеспечения операционной системы «Ubuntu Server Edition». С. Уордли, глава подразделения распределенных систем компании «Canonical», отметил: «Создание собственных облаков поможет организациям оптимизировать их серверный парк и в целом повысить эффективность использования дата-центров. Все это ведет к общему удешевлению стоимости владения ИТ-инфраструктурой... <...> В апреле мы выпустили решение Ubuntu Enterprise Cloud на базе Eucalyptus, что позволяет создавать частные облака, теперь мы представляем дополнительные сервисы для этих же решений. Сервисы включают техническую поддержку, консалтинг и руководство процессом развертывания» [198].

По словам М. Шаттлворта, предприятия, выбирающие открытые решения для облачной стратегии, во-первых, выбирают общепринятые стандарты, что облегчит миграцию в будущем, а во-вторых, они не привязаны к решению какого-либо одного поставщика. «Ubuntu Enterprise Cloud» позволяет решить компаниям сразу несколько задач, кроме снижения стоимости.

В компании «Canonical Ltd.» говорят, что при разработке своих брендовых решений они опирались на оригинальную стратегию «Eucalyptus» и проводили всю работу в контакте с разработчиками этого софта. В минимальной конфигурации для организации частных облаков бизнес-пользователям потребуется один комплект «Ubuntu Enterprise Cloud» и хотя бы 5 серверов, которые будут представлены как один виртуальный узел [198].

## «CISCO SYSTEMS INC.»: ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

Корпорация «Cisco Systems Inc.» – одна из успешных структур интернет-эры, сначала производившая только корпоративное маршрутизирующее оборудование. В настоящее время «Cisco» производит большое количество разнообразных устройств, включая Ethernet-коммутаторы, маршрутизаторы, продукты для IP-телефонии, VoIP-шлюзы, устройства сетевой безопасности, такие, как фаерволы и VPN-концентраторы, платформы оптической коммутации, ATM-коммутаторы, кабельные модемы, DSL-оборудование, универсальные шлюзы и шлюзы удаленного доступа, коммутаторы сетей хранения данных, программное обеспечение управления сетью.

В 2003 г. корпорация «Cisco Systems Inc.» приобрела компанию «Linksys», популярного производителя оборудования для компьютерных сетей, и теперь позиционирует торговую марку «Linksys» как сетевое оборудование для домашнего использования и малого бизнеса. Оборудование под торговой маркой «Cisco» предназначено для обслуживания сетей удаленного доступа, сервисов безопасности, сетей хранения данных, маршрутизации и коммутации, а также для нужд коммерческого рынка IP-коммуникаций и корпоративного рынка. Используя приобретение компаний, внутренние разработки и партнерство с другими компаниями, корпорация «Cisco Systems Inc.» вышла на рынок IP-телефонии со своими IP-телефонами, менеджерами вызовов и шлюзами к телефонной сети общего пользования. Ранее, с приобретением в 1996 г. фирмы «StrataCom Inc.», корпорация «Cisco Systems» вышла на рынок ATM-оборудования. Ее штаб-квартира находится в Сан-Хосе (штат Калифорния), президент и исполнительный директор компании – Дж. Чемберс [44].

Практика инвестирования активно используется корпорацией «Cisco Systems» в своей деятельности. В 2009 г. Венчурный фонд «Almaz Capital Russia Fund I», управляемый компанией «Almaz Capital Partners», сделал первые инвестиции в российские компании «Apollo Project» и «Parallels». В 2008 г. этот фонд объявил о формировании основного капитала с помощью якорных инвестиций корпорации «Cisco Systems» в размере 30 млн дол. США [<http://www.cybersecurity.ru/news/68366.html>].

Ежегодно корпорация «Cisco» тратит 4,3 млрд дол. на зарплату 16 тыс. инженеров по всему миру, вкладывает средства в молодые

предприятия и работает с университетами, т. к. у последних резко улучшилось инженерное оснащение. Ее генеральный менеджер по разработкам Ч. Джанкарло считает, что в конкурентной отрасли фундаментальные исследования внутри компаний невозможны: «Об этом можно долго рассуждать, но когда дело доходит до рыночной конкуренции, разговоры теряют смысл. Кто-то выигрывает, кто-то проигрывает» [33]. Он отмечает: «Один из важнейших элементов стимулирования инноваций – это испытания продуктов на пределе возможностей и предоставление разработчикам права на ошибку. Конечно, если человек постоянно терпит поражение за другим, его нельзя считать новатором. Но если подход продуман и цель оправдывает средства, мы оказываем сотрудникам поддержку и разрешаем им рисковать. Очень важно разрешать лучшим сотрудникам брать на себя риск. Сотрудники должны знать, что их поддержат и вознаградят, несмотря на возможные неудачи. Большинству людей нравится новаторство. Наша задача – дать им возможность проявить себя» [<http://www.cisco.com/web/ru/news/releases/txt/0920.html>].

Именно поэтому корпорация «Cisco» недавно создала новое подразделение, отвечающее за разработку новой продукции и новых технологий, – «Emerging Markets Technology Group» («Отделение разработки технологий для развивающихся рынков»), которое должно открывать для корпорации новые рыночные возможности и разрабатывать для них бизнес-планы, дающие 60%-й успех. Как отмечает Ч. Джанкарло, «...именно здесь могут реально проявить себя талантливые предприниматели “Cisco”, а их в корпорации немало, поскольку “Cisco” приобретает множество успешно развивающихся малых предприятий» [<http://www.mis.ru/mis/print.php?pid=84788>].

Корпорация «Cisco Systems Inc.», крупнейший в мире производитель сетевого оборудования, в непростых условиях убедительно доказала, что она не только осуществляет реальные мероприятия по противодействию кризису, но и готовится к достойному выходу из него и дальнейшим победам в конкурентной борьбе.

Так, в 2009 г. «Cisco Systems Inc.» отчиталась о большей, чем прогнозировали аналитики, чистой прибыли по итогам 3-го квартала финансового года, который для компании завершился 25 апреля. Глава корпорации Дж. Чамберс отметил, что потребительский спрос

нормализуется, и он надеется, что деловые условия скоро улучшатся. Чистая прибыль компании за этот период упала до 1,3 млрд дол., или 0,23 дол. на акцию, по сравнению с 1,8 млрд дол., или 0,29 дол. на акцию, годом ранее [153].

В 2009 г. корпорация «Cisco Systems Inc.» вслед за «Google» и «Microsoft» сочла целесообразным превратить свои полезные программы в интернет-сервисы и решила выложить в Глобальную сеть свой вариант пакета офисных приложений. Как заявил ее главный исполнительный директор, старший вице-президент Д. Деннерлайн, корпорация «Cisco Systems Inc.» может разработать сервис, позволяющий бизнес-пользователям создавать документы, доступные для работы в режиме интернет-конференций: «Это очень интересное пространство. Мы, конечно, думаем о нем». Деннерлайн заверил, что его компания не намерена конкурировать с разработчиками приложений для управления продажами и маркетингом, в чем аналитики уже давно подозревают «Cisco Systems». Дж. Чамберс, избегая конкретики, подтвердил сообщение Деннерлайна: «С одной стороны, несомненно, мы будем концентрироваться на наших ключевых разработках – коммутации и маршрутизации. В то же время мы понимаем, что Сеть изменилась» [<http://www.dni.ru/tech/2009/7/1/169653.html>].

Аналитики отмечают, что интернет-альтернативы пакету «Microsoft Office» возникли около пяти лет назад, но пока не завоевали признания корпоративных пользователей. Если им удастся переломить это предубеждение, то данный сектор программного обеспечения вполне может стать крупным бизнесом – цифры продаж «Microsoft Office» в прошлом финансовом году превысили 60 млрд дол. Более или менее известным онлайн-пакетом офисных приложений является сервис «Google Docs». В него входят текстовый редактор, редактор таблиц и конструктор презентаций, функционально приближающиеся к программам «Microsoft».

В марте 2009 г. компания «Cisco Systems» представила обещание о виртуализации посредством унифицированных компьютерных технологий («Unified Computing») – архитектуры, которая связывает разрозненные элементы в центрах данных в единую архитектуру посредством стандартизированных технологий отрасли. Ключевым подходом компании «Cisco Systems» является система «Cisco Unified Computing System», которая объединяет ресурсы вычисления,

сети, доступа к хранению и виртуализации в единую эффективную с точки зрения энергопотребления систему, которая сможет снизить затраты на ИТ-инфраструктуру и ее сложность, помогая увеличить капитал и улучшить рост бизнеса в будущем [64].

Эта новинка расширяет портфолио центров данных компании и является очень важным шагом к стратегии «Data Center 3.0». Чтобы помочь потребителям ускорить процесс перехода к архитектуре унифицированных компьютерных технологий, компания «Cisco Systems» прокладывает путь с помощью полномасштабного пакета новых услуг «Unified Computing». К тому же компания «Cisco Systems» заявила о сотрудничестве с лидерами индустрии в области систем «Unified Computing System» и этой архитектуры.

Система «Cisco Unified Computing System» основана на стандартах отрасли и представляет собой новую модель компьютерных технологий, использующую интегрированное управление; она сочетает «wire once» – единую структуру со стандартными отраслевыми вычислительными платформами для оптимизации виртуализации, снижения общей стоимости центров данных и обеспечения поставки динамических ресурсов для увеличения темпов роста предприятий.

Предполагается, что эта система снижает общую стоимость владения и эксплуатации (до 20 % снижения расходов капитала, до 30 % снижения эксплуатационных затрат); улучшает ИТ-производительность и темпы развития бизнеса (предоставляет приложения в считанные минуты, а не за несколько дней, смещает фокус с ИТ-обслуживания на ИТ-инновации); увеличивает расширяемость без дополнительной сложности (управляется как единая система, независимо от того, содержит ли один или 320 серверов с тысячами виртуальных машин); повышает рациональность энергопотребления (значительно снижает затраты на энергию и охлаждение); обеспечивает функциональную совместимость и защиту вложений посредством инфраструктуры, основанной на стандартах индустрии.

Система «Unified Computing System» объединяет вычисление, сети, доступ хранения и виртуализацию в расширяемую модульную архитектуру, которая управляется как единая система. Система «Unified Computing System» является первым предложением нового семейства продуктов, дополняющим портфолио центров данных компании «Cisco Systems».

Ключевые элементы системы «Unified Computing System» компании «Cisco Systems» включают:

- *Вычисление.* Компания разработала абсолютно новый класс вычислительных систем, включающий новые клиенты-терминалы «Cisco UCS B-Series», основанные на будущих семействах процессоров «Intel® Nehalem» (процессоры следующего поколения «Intel® Xeon®»). Клиенты-терминалы компании предоставляют запатентованную технологию расширения памяти для поддержки приложений с большими наборами данных и позволяют расположить значительно больше виртуальных машин на сервере.
- *Сеть.* Система предоставляет поддержку для единой структуры посредством высокоскоростной 10 Гб/с интернет-основы без потерь. Сетевая основа консолидирует то, что на сегодняшний день является тремя отдельными сетями (локальные сети, сети хранения и высокопроизводительные вычислительные сети), что снижает затраты путем уменьшения количества сетевых адаптеров, коммутаторов и кабелей, а также путем снижения требований к энергопотреблению и охлаждению.
- *Виртуализация.* Система предлагает полный потенциал виртуализации путем повышения расширяемости, производительности и эксплуатационного контроля виртуальных сред. Функции безопасности, внедрения политики и диагностики от компании «Cisco Systems» расширены в динамических виртуальных средах для лучшей поддержки меняющегося бизнеса и ИТ-требований.
- *Доступ хранения.* Система обеспечивает консолидированный доступ к сети хранения данных и к сетевой системе хранения данных. Поддержка единой структуры («unified fabric») означает, что система может получать доступ к хранилищу по Интернету, оптоволоконным каналам, оптоволоконным каналам через Интернет или «iSCSI», предоставляя потребителям выбор и защиту инвестиций. К тому же ИТ-персонал может предварительно задавать политики доступа к хранилищам для подключения систем к ресурсам хранилищ, упрощая подключение и управление хранилищами и способствуя росту ИТ-производительности.
- *Управление.* Управление особым образом интегрировано во все компоненты системы, обеспечивая управление системой из единого места через диспетчера «Cisco UCS Manager», который

предоставляет интуитивно понятный графический пользовательский интерфейс, интерфейс командной строки и надежный программный интерфейс приложений для управления всеми настройками и операциями системы. Диспетчер помогает повысить продуктивность ИТ-персонала, обеспечивая ИТ-менеджеров хранилищем, сетями, вычислительными ресурсами и приложениями для совместной работы над определением профилей служб приложений. Профили служб позволяют автоматизировать инициализацию и повысить темпы развития бизнеса, давая администраторам центров данных возможность выполнять инициализацию приложений в течение нескольких минут, а не в течение нескольких дней.

- *Эффективность энергопотребления.* ИТ-менеджеры могут достигать большей эффективности потребления энергии центрами данных с помощью системы «Cisco Unified Computing System» – она использует половину компонентов и требует меньше кабелей, а также питания/охлаждения, чем предыдущие установки серверов.
- *Служба «Cisco Unified Computing Services»,* которая поможет потребителям использовать все технические и производственные преимущества архитектуры системы. Усиление портфолио центров данных уже предложено компанией «Cisco Systems» и ее партнерами, новые услуги варьируются от дизайна архитектуры, планирования и миграции до эксплуатации и удаленного управления. Эти услуги затрагивают все аспекты ресурсов центров данных: людей, процессы и технологии. Уникальная модель услуг для сотрудничества сочетает глубокую интеллектуальную собственность «Cisco Services» с лучшими в своем классе партнерскими услугами для предоставления интегрированных решений потребителям.
- *Открытая партнерская экосистема.* Компания сотрудничает с открытыми экосистемами лидеров индустрии для стимулирования инноваций технологии, увеличения объемов предоставляемых услуг и ускорения принятия на рынке технологии «Cisco Unified Computing System» [64].

Аналитики считают, что этот выход компании «Cisco System» на рынок, где доминируют корпорации «IBM» и «Hewlett-Packard Co.»,



при спаде экономики называется консолидацией, или пресингом [30].

Когда компания «Cisco System» объявила стратегию «Cisco Unified Computing System», направленную на создание ЦОДов, некоторые ведущие игроки ее одобрили. Ведь бок о бок с сетевым гигантом работают поставщики дополнительных продуктов, без которых невозможна виртуализация блейд-серверов, – «Microsoft», «VMware», «Citrix». Планы компании «Cisco System» повлияют и на других поставщиков, прямого отношения к серверам не имеющих, – «VMC Software», «EMC», «NetApp», «Novell».

Компания «Cisco System» представляет стратегию «Cisco Unified Computing System» как попытку помочь заказчикам и партнерам получить доступ к лучшим в отрасли интегрированным решениям. Г. Мур, старший вице-президент подразделения «Advanced Services» компании «Cisco System», отмечает: «Мы видим, что организация открытой партнерской экосистемы позволяет нам упрочить свое положение на рынке. За счет партнерства с ведущими игроками и организации совместного сервисного обслуживания мы стараемся ускорить переход к Unified Computing» [<http://www.shopcisco.ru/news.php?id=232>].

Однако выход компании «Cisco System» на рынок серверов является серьезным испытанием для сложившихся альянсов, участники которых с тревогой ждут ее следующего шага. Как сетевая компания, «Cisco System» занимала нейтральную позицию в союзах с корпорациями «Hewlett Packard», «IBM», «Dell Inc.», «Microsoft» и др., поскольку не конкурировала с ними. Но после выхода на рынок серверов и объявления стратегии «Unified Computing» корпорация становится прямым конкурентом своих союзников.

Хотя подготовка портфеля серверных продуктов для корпоративных заказчиков может занять у компании «Cisco System» много месяцев, а то и лет, стратегия «Unified Computing» уже сейчас позволит проверить лояльность партнеров. Когда число реселлеров и интеграторов, подписавших соглашения по продвижению серверов компании «Cisco System», вырастет, они окажутся в состоянии конкуренции со своими основными поставщиками – корпорациями «Hewlett Packard» и «IBM».

Кроме того, планы компании «Cisco System» могут инициировать новую волну поглощений и слияний, которая затронет не только

небольшие компании. Имея более 30 млрд дол. наличных, «Cisco System» является самым богатым из крупных ИТ-игроков и, значит, готовым к новым покупкам. Возможно, в скором времени она приобретет «NetApp», пионера в области «NAS»-устройств, или «EMC», лидера в области «SAN»-оборудования [30].

Некоторые аналитики полагают, что лучшей покупкой для компании «Cisco System» станет более дорогая «EMC», у которой есть большие плюсы – активы компаний «VMware» и «RSA Security», являющиеся настоящими сокровищами для нынешнего и будущего ИТ-рынка. Компания «Cisco Systems» ничего не сообщает о планах поглощений, а лишь повторяет критерии, которым должны соответствовать кандидаты на покупку, – это работа на рынке, где «Cisco Systems» может занять лидирующее положение в выпуске продуктов, дополняющих ее изделия. С учетом стратегии «Unified Computing», компания «EMC», имеющая основную долю в фирме «VMware», является идеальным кандидатом. Компания «Cisco Systems», вероятно, еще совершит несколько стратегических приобретений, которые окажут непосредственное влияние на сообщество партнеров [30].

## **РЫНОК «CRM» И «ERP»**

Мировой рынок «CRM» в последние годы активно развивается. «CRM» («Customer relationship management») – управление взаимоотношениями с клиентами, которое базируется на системном анализе маркетинговых исследований с последующим принятием организационных решений по клиентской базе, на мощных информационных системах, предусматривающих создание единого хранилища информации для сведений о прошлых и планируемых взаимодействиях компании с клиентами и на современных каналах информационного взаимодействия.

Свидетельством роста мирового рынка «CRM» является то, что, по сообщению аналитического агентства «Gartner», прибыли на этом рынке в 2008 г. составили 9,15 млрд дол. – на 12,5 % больше, чем в 2007 г. [79].

## Прибыли производителей на мировом рынке «CRM» [87]

| Компания       | Прибыль<br>(млн дол.),<br>2008 г. | Доля<br>рынка<br>(%),<br>2008 г. | Прибыль<br>(млн дол.),<br>2007 г. | Доля<br>рынка<br>(%),<br>2007 г. |
|----------------|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| SAP            | 2055                              | 22,5                             | 2072                              | 25,5                             |
| Oracle         | 1475                              | 16,1                             | 1320                              | 16,2                             |
| Salesforce.com | 965                               | 10,6                             | 676                               | 8,3                              |
| Microsoft      | 581                               | 6,4                              | 332                               | 4,1                              |
| Amdocs         | 451                               | 4,9                              | 419                               | 5,2                              |
| Другие         | 3620                              | 39,6                             | 3311                              | 40,7                             |
| Всего          | 9147                              | 100,0                            | 8130                              | 100,0                            |

Агентство «Gartner» считает, что основным стимулом для роста рынка «CRM» стали инвестиции корпоративного сектора в технологии, направленные на удержание клиентов, аналитику и программное обеспечение. Благодаря этому на мировом «CRM»-рынке пятый год подряд фиксируется значительный рост.

Ведущим на рынке «CRM» оставался сегмент, получивший название «Software as a Service» («SaaS» – «программное обеспечение как сервис»), на долю которого пришлось порядка 20 % от общего объема прибылей на этом рынке в 2008 г., что на 15 % выше показателей 2009 г. Потребность рынка «CRM» в 2008 г. обусловлена и тем, что в результате растущего внимания потребителей к онлайн-форумам обострился интерес к социальным сетям и программному обеспечению.

Интенсивное развитие интереса рынка к модели «Software as a Service» не случайно, ведь корпорация «Microsoft» сразу взяла на себя роль пропагандиста этой модели. Естественно, что она дала свое собственное название – «Soft-plus-Service» («S + S»), которое можно расшифровать как «традиционная продажа персонального обеспечения плюс «SaaS»». Кроме того, модель «SaaS» исторически близка к традиционной модели корпорации «IBM».

Подобное поведение софтверных вендоров объясняют тем, что появление «SaaS», в основе которого лежат очень серьезные

программные технологии, вызвано объективным ходом развития ИТ-рынка, растущими потребностями уже не только в ИТ-услугах, но и бизнес-услугах. Поэтому и перед традиционными софтверными вендорами стоит задача предложить «SaaS»-провайдерам (таким, как «Google») подходящие им технологии или такие средства раньше, чем их создадут другие игроки рынка. Возможно, не случаен и альянс, созданный руководителями корпорации «Microsoft» и компании «Yahoo!», в области веб-поиска для усиления конкуренции с корпорацией «Google».

При внедрении «SaaS» заказчик не развертывает программное обеспечение у себя, а использует требуемую бизнес-услугу сервис-провайдера.

В принципе «SaaS» представляет собой развитие известной в конце 90-х гг. модели «Application Service Providing» («ASP») на качественно новом технологическом и деловом уровне (в тот период «ASP» несколько опередила свое время, был недостаточный спрос со стороны заказчиков, невелики технологические возможности). Особенность «SaaS» в том, что она нацелена, прежде всего, на субъекты малого бизнеса, что стало во многом возможно благодаря широкополосному Интернету. «SaaS» предоставляет клиенту не программное обеспечение, а реализацию бизнес-функций, когда клиенту все равно, на каком программном обеспечении эта услуга реализована, «SaaS»-поставщик должен интегрировать свой сервис в ИТ-систему заказчика. Реализация «SaaS» тесно связана с использованием других архитектурно-технологических течений – «SOA», как внутри «SaaS»-проекта, так и при стыковке сервиса с ИТ-заказчиком. При «SaaS» необходима поддержка режима «Multi-Tenant» (множественной аренды), когда один экземпляр программного обеспечения параллельно используется для обслуживания нескольких заказчиков. «SaaS»-провайдер берет на себя полную ответственность за решение вопросов масштабируемости предоставляемого сервиса, в том числе задач развертывания, управления и поддержки программного обеспечения на протяжении всего жизненного цикла софта.

Аналитики отмечают, что корпорация «Microsoft» хорошо проработала технологическую схему данной модели, выделив ее ключевые атрибуты (конфигурируемость, «Multi-Tenant» и масштабируемость) и четыре уровня зрелости «SaaS» [79]:

- «*Ad-Hoc/Custom*» (специальный), при котором 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.
- «*Configurable*» (конфигурируемый), когда заказчик имеет возможность настраивать нужное ему программное обеспечение через метаданные, при этом несколько пользователей работают с собственными экземплярами программного обеспечения, но с одним и тем же программным кодом. Это позволяет поставщику снизить свои затраты при удовлетворении потребностей разных клиентов.
- «*Configurable*», «*Multi-Tenant-Efficient*» (конфигурируемый, многоарендный), где в отличие от второго уровня используется один экземпляр программы для всех пользователей, что существенно снижает эксплуатационные затраты, в т. ч. на аппаратные средства (но здесь имеются ограничения по масштабируемости).
- «*Scalable*», «*Configurable*», «*Multi-Tenant-Efficient*» (масштабируемый, конфигурируемый, многоарендный), при котором в дополнение к третьему уровню добавляется масштабируемость за счет многоуровневой архитектуры программного обеспечения, балансировки нагрузок с использованием большого набора серверов. Мощность системы может легко изменяться путем подключения-отключения серверов, без внесения каких-либо изменений в программное обеспечение.

Аналитики считают, что использованный в «SaaS» переход к новой модели предоставления программного обеспечения может в наиболее значительной степени повлиять на будущую расстановку сил на ИТ-рынке в целом.

Как отмечалось выше, достоинствами «SaaS» сразу же заинтересовались корпорации «Microsoft» и «IBM». Новый игрок на поле «SaaS» – это компания «Google», которая не просто изначально создает технологии под модель интернет-услуг, но и реализует качественно иную модель оплаты (за счет рекламы). Заинтересуются моделью не только традиционные игроки, но и потенциальные «SaaS»-стартапы (стартап от англ. startup, startup company) – новые

компания в начальный период своего развития, создаваемые для реализации перспективной идеи для получения высокой прибыли. В связи с этим создается новое поколение программных платформ для «SaaS», уже получивших название «Platform-as-a-Service» («PaaS»), что наглядно видно на примере популярного решения «Microsoft CRM» (для обеспечения возможности его использования по схеме «SaaS» корпорация «Microsoft» вынуждена была радикально переработать архитектуру этого решения в его новой версии 4.0).

Решения для управления ресурсами предприятий «ERP» для предприятий малого и среднего бизнеса сферы дискретного производства разрабатывают и другие компании.

В их числе американская компания «Infor Global Solutions» – поставщик информационных систем мирового уровня для производственных отраслей промышленности и дистрибьюторских компаний, поставщик «ERP»-решений для среднего бизнеса. Основана в 1979 г. Ее штаб-квартира находится в Атланте (штат Джорджия). В ней работает 6 тыс. чел., ее клиенты – около 70 тыс. компаний в 100 странах мира. Компания «Infor Global Solutions» занимает третью позицию в мировом рейтинге «ERP»-вендоров, ее годовой оборот более 2,1 млрд дол. [178].

Система «Infor MyDay» (анонсированная в 2009 г. компанией «Infor Global Solutions») – это не просто портал или набор динамических отчетов, а настраиваемый пользовательский интерфейс «Web 2.0» для приложений «Infor», дающий пользователям централизованный доступ к информации, необходимой в повседневной работе. Компаниям, использующим «Infor ERP Visual 6.5.4» или более поздние версии и имеющим активный контракт на обслуживание, «Infor MyDay» предоставляется без дополнительной платы.

Система «Infor MyDay» использует обширные массивы деловой информации, собираемой и сохраняемой с помощью системы «ERP Visual», и предоставляет информацию сотрудникам в соответствии с их ролью в организации, обеспечивая удобный доступ к нужным данным, и представляет их в таком виде, чтобы сотрудники, ответственные за принятие решений, могли оперативно реагировать на возникающие запросы.

Специалисты компании «Infor Global Solutions» проанализировали такие функциональные области бизнеса, как операции, продажи, производство и финансы, и выявили более 150 позиций, для которых

«Infor MyDay» может предоставлять персонализированную информацию. Такое предоставление информации позволяет оптимизировать денежные потоки, повысить прибыль, сократить эксплуатационные расходы, повысить качество продукции, увеличить доходы, а также сократить время устранения выявляемых проблем. Сотрудники смогут принимать решения, сокращающие ненужные затраты, повышающие качество продукции и эффективность производства. Система «Infor MyDay» также рассчитывает важные показатели для сотрудников отделов продаж и финансовых подразделений, помогая более эффективно сокращать затраты и внедрять персонализированные услуги. Кроме того, персонализированная информация и расчетные показатели системы помогают повысить эффективность управления потоками наличности, сократить потребление рабочего капитала и быстрее устранять проблемы с денежными потоками.

В системе «Infor MyDay» применяется «Infor Open SOA» – сервисная архитектура на основе событий, которая использует стандартный бизнес-язык для распределения данных между решениями «Infor» и другими системами. В этой архитектуре применяются стандартные механизмы интеграции источников данных и систем «Infor» и других разработчиков. С помощью системы «Infor Open SOA» пользователи могут быстро и с минимальными затратами объединять сторонние приложения, свои собственные приложения и приложения «Infor», не нуждаясь в промежуточном программном обеспечении или прерывании работы других систем [62].

В 2008 г. на «CRM»-рынке, где ведущим «CRM» остался сегмент «SaaS», немецкая компания «SAP» лидирует – 22,5 % от общего объема прибылей рынка (однако по сравнению с 2007 г. ее доля уменьшилась на 3 %). Наибольший рост среди 5 ведущих вендоров на «CRM»-рынке показала корпорация «Microsoft», здесь ее прибыли выросли на 75 % [79].

Мировой «ERP»-рынок в 2008 г. был стабилен и успешен, что подтверждается результатами исследований аналитической компании «AMR Research» – одного из мировых экспертов в области автоматизации управления. В аналитическом отчете компании о состоянии «ERP»-рынка подведены итоги за 2008 г. и составлен прогноз до 2013 г. Результаты свидетельствуют, что, несмотря на сложные экономические условия, совокупный доход на мировом «ERP»-рынке

вырос на 9 %, а продажи лицензий увеличились на 11 % по сравнению с 2007 г. [163].

«ERP» («Enterprise Resource Planning») – это информационная система для идентификации и планирования всех ресурсов предприятия, которые необходимы для осуществления продаж, производства, закупок и учета в процессе выполнения клиентских заказов.

Термин «“ERP”-системы» определяют по разному:

- класс интегрированных систем управления производственной, экономической, финансовой, сбытовой, закупочной, складской и др. деятельностью компании, включающий унифицированную централизованную базу данных, единое приложение и общий пользовательский интерфейс;
- комплекс программных средств и управленческих решений для планирования, перераспределения и управления ресурсами предприятия, позволяющий в заданные сроки качественно выполнить заказ потребителя;
- набор интегрированных приложений для автоматизации планирования, учета, контроля и анализа основных бизнес-операций предприятия в единой среде;
- современное решение в эволюции автоматизированных систем управления предприятием, выросшее из систем класса «Manufacture Resource Planning».

«ERP»-системы представляют собой готовое программное обеспечение для среды клиент-сервер, базирующееся на традиционных или на интернет-технологиях; интегрирующее большинство бизнес-процессов, обрабатывая большую часть деловых операций организации, используя базу данных всего предприятия; обеспечивающее доступ к данным в режиме реального времени, а также мультиязыковую и мультивалютную поддержку для транснациональных компаний и поддержку конкретных отраслей (например, немецкая компания «SAP» поддерживает множество отраслей, включая нефтяную и газовую отрасли, здравоохранение, химическую промышленность и банковское дело [40]).

По мнению аналитической компании «AMR Research», состояние рынка «ERP» в 2008 г. можно разделить на две части. Первую половину 2008 г. шел стабильный рост рынка. Однако во второй половине 2008 г. после сентябрьского банкротства инвестиционного банка



США «Lehman Brothers Holdings Inc.» и последующих событий многие компании утратили веру в стабильное будущее, резко приостановили инвестиции и заморозили текущие проекты.

Особенно ярко эта тенденция проявилась в сегменте субъектов малого бизнеса, который в последнее время считается наиболее активным потребителем «ERP»-решений. Большинство компаний малого и среднего бизнеса, принимая решение о внедрении «ERP», рассматривают лишь два варианта – вкладывать средства или не вкладывать, тогда как для крупных компаний доступен еще и третий вариант – вкладывать, но меньше. Именно поэтому в сегменте субъектов малого бизнеса нынешнее положение «ERP»-рынка является особенно критичным. На этом рынке, по данным аналитической компании «AMR Research», компаний с годовым доходом свыше 1 млрд дол. – 29 %; от 250 млн дол. до 1 млрд дол. – 31 %; от 30 млн дол. до 250 млн дол. – 24 %; менее 30 млн дол. – 16 %.

В 2008 г. на «ERP»-рынке основными тенденциями были глобализация и централизация. За счет консолидации вендоры теперь имеют возможность предлагать клиентам более широкий спектр решений, в том числе отраслевых, которые они теперь могут внедрять и в отдельных подразделениях. Решения стали целевыми, направленными на конкретные аудитории, что позволяет делать их более преднастроенными, таким образом сокращая затраты на внедрение.

На «ERP»-рынке в 2008 г. по-прежнему доминируют американская компания «Oracle» и немецкая «SAP», демонстрируя стабильный рост. В сегменте «ERP»-рынка для субъектов малого бизнеса они конкурируют с такими вендорами, как «Infor», «Epicor», «Microsoft», «Lawson», «CDC Software», «SYSPRO» и «QAD». Наиболее активно в 2008 г. наращивали бизнес европейские разработчики, в т. ч. «SAP», «IFS», «Sage Group», «Agresso», «Exact» и «Cegid» (не все из перечисленных компаний представлены в России), что отчасти, по мнению аналитиков, объясняется укреплением евро по отношению к доллару [163].

Аналитическая компания «AMR Research» предсказывает на ближайшие пять лет средний ежегодный рост «ERP»-рынка примерно на 6 %. В 2008 г. общий объем «ERP»-рынка, по оценкам аналитиков, составил 37,5 млрд дол., в 2009 г. прогнозируется его сокращение

до 36 млрд дол., но уже в 2010 г. вновь возможен рост «ERP»-рынка до 37,8 млрд дол., а к 2013 г., по прогнозу, он вырастет до 48,1 млрд дол.

Значительных изменений на рынке не предвидится. В 2009 г. «ERP»-рынок ощутит некоторый спад, продажи новых лицензий упадут примерно на 15–25 %. Поддержат рынок доходы от сопровождения и от продления существующих контрактов. Поскольку крупные клиенты платят за сопровождение своих «ERP» миллионы долларов в год, то можно считать, что они приобретают новое программное обеспечение каждые пять лет. По оценкам компании «AMR Research», разработчики «ERP» в целом собрали за сопровождение порядка 14 млрд дол. в 2008 г., а в 2009 г. эта сумма еще увеличится.

Аналитическая компания «AMR Research» в отношении «SaaS» считает, что для полноценных «ERP»-приложений время еще не пришло и спросом пользуются системы класса «CRM» и «HRM», и то большей частью среди компаний малого и среднего бизнеса. Поскольку крупные компании, такие, как «SAP» и «Oracle», вкладывают существенные средства в развитие приложений, подобных «SaaS», то в скором времени, по мнению аналитиков, их ждет широкое развитие.

Ниже приведены результаты исследований аналитической компании «AMR Research», рассмотревшей развитие мирового рынка бизнес-приложений, классифицируя их на системы: управление предприятиями («ERP»), цепочки поставок («SCM»), взаимоотношения с поставщиками («supply management»), жизненный цикл изделий («PLM»), кадры («HCM») и отношения с клиентами («CRM»). По оценке аналитиков, в 2008 г. объем продаж этих приложений вырос на 4–9 % за исключением области «PLM», в которой наблюдался спад на 2 % (табл. 2) [24].

Эксперты допускают, что рынок развивающихся стран – Бразилии, России, Индии и Китая – опередит по темпам развития Северную Америку и Западную Европу. Россия стала единственной из развивающихся стран, где во второй половине 2008 г. заметно снизился спрос на «ERP». Среди развитых стран такими регионами стали Великобритания и Франция.

**Доход от бизнес-приложений в 2008 г. (млн дол.)**

| <b>Компания</b>          | <b>Доход</b> | <b>Компания</b>             | <b>Доход</b> |
|--------------------------|--------------|-----------------------------|--------------|
| 1. SAP                   | 15801        | 26. Ariba                   | 333          |
| 2. Oracle                | 8559         | 27. SAS                     | 319          |
| 3. Sage Group            | 2408         | 28. Activant                | 295          |
| 4. Infor                 | 2208         | 29. RedPrairie              | 293          |
| 5. Dassault Systemes     | 1958         | 30. Lectra                  | 291          |
| 6. Siemens PLM           | 1405         | 31. Deltek Systems          | 289          |
| 7. Microsoft             | 1308         | 32. QAD                     | 263          |
| 8. Cadence               | 1038         | 33. Avaya                   | 262          |
| 9. PTC                   | 1037         | 34. IBS                     | 259          |
| 10. salesforce.com       | 1023         | 35. Telelogic/IBM           | 258          |
| 11. Lawson               | 843          | 36. Digital River           | 256          |
| 12. Mentor Graphics      | 789          | 37. MSC Software            | 254          |
| 13. Kronos               | 662          | 38. CDC Software            | 245          |
| 14. Cegedim Dendrite     | 602          | 39. i2 Technologies         | 243          |
| 15. Agresso              | 528          | 40. Concur                  | 225          |
| 16. amdocs               | 522          | 41. Glovia                  | 212          |
| 17. Autodesk             | 488          | 42. Kenexa                  | 204          |
| 18. Epicor               | 488          | 43. Cisco Systems – ICSG    | 200          |
| 19. Aspect               | 480          | 44. Gerber                  | 196          |
| 20. Verint               | 395          | 45. Ultimate Software       | 179          |
| 21. JDA Software         | 390          | 46. NICE                    | 171          |
| 22. Exact Software       | 390          | 47. Taleo                   | 157          |
| 23. IFS                  | 377          | 48. Netsuite                | 152          |
| 24. Cegid                | 365          | 49. RightNow                | 140          |
| 25. Manhattan Associates | 337          | 50. Bottomline Technologies | 139          |

*Примечание.* Рассматривается только доход от бизнес-приложений («ERP», «SCM», «supply management», «PLM», «HCM» и «CRM») без учета поступлений от «BI» и других автономных приложений.

## Прогноз развития рынка бизнес-приложений по сегментам [24]

| Сегмент           | Объем рынка, млрд дол. |         |      | Прогноз среднего<br>роста<br>в 2010–2013 гг. (%) |
|-------------------|------------------------|---------|------|--|
|                   | 2008                   | Прогноз |      |  |
|                   |                        | 2009    | 2013 |  |
| ERP               | 37,5                   | 36      | 48,1 | 6  |
| SCM               | 6,7                    | 6,3     | 8,2  | 4  |
| Supply Management | 2,8                    | 2,7     | 3,6  | 5  |
| PLM               | 12,4                   | 11,3    | 14,4 | 3  |
| HCM               | 7,8                    | 7,6     | 10,1 | 5  |

Компании субъектов малого бизнеса, по мнению аналитиков, возвращаются на рынок, и этот сегмент станет самым быстро растущим на «ERP»-рынке в ближайшие пять лет. Среди крупных компаний будут популярны проекты по корпоративной стандартизации и консолидации, а также по внедрению дополнительных модулей от тех же «ERP»-вендоров.

Рассматривая перспективы нынешнего года, аналитики полагают, что мировой экономический кризис значительно повлияет на рынок бизнес-приложений. В сегментах «ERP», «SCM», «HCM» и «CRM» ожидается падение на 2–6 %, особенно негативно кризис отразится на продажах новых лицензий. В области «PLM», в связи с проблемами в отраслях автомобилестроения, и высоких технологий, продолжится спад, который достигнет 9 %.

Компании «SAP» и «Oracle» продолжают занимать ведущее положение во всех сегментах, кроме «PLM», поэтому их не затронуло падение спроса в этой области. К тому же, положительное влияние на доходы европейских поставщиков, таких, как «SAP», оказывает рост курса евро по отношению к доллару.

Аналитики выделяют целый ряд положительных моментов, которые могут подстегнуть развитие рынка в последующие годы и обеспечить его рост. Повышается популярность новых способов доступа к программному обеспечению, таких, как «программное обеспечение как услуга» и «вычисления в облаках», где спрос растет гораздо быстрее, чем продажи традиционных лицензий, потому что данные методы позволяют ускорить, упростить и удешевить

внедрение программного обеспечения. В период рецессии эти преимущества выходят на первый план.

Поставщики «ERP»-систем нашли простор для роста в сегменте малого и среднего бизнеса. Поэтому конкуренция здесь увеличивается. На область «SCM» значительное влияние оказывает ужесточение требований к соблюдению нормативов и усилению защиты информации. Спрос на «SCM» подстегивает желание предприятий повысить эффективность управления запасами в связи со снижением и изменением характера спроса. Значение «SCM»-систем в трудные времена возрастает, потому что продуктивность труда и эффективность управления штатом сотрудников необходимо повышать в самых разных отраслях – торговой, производственной и дистрибьюторской. Приложения для управления поставками также важны. Если они интегрированы с финансовыми системами, то компания получает возможность перекрестного управления документами по закупкам и счетам кредиторов, тем самым ускоряя рост оборотного капитала [24].

## **МИРОВОЙ КРИЗИС: НОВЫЕ ИТ-ПОГЛОЩЕНИЯ**

В 2008 г., несмотря на ощутимое влияние финансового кризиса, рынок ИТ-услуг продемонстрировал рост. В то же время традиционно растущие в трудные времена сегменты ИТ-управления и процессного управления показали худшие, чем ожидалось, результаты. По оценкам аналитического агентства «Gartner», объем мирового рынка ИТ-услуг в 2008 г. достиг 806 млрд дол. (на 8, 2 % выше аналогичного показателя 2007 г.). К. Хэйл, вице-президент агентства по исследованию направления ИТ-услуг в мире, отметила: «У вендоров было 6–8 месяцев “обычного” бизнеса в 2008 г., а затем около 4 месяцев вхождения в начинающийся экономический кризис, сопровождаемый масштабным сокращением расходов». Она считает, что единственными двумя сегментами, продемонстрировавшими рост ниже прогнозируемого, были услуги по ИТ-управлению и процессному управлению: «Это стало неожиданностью, так как в тяжелые для экономики времена возможность сокращения расходов за счет аутсорсинга обычно приводит к росту этого сегмента. Тем не менее

в 2008 г. заказчики больше колебались, стоит ли вступать в долгосрочные отношения по аутсорсинговым контрактам» [74].

Исследования компании «Forrester Research» также показали, что в этот период многие инвесторы слишком высоко оценили кризис в телекоммуникациях, из-за чего значительно сократили свои инвестиции в эту отрасль. Компания прогнозирует, что инвесторы поймут ошибку, увеличат инвестиции в телекоммуникационную отрасль и финансовый прирост в ней в 2010 г. составит 4 %. Несмотря на то что глобальный рынок мобильных устройств в течение ближайших 5 лет ожидает спад в продажах телефонов, «Forrester Research» считает, что с 2010 г. кривая спроса перестанет падать и начнет расти, и прогнозирует быстрый рост продаж дорогих устройств после 2009 г. И хотя продаваться их будет меньше, стоимость все компенсирует [19].

Аналитическая компания «ITResearch» подвела итоги продаж настольных персональных компьютеров в России во 2-м квартале 2009 г., отметив, что рынком снова владеет отрицательная динамика: снижение объемных показателей в годовом исчислении составило 45 %, а по сравнению с 1-м кварталом – 9,4 %. Однако эксперты компании «ITResearch» полагают, что динамика должна улучшиться, так как, по мнению старшего эксперта компании «ITResearch» Д. Шульгина, произойдет восстановление объемов потребления в корпоративном и государственном секторах при сохранении стагнации в сфере субъектов малого бизнеса. Во 2-м квартале в список лидеров по объемам продаж в натуральном выражении вошли корпорации «Acer», «Dell», «Hewlett Packard», «Kraftway» и «K-Systems» [109].

Тем не менее в борьбе за финансовую стабильность многие ведущие компании в период кризиса провели массовые сокращения, опровергая собственные декларации, что важнейшим ресурсом компании является персонал. Сокращения в ведущих мировых ИТ-компаниях за последние 6 месяцев превысили 162 тыс. чел. Увольнения персонала проводят такие крупнейшие компании, как «Adobe Systems Inc.», «AMD», «AT&T», «Dell Inc.», «EMC», «Hewlett-Packard Co.», «Lenovo», «Microsoft», «Motorola», «NEC», «Nokia», «Nortel», «Panasonic», «Philips», «SAP», «Seagate», «Sony», «Sony Ericsson», «Sun Microsystems», «Toshiba», «Unisys», «Xerox», «Yahoo! Inc.». Очень сложная ситуация у производителей микроэлектроники и полупроводников.

Несмотря на то что аутсорсинг все сильнее нивелирует влияние географического фактора на деятельность поставщиков ИТ-услуг, «Gartner» все же исследует рынок и в данном аспекте, рассматривая 360 вендоров, на которых приходится свыше 70 % всех затрат на ИТ-услуги в ценах для конечных пользователей. Так, доход индийских поставщиков ИТ-услуг в 2008 г. вырос на 12,9 % (в 2007 г. аналогичный показатель составлял 39,8 %). Индийские компании первыми пострадали от глобального кризиса, с учетом сильной привязки к финансовому сектору и оффшорной разработке приложений, которую, по мнению специалистов компании «Gartner», в кризис относительно безболезненно можно отложить до лучших времен.

Что касается платформ для предоставления ИТ-услуг, в аналитическом агентстве «Gartner» отмечают, что сегмент корпоративных сетей рос в 2008 г. темпами чуть ниже среднерыночных – 6,8 %. При этом операторские сети продемонстрировали высокий показатель роста – 14,2 %. «Стремление телеком-операторов достичь операционной эффективности и роста бизнеса, а также продолжить проекты по трансформации сетей создает дополнительные возможности для поставщиков профессиональных услуг в области сетевой и системной интеграции, а также сервисного управления», – отмечает К. Теннесон, директор по исследованиям «Gartner» [74].

В [<http://www.klerk.ru/soft/n/?156340>] отмечено, что в 2009 г. производители персональных компьютеров почувствовали на рынке увеличение спроса на свою продукцию и стали принимать на работу новых сотрудников. В числе таких нанимателей названы компании «ASUSTeK Computer» («ASUS»), «Pegatron Electronics», «Foxconn Electronics», «Intel» и «NVIDIA». Компания «ASUSTeK Computer» вновь ведет прием на работу в подразделения, занятые разработкой и продажей настольных систем, ноутбуков, телефонов и оборудования связи.

В 2009 г. произошло оживление и на рынке продаж смартфонов, тогда как производители других мобильных телефонов теряют свою долю в связи с ухудшением мировой экономической ситуации. Это подтверждается отчетами компаний «Samsung Electronics», «LG Electronics» («LG») и «Apple». Во 2-м квартале 2009 г. в мире было продано 269,6 млн мобильных телефонов, что на 10,8 % меньше, чем во 2-м квартале 2008 года. Однако, согласно данным исследовательской компании «IDC», эти результаты лучше 1-го квартала, когда

объем продаж сократился на 17,2 %. По данным компании «Strategy Analytics», во 2-м квартале 2009 г. южнокорейские компании «Samsung Electronics» и «LG Electronics» опередили своих крупных конкурентов благодаря росту спроса на телефоны с сенсорными экранами и клавиатурами «QWERTY». Компания «Samsung Electronics» достигла рекордной для себя 19%-й доли на рынке. За 2-й квартал 2009 г. в мире было продано 5,2 млн телефонов «iPhone», разработанных компанией «Apple» и сохранивших 1,9 % доли на рынке [190].

В отчете «Unified Communication and IP Contact Center Market Share and Forecasts» («Рынок унифицированных коммуникаций и IP-контакт-центров: доли вендоров и прогнозы») аналитической компании «Infonetics Research» отмечается, что в 2008 г., несмотря на спад в мировой экономике, объем глобального рынка унифицированных коммуникаций, включающего унифицированные платформы обмена сообщениями и программное обеспечение для коммуникаторов, вырос на 16 %, составив 523,4 млн дол. США.

Поставки клиентского программного обеспечения для коммуникаторов в 2008 г. увеличились на 47 %, а лидером в этом сегменте мирового рынка унифицированных коммуникаций по уровню доходов стала компания «Cisco Systems», поднявшаяся за год с пятого на первое место. Комментируя отчет компании «Infonetics Research», ее главный аналитик рынка корпоративных сетей для передачи голоса и данных М. Мачовински высказал мнение, что, несмотря на сократившиеся корпоративные расходы, в 2009 г. доходы в сегменте коммуникаторов, служащих наиболее важным показателем состояния рынка унифицированных коммуникаций, увеличатся почти вдвое. Это связано с тем, что унифицированные коммуникации позволяют сотрудникам более эффективно взаимодействовать с мобильными и географически распределенными коллегами, а также пользоваться многорежимными коммуникационными услугами для повышения производительности труда [155].

В условиях кризиса улучшаются перспективы компаний «Cisco Systems», «Dell», «Hewlett-Packard», «IBM», «Qwest Communications», «Siemens AG», «United Technologies» и др., способных воспользоваться участием в крупнейших государственных инфраструктурных проектах [68].



Согласно исследованию агентства «Gartner», в 2010 г. затраты на программное обеспечение в корпоративном секторе и ИТ-бюджеты в целом будут расти, т. к. 28 % компаний США, 25 % компаний региона «ЕМЕА» и 30 % компаний Азиатско-Тихоокеанского региона «Asia-Pacific» ожидают, что в следующем году их ИТ-бюджеты вырастут. По мнению аналитиков, это хорошие новости для вендоров программного обеспечения, так как, согласно последним данным, их прибыли в корпоративном секторе в 2009 г. снижаются, причем даже для таких гигантов, как «Microsoft» или «IBM». Рост затрат на программное обеспечение зависит от региона: в Северной Америке они снизятся на 2,06 %, в Латинской Америке вырастут на 2,54 %, в регионе «ЕМЕА» вырастут на 0,45 %, в регионе «Asia-Pacific» вырастут на 4,34 % [<http://www.dailycomm.ru/m/4562/>].

В области развития диверсификации и расширения выполняемых функций можно отметить тот факт, что в последние годы корпорация «IBM» наряду с выпуском традиционной продукции сориентировалась на выпуск программного обеспечения и предоставление услуг, включая различные услуги по аутсорсингу и создание своей поисковой системы. Кроме того, корпорация «IBM» повысила прибыльность за счет сокращения затрат и изменения структуры продаж в пользу более рентабельных контрактов, в частности по оказанию различных услуг и созданию программного обеспечения. При этом общее состояние ИТ-рынка остается сложным. Финансовый директор корпорации «IBM» М. Лоуридж отметил: «Мы по-прежнему находимся в сложном экономическом окружении». По данным исследовательской компании «Gartner», общемировые расходы на информационные технологии сократятся в этом году на 6 %.

Во 2-м квартале 2009 г. корпорация «IBM» получила чистую прибыль в 3,1 млрд дол. (2,32 дол. на акцию) по сравнению с 2,77 млрд дол. (1,97 дол. на акцию) в 2008 г. Средний прогноз аналитиков, согласно опросу «Bloomberg», составил лишь 2,02 дол. Выручка снизилась на 13 %, до 23,25 млрд дол. (средний прогноз рынка был выше – 23,5 млрд дол.), что частично объясняется ростом курса доллара (без учета этого фактора снижение было бы 7 %), а также падением продаж компьютерной техники. В 2009 г. компания ожидает теперь заработать на акцию 9,70 дол., что на 50 центов выше ее прежней оценки [177].

Корпорация «Intel», крупнейший мировой производитель полупроводников, прогнозирует во 2-м квартале 2009 г. выручку до 8,9 млрд дол., что существенно выше среднего прогноза аналитиков, составившего, согласно опросу агентства «Bloomberg», 7,86 млрд дол. [96]. Квартальные показатели и прогнозы «Intel» стали для рынка подтверждением стабилизации спроса на мировом компьютерном рынке. По итогам 2-го квартала корпорация «Intel» получила убыток, однако это стало результатом названного выше огромного штрафа, наложенного на нее антимонопольными органами Евросоюза. Без учета этого фактора прибыль за прошедший квартал также оказалась бы выше прогноза.

Расходы компании на штраф ЕС составили 1,45 млрд дол. В результате убыток во 2-м квартале составил 398 млн дол., или 7 центов на акцию, по сравнению с прибылью в 1,6 млрд дол., или 28 центов в 2008 г. Если бы не штраф, прибыль компании была бы 18 центов на акцию (прогноз аналитиков составлял в среднем 8 центов). Выручка во 2-м квартале снизилась по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 15 %, до 8,02 млрд дол. (прогноз составлял, по данным «Bloomberg», 7,29 млрд дол., по другим опросам – 7,3 млрд дол.). Руководство корпорации «Intel» ожидает, что во 2-м полугодии 2009 г. спрос на рынке укрепитесь за счет сезонных факторов.

Свидетельством оживления рынка является и тот факт, что крупнейший в мире контрактный производитель микросхем компания «Taiwan Semiconductor Manufacturing Company» («TSMC») с апреля ввела стандартный пятидневный режим работы для своих сотрудников в связи с ростом числа заказов. Из-за падения спроса на продукцию компания вынуждена была ранее сократить объемы выпуска и отправлять своих сотрудников в неоплачиваемые отгулы. В компании признают, что, несмотря на рост числа заказов, существенных положительных изменений в экономике пока нет. Поэтому они будут внимательно следить за рынком, реагировать на его изменения и в случае необходимости вновь сократят число рабочих дней.

Ранее крупнейший в мире контрактный производитель электроники «Hon Hai Precision Industry», известный под именем «Foxconn», после массовых увольнений также приступил к приему нового персонала в Китае. Компания собирает широкий спектр продуктов – от «Apple iPhone 3G» до «Sony PlayStation 3».

Очень важно, что правительства многих стран не оставляют без поддержки ИТ-отрасль в период мирового кризиса. Например, Госсовет Китайской Народной Республики в 2009 г. опубликовал план ускоренного развития пострадавшей от экономического кризиса ИТ-отрасли. В течение трех последующих лет предполагается создать в ней 1,5 млн рабочих мест. Китайские компании должны укрепиться в роли равноправных участников мирового рынка телекоммуникаций и интегральных схем. Особое внимание уделяется продвижению в других странах китайского стандарта сотовой связи третьего поколения «TD-SCDMA». Важным направлением будет поддержка производства дешевых компьютеров на базе собственных разработок процессоров, известных под названиями «Godson» и «Loongson». Одновременно китайским компаниям помогут в приобретении активов и выходе на рынки за рубежом, особенно в развивающихся странах. Производители электроники получают новые экспортные льготы, а государство будет стимулировать спрос внутри страны [14].

Серьезное внимание названной проблеме уделяют и другие страны. Например, выступая в 2009 г. на обсуждении плана «Digital Britain», разработанного Министерством связи Великобритании, премьер-министр страны Г. Браун заявил, что для вывода экономики из кризиса необходимо развивать электронную инфраструктуру страны. Расширение доступа к высокоскоростной связи и повышение уровня образования населения в области информационных технологий должны стать основой восстановления экономики. Согласно плану «Digital Britain», к 2012 г. широкополосной связью должна быть охвачена вся территория Великобритании [<http://www.osp.ru/cw/2009/14/7863996/>].

В работе А. Колесова [59] дан анализ финансовых показателей ИТ-корпораций «Microsoft», «IBM», «Intel», «EMC», «Sun», «SAP», «VMware», «Google», «HP», «Cisco», «Oracle» за четыре квартала, начиная с 01.07.2008 г., который показал, что на ИТ-рынке в 3-м квартале 2008 г. кризис почти никак не отразился на результатах деятельности компаний, но потом пошло общее снижение темпов роста продаж (по сравнению с аналогичным периодом прошлого года).

А. Колесов отмечает, что в целом ИТ-гиганты успешно переживают кризис, почти все (за исключением «Sun»), несмотря на падение доходов, сохраняют прибыльность бизнеса, хотя этот показатель

снизились по сравнению с докризисным периодом, при этом софтверный и сервисный бизнес оказался более устойчивыми к рыночным катаклизмам, чем аппаратный. Не случайно корпорация «IBM» в последние годы сокращает долю аппаратных средств и усиливает софтверный бизнес. В 2008 г. доходы «IBM» впервые превысили 100 млрд дол. (103,6 млрд дол.), а доля ее ИТ-услуг в бизнесе (ИТ- и бизнес-консалтинг) стала больше половины (56 %). В 4-м квартале 2008 г. снизились поставки железа на 20,2 %, услуг ИТ- и бизнес-консалтинга – на 3,7 и 4,5 % соответственно, продажи софта немного возросли – на 2,6 %. Но даже снизив продажи, корпорация «IBM» смогла увеличить прибыль.

В этот же период корпорации «Intel» помешали проблемы в сегменте аппаратных средств, прибыль упала почти до нуля (в 2008 г. она составила 5,3 млрд дол.). У корпорации «Microsoft» уменьшаются продажи настольных операционных систем с начала 2008 г., но даже в кризисных условиях растут поставки ее серверных продуктов. Компания «VMware», опираясь на востребованные технологии виртуализации программного обеспечения, сохранила положительную динамику продаж, хотя относительное падение темпов роста за год у нее очень значительное. Корпорация «Google» продолжает сохранять высокую динамику бизнеса, хотя ее показатели сейчас ниже, чем год назад. У корпорации «Sun» за 3-й квартал 2008 г. образовался убыток почти в 2 млрд дол., хотя объем продаж уменьшился всего на 7 % из-за взятых ранее кредитов на покупку компаний (например, в начале 2008 г. «MySQL» за 1 млрд дол.) и из-за резкого падения рыночной цены приобретенных ранее активов. А. Колесов, резюмируя, отмечает падение ИТ-рынка во 2-м квартале 2009 г. [59].

Мировой финансово-экономический кризис ударил по большинству компаний ИТ-сектора, хотя и не столь сильно, как во время краха доткомов (дотком – это ставшее нарицательным название компаний, бизнес-модель которых целиком основывается на работе в рамках сети Интернет. Бум доткомов – это взлет акций интернет-компаний, преимущественно американских, появление большого количества новых интернет-компаний и переориентировка старых компаний на интернет-бизнес в конце XX века. При этом акции компаний, предлагавших использовать Интернет для получения дохода, баснословно взлетели в цене. В итоге произошел крах,

большинство компаний-доткомов лопнули вместе с американской биржей акций в 2001 г.).

Согласно данным исследовательской компании «IDC», продажи персональных компьютеров упали в 1-м квартале 2009 г. на 7,1 % по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. В условиях кризиса ни одна из компаний не застрахована от убытков, поэтому единственным важным фактором является количество свободных денежных средств [186].

Но И. Мурковски, старший консультант по европейским ИТ-рынкам компании «GfK Retail and Technology», специализирующейся на исследовании продаж высокотехнологичной продукции в 80 странах мира, выступая на июньском форуме 2009 г. «DISTREE IT Channel Week», считает, что на компьютерном рынке еще есть продукты, спрос на которые растет и торговать которыми выгодно. К таковым, по ее мнению, относятся небольшие портативные компьютеры, Web-камеры, мыши для ноутбуков, беспроводные устройства и ряд других изделий. Если проводить более глубокую сегментацию, то можно заметить, что нетбуки теснят с рынка настольные компьютеры, доля которых в странах Европы с сентября 2008 г. по март 2009 г., по оценкам компании «GfK Retail and Technology», снизилась с 26 до 21 % (за этот же период доля нетбуков увеличилась с 8 до 16 %). В то же время позиции универсальных портативных компьютеров (около 50 % рынка) и ноутбуков класса «замена настольного ПК» (приблизительно 12 % рынка) практически не колебались [81].

Нельзя не отметить, что и в нынешних непростых условиях многие ИТ-компании продолжают развиваться, например компания «China Mobile Limited» (создана в 1997 г., главный офис расположен в Гонконге). На данный момент этот мобильный оператор обладает самой обширной сетью цифровой связи и самой большой базой абонентов в мире. Китайский рынок мобильной связи демонстрирует беспрецедентные темпы технологического роста и территориального продвижения. В феврале 2007 г. общее число клиентов компании достигло 311 млн чел. Только за июль 2007 г. число абонентов «China Mobile» увеличилось на 5,6 млн, а по состоянию на октябрь 2008 г. количество абонентов достигло 414,6 млн чел. (число абонентов «China Mobile» больше, чем население США).

Можно констатировать, что, несмотря на ощутимое влияние финансового кризиса, рынок ИТ-услуг продемонстрировал рост, причем в сложнейшей ситуации многие ИТ-корпорации показали способность не только выстоять, но и продолжить жесткую конкурентную борьбу на рынке ИТ-товаров и ИТ-услуг. При этом потери рынка ИТ оказались значительно ниже предсказываемых экспертами и значительно ниже, чем во многих других сферах предпринимательства. Более того, в 2009 г. отмечается уже некоторое оживление ИТ-рынка.

Интересно и то, что ИТ-гиганты в последние годы проявили способность не только конкурировать между собой, но и объединяться в решении общих проблем. Ярким примером этого является создание треста 11 высокотехнологичных компаний, созданного для объединения сил в покупке, лицензировании и продаже стратегических патентов. О существовании Первого союзнического треста безопасности («Allied Security Trust I») стало известно в 2008 г. после публикаций в ряде СМИ. Генеральный директор треста Б. Хинман отметил, что трест стремится снизить возрастающие расходы на судебные тяжбы путем упреждающих покупок ключевых патентов в момент их появления на рынке. Ширится число компаний, делающих регистрацию патентов частью своего бизнеса, многие из них являются «патентными троллями», которые не производят никаких других продуктов, кроме патентов, предназначенных для дальнейшей продажи, лицензирования и обоснования судебных исков. «Мы являемся агентством по закупке патентов от имени нашей организации, а не инвестиционным аппаратом, и в наши цели не входит получение денег», – отметил Хинман.

В трест «Allied Security Trust I» входят корпорации «Cisco Systems», «Ericsson», «Google», «Hewlett-Packard», «Verizon» и еще 6 компаний, пожелавших скрыть свое имя. На момент создания (март 2007 г.) в нем числилось 4 участника. Каждая компания выплачивает 5 млн дол. в качестве членского взноса, используемые как оборотные средства для покупки патентов, на которые иначе пришлось бы получать лицензии. Трест работает с 38 патентными брокерами, еженедельно готовящими список доступных к покупке патентов, которые трест распространяет среди своих участников. Они выбирают необходимые позиции, а трест им перепродает эти патенты, выкупленные у держателей, вместе с доходами. Но должно пройти определенное время, чтобы возместить часть инвестиционных

расходов, поскольку трест не является патентным холдингом. Некоторые специалисты считают вполне реальной возможность формирования и других подобных альянсов [25].

Подтверждением как соглашений ИТ-гигантов, так и значимости для них рынка интеллектуальной собственности являются сведения о том, что корпорации «Microsoft», «Dell», «Hewlett-Packard», «Apple» и «Netgear» подали иск против австралийской организации «CSIRO» («Commonwealth Scientific and Industrial Research Organisation»), владеющей патентами на технологии, используемые в беспроводных локальных сетях («WLAN», «Wi-Fi» и др.). Цель иска – не платить лицензионные отчисления. Представители «CSIRO» заявили, что ИТ-гиганты начали судебное разбирательство с целью отобрать у них патент. «Частью нашего бизнеса было создание высококачественной интеллектуальной собственности, и мы готовы защищать ее», – отметил исполнительный директор «CSIRO» Д. Герретт.

Ведущие ИТ-компании уже сейчас активно работают на создание перспективных рынков и готовятся к конкуренции на них, участвуя в развитии новых высокотехнологичных отраслей, включая биотехнологии. Например, суперкомпьютеры корпорации «Compaq» уже использованы специалистами компании «Celera Genomics». Компания «Celera Genomics» и консорциум «Human Genome Project» уже представили черновой вариант генетической карты человека. Растущая потребность в мощных компьютерах со стороны исследовательских центров означает расширение пока еще небольшого, но потенциально огромного рынка. По некоторым оценкам, в ближайшие три-четыре года он увеличится в десять раз. Поэтому и корпорация «IBM» выделила 100 млн дол. на создание суперкомпьютера «Blue Gene», способного выполнять квадриллион операций в секунду и предназначенного специально для изучения белковых структур.

Корпорация «IBM» активно разрабатывает системы хранения информации, намереваясь вытеснить из этой ниши корпорацию «Oracle Corp.». С этой целью она может начать сотрудничество с крупными фармацевтическими компаниями, которые используют последние данные, полученные в ходе исследований, и собственные архивы. Эти компании оказались в трудном положении, поскольку подобная информация часто хранится в различных и порой несопоставимых форматах. Именно такую проблему решает корпорация

«IBM», специализируясь на распределенных базах данных [<http://www.computerra.ru/offline/2001/423/14501/>].

Биотехнологиями интересуются и другие ведущие ИТ-компании. Так, корпорация «Sun Microsystems» сформировала консорциум с целью создания открытой платформы для биоиндустрии. Компания «Silicon Graphics» поставляет серверы, рабочие станции и инструменты для 3D-визуализации. Компания «Motorola» разрабатывает кремниевые биочипы, применяющиеся для анализа ДНК. Подписаны многочисленные контракты о поставке целого пакета, включающего собственно чипы, а также специальное оборудование, химические реагенты и программное обеспечение для генетических исследований.

Помимо аппаратных и программных разработок, компьютерные корпорации предлагают биотехнологам сотни миллионов долларов прямых инвестиций. «IBM» и «Compaq» поддерживают больше двух десятков молодых компаний, не скупясь на генетические и белковые исследования. Б. Гейтс, П. Аллен (соучредитель корпорации «Microsoft», основанной им вместе с Б. Гейтсом в 1975 г.) и Л. Эллисон (основатель и руководитель корпорации «Oracle Corp.») – трое из четырех самых богатых людей планеты – являются крупнейшими частными инвесторами, тратящими немалые суммы на развитие новой индустрии. Под конкретные проекты щедро выделяются деньги. Для Эллисона особый интерес представляют исследования процессов старения. Мотив для поддержки этого направления очень серьезный. «Эликсир молодости», формулу которого пытаются вывести на основе генетических данных, обещает стать настоящей золотой жилой. Видимо, руководители ИТ-гигантов полагают, что новый сектор компенсирует вкладываемые средства, и направляют крупные суммы на счета биотехнологических компаний как вложения в потенциальный рынок [<http://www.computerra.ru/offline/2001/423/14501/>].

Мировой кризис, как показано выше, безусловно, сказался на результативности ИТ-корпораций. Интересно по этому поводу мнение Э. Дайсон, крупного международного инвестора: «Глобальный финансовый кризис затронул все отрасли экономики. Интернет сегодня уже часть экономики, поэтому нет ничего удивительного в том, что проблемы испытывают и организации, ведущие бизнес в Сети. Понятно, что в ближайшее время интернет-компании – как и другие – столкнутся с трудностями в получении финансирования.



В то же время, если вы решили сберечь деньги, если вы хотите быть эффективным, то Интернет в большинстве случаев поможет вам в этом. Ведь Сеть – это прекрасная возможность для экономии! Здесь можно найти более дешевые товары, использовать тот же Skype, чтобы сократить затраты на телефонию... Вариантов множество. А значит, компании, предоставляющие такие сервисы, на фоне кризиса окажутся в выигрышном положении. <...> С наступлением кризиса традиционные бизнес-модели начнут отмирать, а Интернет будет помогать бизнесу стать более эффективным. В первую очередь это касается малого и среднего бизнеса. Сеть станет источником эффективности для всех, но меняться и приспосабливаться к новым условиям проще небольшой компании. После кризиса мы увидим мир совсем другим. Он станет куда более конкурентным, чем сегодня. Будет меньше “толстяков”, которые в итоге поплатятся за свою неповоротливость» [147].

Очевидно, что под «поворотливостью» Э. Дайсон имела в виду способность корпораций оперативно принимать эффективные решения, направленные на расширение своего бизнеса, даже в условиях финансового кризиса. Вариантов тут достаточно много, в их числе расширение выпуска своей продукции (например, корейские ИТ-гиганты «Samsung Electronics» и «LG Electronics» в 2009 г. резко увеличили заказы на сборку мобильных телефонов и поставку комплектующих на Тайване, чтобы значительно увеличить свою долю на мировом рынке сотовых телефонов [<http://www.astera.ru/news/?id=66997>]) и поглощение других компаний.

Приведенные выше факты поглощений в ИТ-сфере в последние годы, в т. ч. и в период мирового кризиса, этим не исчерпываются. Более того, для крупнейших ИТ-компаний в условиях интеграции и глобализации характерно объективное стремление к росту масштабов своей деятельности, увеличению абсолютных размеров и монополизации, что является естественным результатом свободной конкуренции, механизмом преодоления преград, естественных противоречий рыночного развития посредством концентрации и централизации капитала.

Когда осенью 2009 г. начался кризис финансовой отрасли и на бирже произошел обвал, глава компании «Oracle» Л. Эллисон одним из первых объявил об открытии сезона покупок, во время которого даже самые знаменитые гранды отрасли могут быть

поглощены из-за низкой стоимости их акций. И действительно, за 52 недели акции многих производителей «железа» и программного обеспечения упали на 30–50 %, несмотря на недавний подъем финансового рынка, пусть и небольшой.

В условиях кризиса активизировалось поглощение перспективных компаний путем приобретения их резко подешевевших активов. Например, «IBM» сделала попытки приобрести находящуюся в тяжелом положении компанию «Sun Microsystems», чьи серверы существенно дороже менее надежных серверов «Hewlett-Packard» и «Dell». После провала переговоров с «IBM» неожиданно для многих «Sun Microsystems» решила купить за 7,4 млрд дол. ведущий разработчик ПО для баз данных «Oracle».

Тайваньская компьютерная корпорация «Acer» приобрела в 2008 г. фирму «Packard Bell NV» и упрочила свое положение (3-е место) на мировом компьютерном рынке. Крупнейшие компьютерные компании – американская «Dell» и четвертая по величине в мире китайская «Lenovo» – активно ищут варианты увеличения своей доли на рынке путем приобретения крупных региональных производителей, таких, как бразильская компания «Positivo5», или других активов [68].

В 2009 г. американская компания «VMWare» (штат Калифорния) объявила о приобретении калифорнийской компании «SpringSource» – создателя популярной среды разработки для «Java»-приложений «Spring». Компания «VMWare» выплатит 362 млн дол. наличными и акциями, а также примет на себя обязательства по сток-опционам на сумму 58 млн дол. [199]. В 2007 г. доход этой компании составлял 1,33 млрд дол., число заказчиков было свыше 120 тыс. [<http://www.lwcom.ru/partners/?do=info&id=46>].

Компания «SpringSource» известна как ведущий поставщик инструментария для разработки корпоративных «Java»-приложений, ведущий разработчик языка программирования «Groovy» и платформы для создания веб-приложений «Grails»; ее продуктами пользуются более двух миллионов разработчиков. Самым популярным продуктом стала «open source» – платформа «Spring» [<http://www.nestor.minsk.by/kg/news/2009/08/1315.html>].

Президент компании «VMWare» П. Маритц сообщил, что «благодаря объединению, SpringSource и VMWare оказываются на перекрестке важнейших течений рынка программного обеспечения:

виртуализации, современных сред разработки приложений и облачных вычислений». Компании «VMWare» и «SpringSource» планируют выпустить интегрированные облачные средства разработок «Platform-as-a-Service», которые будут располагаться в ЦОДах клиентов или у провайдеров облачных сервисов. С помощью этих средств клиенты смогут создавать корпоративные и веб-приложения и использовать их во внутренних и внешних облаках «VMWare vSphere». В своем блоге генеральный директор компании «SpringSource» Р. Джонсон рассказал, что компании выпускают интегрированное решение для создания и управления приложениями в ЦОДах, частных и общественных облаках, которое будет работать на серверах приложений «Java EE» в традиционных ЦОДах или же в «Amazon EC2» и других средах, а также на платформе «VMWare» [199].

В то же время, говоря о поглощении компанией «VMWare» компании «SpringSource», занимающейся корпоративными решениями на базе «Java», нельзя не отметить приобретение компанией «SpringSource» «Open Source»-компания «Hyperic», создавшей программное обеспечение для управления ИТ-инфраструктурой предприятия. После этой покупки «SpringSource» сможет предложить покупателям набор продуктов, покрывающий весь жизненный цикл «Java»-приложений: создание корпоративного программного обеспечения, его эксплуатацию и управление. «Open Source»-приложения компании «Hyperic», доступные под лицензией «GNU GPL», обеспечивают мониторинг операционных систем, виртуальных машин, программ, СУБД, аппаратного обеспечения. При этом серверный компонент «Hyperic HQ server» функционирует поверх сервера «Java»-приложений «JBoss Application Server» и работает на таких платформах, как «GNU/Linux», «Windows», «Solaris», «HP-UX» и «Mac OS X», а само управление осуществляется через веб-интерфейс. Стоит также отметить, что в конце 2008 г. компания «SpringSource» поглотила другую «Open Source»-компанию – «G2One», которая известна такими программными продуктами, как «Groovy» и «Grails» [194].

Консолидация ИТ-компаний – закономерное явление. Крупные игроки и в прежние времена покупали небольшие фирмы и инновационные стартапы ради расширения продуктового портфеля и приобретения новых технологий. Однако настоящая ситуация, вызванная

мировым кризисом, может существенно отличаться от того, что было раньше, из-за участия в ней гигантов отрасли – «IBM», «HP», «Dell», «Cisco», «EMC» и «NetApp». Если бы не финансовая нестабильность и проблемы с кредитами, ИТ-отрасль консолидировалась бы гораздо быстрее, по мнению аналитиков [30].

Свидетельством того, что слияния и поглощения вызывают интерес инвесторов в период мирового кризиса в 2009 г., является и то, что социальная сеть «MySpace», потерявшая позиции по отношению к конкурирующей компании «Facebook», объявила о приобретении музыкального сайта «iLike», который, интегрированный с «Facebook», «Orkut», «hi5» и «Vebo», позволяет обмениваться музыкой и музыкальными рекомендациями, получать оповещения о проводимых концертах. На этом сайте зарегистрировано 55 млн пользователей.

Аналитики компании «Forrester Research» прогнозируют рост активности инвесторов в секторе сделок поглощения компаний, особенно в сегменте бизнес-аналитики. Объявленные планы корпорации «IBM» по поглощению компании «SPSS» – разработчика статистического программного обеспечения – стимулируют конкурирующие корпорации «Oracle» и «SAP» на совершение подобных приобретений, при этом компания «SAS» – поставщик статистических и бизнес-аналитических решений – является, как полагают эксперты, очевидным кандидатом на покупку. Крупнейшее ИТ-поглощение 2009 г. – покупка корпорацией «Oracle» компании «Sun Microsystems» за 7,4 млрд дол. – одобрено Министерством юстиции США [[http://www.osp.ru/news/2009/0824/9929192/?rss\\_feed=123456](http://www.osp.ru/news/2009/0824/9929192/?rss_feed=123456)].

Корпорация «Sun Microsystems» провела крупную реорганизацию, сократив более 1 500 сотрудников по маркетингу и продажам. Ее новое подразделение «Global Accounts and Industries» будет заниматься обслуживанием крупных заказчиков из телекоммуникационной, финансовой, государственной, образовательной отраслей и здравоохранения. Сотрудники по отраслевым продажам и технические специалисты будут отвечать за доходы от всех продаж (прямых и через партнеров), поступающие от тех заказчиков, которые не входят в число крупных международных корпораций.

Корпорация «Sun Microsystems» попала в трудное положение еще в сентябре 2009 г., когда объявила о квартальных убытках в размере 1,2 млрд дол. Пионер в области высокопроизводительных серверов оказался в проигрыше из-за растущей популярности

x86-серверов корпораций «Hewlett Packard Co.» и «Dell Inc.», а также из-за того, что так и не смог как следует заработать на технологии «Java» и «СУБД MySQL».

Хотя корпорация «IBM», поглотив «Sun Microsystems», могла бы увеличить свою долю на серверном рынке на 10 % и заняла бы доминирующее положение в сегменте UNIX-серверов, по мнению экспертов, союз между ними не стал бы удачным, т. к. они имеют значительное пересечение по продуктовым линейкам в области серверов, систем хранения, программного обеспечения, средств защиты и ИТ-услуг.

Некоторые эксперты считают, что лучше бы корпорация «Sun Microsystems» была приобретена корпорацией «Cisco Systems», имеющей амбициозные планы по выходу на рынок серверов и систем хранения. Но сделка с «IBM» не состоялась [30].

Корпорация «Dell Inc.» также нацелена на рынок блейд-серверов. Ее глава М. Делл сказал, что они сейчас активно занимаются поиском объектов для покупок, которые позволят укрепить позиции в корпоративном сегменте рынков серверов, систем хранения, программного обеспечения, продуктов для ЦОДов и ИТ-услуг. «Если посмотреть на наши последние приобретения, то станет видно, что все они были направлены на расширение присутствия в этих областях», – заявил он [<http://www.shopcisco.ru/news.php?id=232>].

В то время как сообщество ИТ-поставщиков лишь волнуется по поводу консолидации отрасли, корпорация «Dell Inc.» уже ощущает давление конкурентов. За последние два года доля корпорации «Dell Inc.» на рынках серверов и персональных компьютеров сокращалась в результате активного наступления партнерского канала корпорации «Hewlett Packard Co», соответственно падали прибыль и стоимость акций. Если бы корпорация «IBM» купила корпорацию «Sun Microsystems», компания «Dell Inc.» со своей 10%-й долей осталась бы далеко позади двух лидеров серверного рынка.

После покупки компании «EqualLogic» в 2007 г. корпорация «Dell Inc.» возлагает большие надежды на рынок систем хранения. Не случайно Д. Перриш, руководитель канала продаж компании «NetApp», сказала, что ее беспокоит конкуренция со стороны корпорации «Dell Inc.».

Аналитики считают, что корпорации «Dell Inc.» нужно сосредоточиться на решении своих насущных проблем, заняться тактическими

покупками, направленными на увеличение доли рынка, расширение клиентской базы и повышение объема продаж. Именно поэтому корпорация «Dell Inc.» недавно изменила свою классическую политику прямых продаж и заключила с компаниями «Ingram Micro» и «Tech Data» дистрибьюторские контракты, направленные на продвижение ноутбуков «Vostro». Г. Дэвис, глава корпорации «Dell Inc.» по партнерской сети, объяснил: «Нам выгоднее воспользоваться каналами продаж Ingram Micro и Tech Data, чем конкурировать с ними. Вместо того чтобы терять покупателей, мы их приобретем» [<http://www.shopcisco.ru/news.php?id=232>].

Для реселлеров это решение «Dell Inc.» означает возможность сравнивать цены на продукты «Dell Inc.», «Hewlett Packard Co.», «Lenovo Group» и «Acer» у одного дистрибьютора, иметь доступ к единому источнику кредита и быстрее доставлять покупки заказчикам. По мнению наблюдателей, альянс «Dell Inc.» с дистрибьюторами приведет к усилению конкуренции с другими поставщиками, особенно с корпорацией «Hewlett Packard Co.».

Кроме того, «Dell Inc.» проявляет явный интерес к рынку смартфонов. Аналитики называют кандидатом на покупку компанию «Palm», которая находится в трудном положении. Причина – наблюдателей не особенно впечатлили смартфоны, которые собирается выпустить «Dell Inc.».

Аналитики считают, что, по всей вероятности, «Dell Inc.» совершит несколько крупных стратегических приобретений, направленных на расширение продуктового портфеля. Главным остается вопрос, какая часть новых продуктов будет продвигаться через канал, а какая – напрямую [30].

В 2008 г. корпорация «Hewlett Packard Co.» («HP») и компания «Electronic Data Systems» («EDS») объявили о заключении сделки, в результате которой компания «Electronic Data Systems» перейдет в собственность корпорации «Hewlett-Packard»; стоимость контракта – 13,9 млрд дол. США, или 25 дол. за акцию. Это второе по величине приобретение корпорации «Hewlett-Packard Co.» за всю историю существования (ее крупнейшая сделка – приобретение американской компании «Compaq» за 20 млрд дол.) [30].

Агрессивную скупку крупных игроков рынка мобильных приложений и начинающих стартапов в последние годы вела компания «Nokia», потратив за несколько лет почти 9 млрд дол. на поглощения.

В числе ее покупок: «Navteq» – крупнейший поставщик карт для навигации и разработчик навигационных сервисов (8,1 млрд дол.), «Trolltech» – разработчик кросс-платформенных решений для мобильных ОС (свыше 150 млн дол.), «Loudeye» – музыкальный интернет-магазин (около 60 млн дол.), «Gate5» – сервис приложений для навигации, «Enpocket» – система мобильной рекламы (несколько сотен млн дол.), «Twango» – фотовидеомузикальный портал (90–100 млн дол.), «Avvenu» – сервис удаленного доступа к компьютеру с телефона (несколько десятков млн дол.), «Plazes» – социальная сеть с сервисами «LBS», «Oz Communications» [84].

Компания «Electronic Data Systems» занимается аутсорсингом, имеет высокую репутацию; ее основные клиенты расположены в корпоративном секторе – это банки, госпитали, супермаркеты, предприятия энергетики и т. д. Она является одним из крупнейших в мире провайдеров компьютерных услуг.

В последние годы корпорация «Hewlett-Packard Co.» динамично развивалась, купив при этом компании «Mercury interactive», «Opsware» и «Neoware». Приобретя компанию «Electronic Data Systems» с годовым доходом 22 млрд дол., корпорация «Hewlett-Packard Co.» вплотную приблизилась к своему конкуренту – компании «IBM». Исполнительный директор «Hewlett-Packard Co.» М. Херд в интервью заявил, что приобретение компании «Electronic Data Systems» было необходимо «для расширения возможностей компании».

Однако аналитики отмечают, что примерно две трети из 140 тыс. работников компании «Electronic Data Systems» находятся в США (у «Hewlett-Packard Co.» – 172 тыс. чел.), а это более дорогая рабочая сила по сравнению с представителями азиатского региона, что нельзя назвать положительным фактором в конкурентной борьбе [172].

В 2009 г. корпорация «Hewlett Packard Co.» пока не высказывалась относительно планов покупок и поглощений. Разные источники сообщают, что компания недовольна сделкой корпорации «Dell Inc.» с дистрибьюторами и отложила выделение сетевого подразделения «ProCurve», так как и кооперация «Cisco Systems» планирует выйти на серверный рынок.

«Hewlett Packard Co.», завершив поглощение компании «Electronic Data Systems», старается извлечь побольше выгоды из своего нынешнего продуктового портфеля и продолжить рост бизнеса. В апреле 2009 г. она подписала соглашение о продвижении продуктов

компания «McAfee» своим корпоративным заказчиком. Эта сделка имеет большое значение, потому что часть бизнеса, которым занимается компания «McAfee», может перейти к корпорации «Hewlett Packard Co.». Возможно, этот альянс – проверка предполагаемого будущего слияния [30].

Аналитики ожидают, что корпорация «Hewlett Packard», вероятно, совершит несколько тактических покупок, таких, как поглощение поставщика программных средств защиты компании «SPI Dynamics». Естественно на нее будут влиять поглощения, которые совершат конкуренты, и собственная стратегия роста [30].

Профессор Н. Ю. Кони́на в 2009 г. также акцентировала внимание на глубоких переменах, происходящих на мировом рынке ИКТ, в котором конкурентное преимущество обеспечивается созданием новых продуктов и услуг для покупателей и формированием у них новых потребностей, а вновь созданные ИКТ и глобализация приводят к появлению новых нетрадиционных конкурентов, ломающих сложившееся годами соотношение сил.

По мнению аналитиков [30], спад в экономике сильно повлиял на большинство ИТ-игроков. Объем продаж и оборот сократились, а стоимость акций упала. Тем не менее некоторые крупные игроки и в период мирового кризиса имеют серьезные финансовые средства для подстегивания волны слияний и поглощений. В их число аналитики включают компании в следующем порядке: «Cisco Systems», «Microsoft», «Google», «Oracle Corp.», «Hewlett-Packard Co.», «IBM», «Dell Inc.», «EMC» [30].

## **КРУПНЕЙШИЕ ИТ-КОМПАНИИ РОССИИ**

«Совокупная выручка 100 крупнейших ИКТ-компаний России по итогам 2007 г. выросла на 33,7 %, до 516 млрд руб.», – говорится в отчете «CNews Analytics». По сравнению с прошлым годом темпы роста лидеров увеличились, что связано с консолидацией рынка в руках крупнейших ИТ-компаний [27].

Впервые за всю историю рейтинга «CNews100» изменился лидер – на первое место вышла Национальная компьютерная корпорация, отеснив «Merlion» на второе место. «Однако сам по себе этот факт вряд ли свидетельствует о переходе рынка на новый виток развития –



от дистрибуционной к сервисной ориентации. При вроде бы уже очевидном крене в сторону сервисов и расширении этой составляющей в бизнесе большинства компаний дистрибьюторская доминанта в их выручке по-прежнему сохраняется», – сообщается в отчете «CNews Analytics». При этом выделить долю ИТ-услуг в выручке системных интеграторов пока непросто, так как в рамках проектов компании помимо сервисов осуществляют поставки оборудования и программного обеспечения.

«В сегменте дистрибуции стагнации пока действительно не наблюдается. Дистрибьюторы пока имеют потенциал расти быстрее рынка. К тому же многие дистрибьюторы и сами занимаются оказанием некоторых ИТ-сервисов», – соглашается руководитель PR-службы «Merlion» И. Шеховцова [27].

При этом наблюдается снижение числа компаний, работающих в сфере системной интеграции. Количество системных интеграторов в рейтинге «CNews100» за год сократилось почти в два раза, до 21 %. Бизнес некоторых интеграторов становится смешанным за счет выхода компаний в другие ИТ-сегменты. В итоге доля смешанных компаний от общего числа составила 26 %.

Первая десятка ИТ-компаний «CNews100» устойчиво сохраняет свою долю в общей выручке на уровне около 60 %. В 2007 г. этот показатель вырос на 1,1 п. п., до 59,1 %. «Цена» входа в «CNews100» для компаний продолжает расти – с 2006 г. планка поднялась с 300 до 342 млн руб. Такие данные связаны с тенденцией к консолидации на российском ИТ-рынке, которая привела к образованию новых гигантов отрасли. В частности, речь идет о слиянии «IBS» с «Борла-сом» и «Систематики» с «TopS BI».

Большинство компаний из первой десятки продемонстрировали рост в пределах 20–40 %, то есть близко к среднерыночному показателю. Рекордсменом по темпам роста стал «Компьюлинк», выручка которого увеличилась на 367,9 %. Компания объясняет свой рост консолидационной стратегией, проводимой в последние годы. В частности, «Компьюлинк» приобрела в 2006–2007 гг. «Кворум» и «Redlab». Кроме того, бизнес поглощенной в 2005 г. «GMCS» вырос за прошлый год в четыре раза.

«Темпы роста 100 крупнейших компаний связаны с консолидацией. На рынке нарастает волна слияний и поглощений, поэтому их участники – компании-лидеры – растут в среднем быстрее рынка.

Основным фактором роста является устойчиво высокий спрос – как на ИТ-услуги, так и на оборудование», – считает заместитель генерального директора «IBS» Е. Пескин [27].

«Значительный рост крупных ИТ-компаний обусловлен прежде всего активным процессом консолидаций на ИТ-рынке и привлечением инвестиций. Также это связано с активным развитием государственного сегмента и увеличением количества проектов для государственных структур», – считает генеральный директор компании «Verysell Проекты» А. Гнездилов. Также рост лидеров ИТ-рынка во многом обусловлен тем, что крупные предприятия предпочитают иметь дело с самыми большими ИТ-компаниями. «Крупные ИТ-компании имеют многолетнюю историю и обладают сбалансированным портфелем решений», – резюмирует А. Гнездилов [27].

По мнению заместителя генерального директора компании «Микротест» К. Анисимова, большинство ИТ-компаний из *Ton-100* завышают данные о своей выручке и росте, достигнутых в 2007 г.: «У нас практически нет публичных ИТ-компаний, да и на финансовых рынках, где требуется большая прозрачность, ИТ-компании денежные средства почти не привлекают. Поэтому данные компаний проверить практически невозможно, из чего появляется большой соблазн приукрасить действительность, чтобы выглядеть более привлекательно в глазах потенциальных заказчиков. Как результат, мы имеем несколько переоцененный рынок в целом», – считает К. Анисимов. По его прогнозам, в 2008 г. рынок будет расти неплохими по мировым меркам темпами, но все-таки они не превысят 15–20 %. «Времена, когда компании могли увеличивать свой бизнес в разы, уже прошли», – констатировал он [27].

По оценкам аналитической компании «IDC», объем российского ИТ-рынка в 2007 г. вырос на 27 %, до 18,6 млрд дол. Наиболее быстрыми темпами увеличился сегмент продажи коробочного ПО – рост составил 60 %. По мнению аналитика «IDC» Т. Фарукшина, такому росту способствовала борьба с пиратством. «В 2008 году рост немного замедлится, но, по нашим прогнозам, превысит 20 %. Тенденция к росту доли сегментов программного обеспечения и ИТ-услуг сохранится», – считает он [27].

Приведем некоторые данные о российских компаниях.

«Национальная компьютерная корпорация» («НКК») – это крупнейшая корпорация российского рынка информационных технологий. В «НКК» работает более 2 800 сотрудников, среди которых менеджеры, бизнес-консультанты, программисты, инженеры, сертифицированные мировыми лидерами ИТ-индустрии. У «НКК» более 30 офисов в Российской Федерации, завод по производству компьютерной техники, более 300 сервисных центров в субъектах РФ, более 5 000 партнеров – компьютерных компаний, более 50 партнерских контрактов с крупнейшими мировыми производителями. Корпорация «НКК» 20 лет работает на ИТ-рынке, имеет 19-летний опыт производства вычислительной техники, 17-летний опыт корпоративных поставок, 15-летний опыт дистрибуции, 12-летний опыт системной интеграции, создания и внедрения систем управления; объем бизнеса в 2008 г. составлял 47 345 млн руб. (2007 г. – 39 692 млн руб. (данные без НДС)). Штаб-квартира корпорации находится в Москве.

Акционеры корпорации «НКК» владеют активами компаний, оперирующих в большинстве сегментов российского ИТ-рынка (производство компьютерной техники, дистрибуция компьютерного и телекоммуникационного оборудования, измерительной аппаратуры, системная интеграция и инфраструктурные решения, ИТ-консалтинг, автоматизация процессов управления, порталные решения, решения класса «электронное правительство», заказное программирование, ИТ-аутсорсинг, промавтоматика, корпоративные поставки федерального масштаба, управленческий консалтинг, внедрение «ERP»-систем, систем планирования и управления производством, систем управления ТО и ремонтами, внедрение программных решений собственной разработки).

*Российская компания «Merlion»* – дистрибьютор компьютерных комплектующих, цифровой техники, периферии, сетевого и офисного оборудования. Дилерская сеть компании «Merlion» насчитывает более 1,5 тыс. компаний в регионах России. Среди международных партнеров компании известные производители ИТ-рынка: «Acer», «APC», «ASUS», «Canon», «Chicony», «Creative», «Dell», «Gigabyte», «Hewlett-Packard Co.», «LG», «Mitsumi», «NEC», «Nikon», «Panasonic», «Samsung», «Sony», «Philips», «Western Digital» и др. Число сотрудников компании – 1,7 тыс. чел.

На рынке дистрибуции компания «Merlion» развивает модель специализации сбыта по регионам и каналам сбыта. В структуре ее

сбыта выделены четыре регионально-ориентированных департамента продаж: «Москва, Центр», «Поволжье, Юг», «Урал, Сибирь, Дальний Восток», «Северо-Запад» – и четыре департамента продаж по типам каналов сбыта: «Федеральные сети», «Реселлеры», «Позитроника», «Системные интеграторы». Все департаменты продаж компании «Merlion» расположены в Москве [<http://www.itpedia.ru/index.php/Merlion>].

*Компания ОАО «СИТРОНИКС»* – крупная российская высокотехнологичная компания в Восточной Европе, работающая в сфере телекоммуникационных решений, информационных технологий, системной интеграции и консалтинга, разработки и производства микрoeлектронной продукции. ОАО «СИТРОНИКС» работает с более чем 3,5 тыс. клиентов. Компания имеет представительства и филиалы в 32 странах мира, осуществляет экспорт в 62 страны мира. Общая численность сотрудников составляет свыше 10 тыс. чел., из них около 4,5 тыс. заняты в области исследований и разработок. Компания является вертикально интегрированным продуктовым концерном. Состоит из четырех бизнес-направлений: «Телекоммуникационные Решения», «Информационные Технологии», «Микрoeлектронные Решения», «Потребительские Сервисы и Товары».

Партнерами «СИТРОНИКС» по разработке продуктов являются корпорации «Cisco Systems», «STMicroelectronics», «Infineon», «Giesecke&Devrient». Компания сотрудничает с корпорациями «Siemens», «Ericsson», «Motorola», «ORACLE», «Intel», «Sun Microsystems» и «Microsoft». В числе ключевых клиентов – компании «МТС», «КОМСТАР-ОТС», «ОТЕ», «Cosmote», «Vodafone», «Ericsson», «Arcelor Mital» и др.

В результате первичного размещения акций «СИТРОНИКС» на Лондонской фондовой бирже компания была оценена в 2,3 млрд дол., что подтвердило ее лидерские позиции на рынке высоких технологий в странах СНГ, в Центральной и Восточной Европе. Акции ОАО «СИТРОНИКС» торгуются на российских РТС и МФБ.

Исследования и разработки ведутся самими «R&D»-подразделениями в бизнес-направлениях, в корпоративном «НИИ СИТРОНИКС», а также с помощью международных партнеров в рамках сотрудничества с международными исследовательскими организациями, через венчурные фонды. Уровень оснащения разработчиков оборудованием, программным обеспечением и средствами тестирования

в «R&D»-центрах в Афинах, Праге и Зеленограде соответствует самым высоким международным требованиям.

ОАО «СИТРОНИКС» активно участвует в международных исследовательских организациях. В частности, оно состоит в комитетах по стандартизации телекоммуникационных технологий организации «IEEE», ассоциации производителей микроэлектроники «GSA», в ряде других отраслевых объединений. Это позволяет концерну интегрироваться в мировые научные и технологические тенденции с тем, чтобы впоследствии предлагать инновационные продукты и решения партнерам и клиентам [<http://www.sitronics.ru/about/>].

*Компания «ТехноСерв А/С»* – крупнейший отечественный системный интегратор, работающий в России, странах СНГ и Европе; основана в 1992 г. Приоритетные направления развития компании: реализация крупных, социально значимых проектов по внедрению, развитию и аутсорсингу инфокоммуникационной инфраструктуры, систем информационной безопасности, энергетических и инженерных систем, прикладных платформ масштаба крупного предприятия и отрасли.

Компания имеет уникальный опыт внедрения и развития инфокоммуникационных и инженерных систем на основе собственных технологических разработок, а также решений лидеров мирового рынка систем инженерного обеспечения и ИТ.

Партнеры компании «ТехноСерв А/С» – мировые лидеры в области ИТ- и инженерного обеспечения: «Alcatel», «Avaya», «Cisco Systems», «EMC», «Fujitsu Siemens», «Hewlett-Packard», «IBM», «Nortel», «Oracle», «SAP», «Sun Microsystems», «Xerox», «APC», «Airedale», «F.G. Wilson», «Trane», «Waukesha» и др.

Среди заказчиков компании – крупнейшие российские организации: ОАО «Российские железные дороги», ОАО «Связьинвест», ОАО «Мобильные ТелеСистемы», ОАО «Вымпел Коммуникации» (торговая марка «Билайн»), ОАО «Межрегиональный Транзит Телеком», Пенсионный фонд РФ, ОАО «Газпром», РАО «Единые энергетические системы», Промсвязьбанк, Сбербанк России и др.

За более чем 15 лет работы «ТехноСерв А/С» реализовал более 3 000 крупных проектов в области государственного управления, телекоммуникаций, индустрии и транспорта, науки и образования, торговли и финансов, добычи и переработки нефти и газа. Численность коллектива по состоянию на начало 2008 г. – 1 486 чел.

Оборот компании «ТехноСерв А/С» в 2007 финансовом году вырос на 54 % и составил 1,157 млрд дол. По оценкам ведущих аналитических агентств, «ТехноСерв А/С» входит в список 200 крупнейших компаний России. В 2003–2008 гг. компания была названа крупнейшим системным интегратором России. По данным компании «IDC», «ТехноСерв» является лидером рынка услуг по созданию решений. Для успешного ведения деятельности «ТехноСерв А/С» обладает необходимыми ресурсами и инфраструктурой: квалифицированным персоналом, техническими, сервисными и вычислительными центрами, собственными производственными площадями и транспортной службой. «ТехноСерв А/С» стремится к расширению географии своей деятельности как в России, так и в странах СНГ: компания имеет региональные филиалы в Екатеринбурге, Краснодаре, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Санкт-Петербурге, Баку, Киеве и Ташкенте. Присутствие компании в каждом из регионов способствует его более активному развитию за счет налоговых и прочих отчислений, осуществляемых компанией в местный бюджет, а также за счет участия компании «ТехноСерв А/С» в проектах и программах, имеющих значение для общества и органов власти в регионе [<http://www.aladdin.ru/partners/detail.php?print=Y&ID=14318>].

В январе 2008 г. компания «ТехноСерв А/С» объявляет о приобретении консалтинговой компании «Sputnik Labs» – лидера в сфере управления взаимоотношениями с клиентами («CRM»). Основные направления деятельности «Sputnik Labs» – консалтинг в области «CRM», внедрение «CRM»-систем, разработка программ лояльности, обучение и адаптация пользователей. Благодаря стратегическому партнерству с ведущими мировыми поставщиками «CRM»-систем, компания «Sputnik Labs» обладает уникальным опытом и отраслевой экспертизой их успешных внедрений. За 7 лет работы компанией реализовано более 70 успешных проектов, среди которых «Oracle Siebel CRM», «SalesLogix», «Microsoft Dynamics CRM», в крупнейших финансовых, страховых, фармацевтических, производственных и телекоммуникационных компаниях России и СНГ. «Sputnik Labs» – официальный партнер компаний «Oracle», «Sage» и «Microsoft» в России и СНГ. В 2007 г. на базе компании открылся Центр компетенции по «Oracle Siebel CRM» [<http://www.technoserv.ru/ru/press/news/index.php?id10=116>]. Результатом сделки

станет консолидация ресурсов и объединение «CRM»-практик обеих компаний в рамках компании «Sputnik Labs».

Основная цель сделки – создание сильнейшей на рынке «CRM»-практики, уникальной по своим человеческим и технологическим ресурсам, способной выполнять проекты любого масштаба и степени сложности, предоставлять клиентам широкий спектр услуг и решений. Ожидается, что интеграция ресурсов обеспечит объединенной команде лидерство на рынке бизнес-приложений и консалтинга, приведет к значительному росту оборотов и позволит компании «ТехноСерв А/С» занять не менее трети рынка «CRM»-приложений в России и СНГ.

«Приобретение Sputnik Labs – это еще один шаг в развитии нашей консалтинговой практики, – отмечает исполнительный директор “ТехноСерв А/С” Ю. Баев. – Мы выбрали наиболее удобный для обеих компаний формат сотрудничества: объединение клиентских баз при сохранении самостоятельности команды разработчиков и консультантов. Поэтому мы уверены, что увидим позитивный эффект от совместной работы уже в этом году».

Объединенная «CRM»-практика будет действовать под брендом «Sputnik Labs» как самостоятельная бизнес-единица. Решения по стратегическому развитию и инвестициям будут осуществляться советом директоров, куда войдут представители компаний «ТехноСерв А/С» и «Sputnik Labs». Операционное управление компанией остается за существующим менеджментом компании «Sputnik Labs».

Консолидация ресурсов двух ведущих игроков рынка обеспечивает заказчикам обеих компаний ряд серьезных преимуществ – в первую очередь, это доступ к объединенной экспертизе и значительным ресурсам, более широкому портфелю решений от различных производителей и уникальному отраслевому опыту.

«Будучи лидером в сфере управления взаимоотношениями с клиентами, мы обязуемся по-прежнему помогать нашим клиентам добиваться успеха и пользоваться преимуществами, которые мы ожидаем получить в результате этой сделки, – заявляет К. Булгаков, генеральный директор компании “Sputnik Labs”. – Мы гарантируем, что все ранее взятые на себя обязательства обеих компаний по отношению к существующим клиентам, а также по находящимся в стадии предварительного обсуждения проектам будут, безусловно, выполнены».

Главная задача в процессе объединения – сохранить и усилить все лучшее, что наработано в обеих компаниях. Сочетание опыта реализации крупномасштабных ИТ-проектов, отлаженной технологии работы «ТехноСерв А/С» с крупнейшими российскими компаниями и передовая методология внедрения «CRM»-приложений «Sputnik Labs» позволяют решать самые масштабные задачи клиентов.

Создание крупнейшей российской «CRM»-практики открывает новые возможности для партнеров «ТехноСерв А/С» – мировых лидеров в области ИТ. Получение надежного локального партнера с портфелем успешных «CRM»-проектов будет способствовать продвижению продуктов и решений в России и странах СНГ, выходу на новые рынки, и как следствие, увеличению объемов продаж.

*Российская группа компаний «ЛАНИТ»* («Лаборатория Новых Информационных Технологий») – ведущий в России и СНГ центр по предоставлению информационно-технологических услуг. С момента создания в 1989 г. «ЛАНИТ» устойчиво развивается, успешно осваивая одно за другим направления компьютерного бизнеса. Сегодня «ЛАНИТ» представляет собой многопрофильную группу компаний с развитой региональной сетью филиалов, дочерних компаний и технических центров. «ЛАНИТ» является крупнейшей российской ИТ-компанией и поставщиком решений более шестидесяти ведущих мировых производителей продуктов и услуг. Для многих из них «ЛАНИТ» – крупнейший поставщик оборудования и систем не только в России, но и Европе.

На предприятиях группы компаний работает свыше 2,5 тыс. квалифицированных сотрудников, в том числе несколько десятков докторов и кандидатов наук, сотни сертифицированных специалистов. Система менеджмента качества «ЛАНИТ» сертифицирована на соответствие требованиям Международного стандарта ISO 9001:2000. Сертификация распространяется на проектирование, разработку, производство, поставку, монтаж, пусконаладку, сопровождение и сервисное обслуживание программного обеспечения, систем информационной безопасности, вычислительных комплексов, систем управления и сетей; поставку, установку и сервисное обслуживание аппаратного обеспечения, терминалов банковского самообслуживания и их сетей, консалтинг в области информационных технологий.

В последние годы одним из важнейших и быстро развивающихся направлений деятельности «ЛАНИТ» стала постановка и внедрение



разнообразных систем управления. Именно в этом направлении работает одно из ведущих подразделений «ЛАНИТ» – отделение систем управления и консалтинга. Интерес к системам управления со стороны российских предприятий и организаций чрезвычайно высок и, по данным международных аналитических агентств («IDC», «Gartner», «Meta Group» и др.), в течение ближайших лет многие сегменты этого рынка будут развиваться особенно интенсивно.

Отделение систем управления и консалтинга «ЛАНИТ» предоставляет предприятиям и организациям различных отраслей полный спектр услуг в области финансового, управленческого, ИТ-консалтинга и внедрения систем управления, включая системы управления эффективностью бизнеса («Business Performance Management»), комплексные системы управления ресурсами предприятий («Enterprise Resource Planning»), системы управления взаимоотношениями с клиентами («Customer Relationship Management»), системы управления персоналом («Human Resources Management»).

В области систем управления эффективностью бизнеса «ЛАНИТ» представляет в России и СНГ интересы компании «Hyperion Solutions Corp.» – лидера рынка систем «Business Performance Management». Построение «BPM»-систем обеспечивается на базе следующих программных продуктов «Hyperion»:

- «Hyperion System 9 Performance Scorecard» – решение для реализации функций стратегического управления на основе сбалансированной системы показателей эффективности деятельности предприятия («Balanced Scorecard» и аналогичные методики);
- «Hyperion System 9 Planning» – система планирования, бюджетирования и прогнозирования;
- «Hyperion System 9 Strategic Finance» – система стратегического финансового моделирования;
- «Hyperion System 9 Financial Management» – система для формирования и анализа консолидированной финансовой и управленческой отчетности;
- «Hyperion System 9 Workforce Planning» – модуль для планирования использования трудовых ресурсов и расходов на персонал;
- Комплекс систем бизнес-интеллекта «Hyperion System 9 BI+»;

- Комплекс средств интеграции «Hyperion System 9 Foundation Services»;
- «Hyperion Pillar» – система бюджетного планирования и контроля;
- «Hyperion Business Modeling» – программный продукт для моделирования деятельности предприятия и реализации методов функционально-стоимостного анализа;
- «Hyperion Enterprise» – система для формирования и анализа консолидированной финансовой отчетности.

Компания «ЛАНИТ» в качестве Золотого Партнера и Авторизованного Тренинг-Центра «Hyperion Solutions Corp.» обеспечивает полный цикл внедрения «BPM»-систем: управленческий консалтинг, поставку и настройку программного обеспечения, обучение персонала заказчика, а также последующее сопровождение систем.

Пользователями решений «Hyperion» в России и СНГ являются крупнейшие российские предприятия-клиенты «ЛАНИТ»: «Норильский никель», «Вимм-Биль-Данн», «Транснефтепродукт», АХК «Сухой», «СУАЛ-Холдинг», Уральский оптико-механический завод «АК ТНК-ВР», «Славнефть», «Мегафон», «Дельта Телеком», «Прим-телефон», Национальный Банк Республики Казахстан, торговая компания «Эльдорадо» и др. В 2006 г. «ЛАНИТ» запустила новые проекты по автоматизации процессов управления с помощью программных продуктов «Hyperion» в «Военно-страховой компании», Банке Москвы, Международном Московском Банке, НК «Русснефть», компаниях «Word Class», «Объединенные кондитеры», «Газпром-Медиа». Особо следует отметить проект в ОАО «Вимм-Биль-Данн Продукты Питания» – первое в России полномасштабное внедрение комплексного решения класса «Business Performance Management», включающее задачи целевого управления на основе методологии «Balanced Scorecard», корпоративного планирования и бюджетирования, бизнес-моделирования, консолидации финансовой отчетности, а также анализ информации и управленческую отчетность на базе OLAP-технологий [[http://www.hyperion.ru/content.phtml?section\\_id=50](http://www.hyperion.ru/content.phtml?section_id=50)].

«КомпьюЛинк» – группа компаний, работающая на российском рынке информационных технологий и консалтинга, предоставляющая клиентам полный спектр услуг по следующим направлениям: управленческий консалтинг, построение информационных систем управления, инфраструктурная интеграция, консалтинговые услуги

для государственного сектора, ИТ-решения для отрасли телекоммуникаций и связи, решения для финансовых и банковских структур, разработка заказного программного обеспечения, информационная безопасность, консалтинг в области подготовки персонала и обучение ИТ, ИТ-аутсорсинг, сервисная и техническая поддержка. Сеть сервисных центров охватывает более 130 городов России; представительство группы «КомпьюЛинк» работает на Украине. В группу входят компании «УСП КомпьюЛинк», «КомпьюЛинк Восточная Европа», «GMCS», «Perimetrix», «Кворум», «REDLAB/REDCENTER», «Аскейт», «ИНСОФТ». Среди заказчиков «КомпьюЛинк» – федеральные и региональные органы государственной власти РФ, крупный, средний и малый бизнес.

Сегодня в ГК «КомпьюЛинк» работает более 1 800 специалистов, сертифицированных компаниями «Acer», «APC», «Cisco Systems», «HP», «IBM», «Infor», «Microsoft», «Novell», «Oracle», «SAP» и другими партнерами группы.

*Российская компания «КРОК»* – российский лидер в области создания ИТ-инфраструктур и по услугам системной интеграции (отчеты компании «IDC» за 2002–2008 гг.). «КРОК» входит в десятку крупнейших ИТ-компаний страны («Эксперт», «Коммерсантъ/Деньги», агентство «РосБизнесКонсалтинг» (данные на апрель 2009)), в *Top-200* крупнейших частных компаний России («Forbes»). Выручка компании в 2008 г. составила 860 млн дол. США. Аудиторы компании «BSI Management Systems» – лидера в области сертификации систем менеджмента – ресертифицировали систему управления ИТ-сервисами (СУСИТ) компании «КРОК». На соответствие требованиям стандарта были исследованы политика и цели компании, система оценки рисков ИТ-сервисов, осуществление процедур и процессов управления ИТ-услугами. «Такой статус имеет не много российских ИТ-компаний. Успешная ресертификация КРОК гарантирует качество оказания консалтинговых услуг в области внедрения систем управления ИТ-сервисами и показывает, что уже пятый год бизнес-процессы в самой компании находятся на высоком уровне зрелости», – отмечает Г. Ованесян, руководитель направления консалтинга по ИТ/ITSM и аутсорсинга компании. Услуги «КРОК» в области СУСИТ включают проведение тренингов и подготовку персонала, оценку и реинжиниринг процессов, разработку документации, а также внедрение систем автоматизации управления

ИТ-сервисами. Международный стандарт BS ISO/IEC 20000-1:2005 представляет собой средства для оценки и измерения эффективности деятельности внутренней организации ИТ. Он также направлен на реализацию задач, связанных с проведением тендеров при выборе внешнего поставщика ИТ-сервисов.

27.02.1991 г. – официальный день рождения российской *группы компаний «R-Style»*. В 1991–1992 гг. создана «Компания R-Style» (впоследствии ГК «R-Style»), сформирована внутренняя и внешняя инфраструктура, создана дилерская сеть, начато производство компьютеров под маркой «R-Style». В это же время образована дистрибьюторская компания «RSI». В 1993 г. открыты филиалы в крупнейших региональных центрах России: Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Ростове-на-Дону, Новосибирске, Хабаровске. Каждый филиал имеет свой офис, торговую площадь, склады, свои службы сервиса и доставки. Каждый из них – полноценная компания, в штате которой состоят специалисты различного профиля: профессиональные менеджеры, инженеры-электронщики, программисты и т. д. Выпущен первый программный продукт для автоматизации банковской деятельности «RS-Bank». В 1994 г. образовано отделение системной интеграции, открыт филиал в Екатеринбурге, создана новая компания «R-Style Softlab», ранее существовавшая как отдел программных разработок «Компании R-Style», специализирующаяся на внедрении систем автоматизации банков.

В 1995 г. открыты сетевая лаборатория, четыре авторизованных региональных сервис-центра по обслуживанию техники «Hewlett-Packard Co.» в Хабаровске, Новосибирске, Нижнем Новгороде, Екатеринбурге и представительства во Владивостоке, Нижневартовске, Кемерово, Самаре. Образована компания «R-Style Computers», специализирующаяся на производстве средств вычислительной техники. В 1996 г. сервисный центр «Компании R-Style» выделился в самостоятельный бизнес; вновь образованная компания получила название «R-Style Service».

В 1997 г. ГК «R-Style» приобрела розничную сеть компании «Битман» и объявила о начале программы развития розничной сети в Москве. В 2001 г. «R-Style» открыла производство компьютеров «R-Style» в Сибири (Томск). В 2003 г. компания провела реструктуризацию; сеть розничных магазинов в Москве и региональные

представительства выделены в отдельные компании – «R-Style Trading» и «R-Style Branches», образован Учебный центр «R-Style».

Ключевыми направлениями деятельности группы компаний «R-Style» являются: системная интеграция («Компания R-Style»), производство компьютеров (компания «R-Style Computers»), дистрибуция компьютерной техники (компания «RSI»), сервисное обслуживание (компания «R-Style Service»), программное обеспечение для бизнеса (компания «R-Style Softlab»), учебный центр (Учебный центр «R-Style»).

Дилерская сеть «RSI» насчитывает более чем 2 500 ИТ-компаний в 255 городах РФ. С компанией «RSI» сотрудничают дилеры, работающие в разных сегментах рынка, в их число входят реселлеры, проектные интеграторы и VAR-ы, розничные компьютерные и бытовые сети. Кроме того, «RSI» – официальный поставщик мировых производителей компьютерного оборудования. Спектр обслуживаемой техники: компьютерная техника – «Acer», «BenQ», «HP», «IBM», «Fujitsu-Siemens», «Samsung» и «R-Style Computers»; источники бесперебойного питания – «APC», «CyberPower», «Inelt», «MGE», «NeuHaus», «Sven»; принтеры и копиры – «Brother», «Canon», «Epson», «HP», «Lexmark», «Samsung», «Xerox»; мониторы – «Acer», «BenQ», «Belinea», «Fujitsu-Siemens», «GreenWood», «IBM», «HP», «Samsung».

Новым направлением деятельности компании стало обслуживание коммуникационного оборудования «Zyxel» и mp3-плееров «PowerMan». В арсенале компании — специализированные решения для комплексной автоматизации всех видов банковской деятельности: расчетно-кассового обслуживания, розничных услуг и кредитования, управления финансовыми потоками, электронного банкинга, дилинговых операций и сделок с ценными бумагами.

Учебный центр: авторизованные курсы «Microsoft» – по работе с серверными и сопутствующими продуктами, в том числе по управлению корпоративными серверами, управлению базами данных, организации систем безопасности почтовых серверов и разработке специализированного программного обеспечения; авторизованные курсы «Microsoft Dynamics»; авторизованные курсы «Novell» – по администрированию, техническому обслуживанию, поддержке и обеспечению безопасности сетей «Novell NetWare»; авторизованные курсы «SUSE Linux» – по конфигурированию, администрированию,

программированию, управлению инфраструктурой и мониторингу «SuSE Linux Enterprise Server»; авторизованные курсы «Red Hat Linux» – по конфигурированию, администрированию, корпоративному управлению, поддержке и обеспечению безопасности «Red Hat Network»; авторизованные курсы «Mandriva Linux» – по конфигурированию, системному и сетевому администрированию, установке, управлению системы «Mandriva Linux».

С 2008 г. в компании активно развиваются новые направления, особое внимание уделяется комплексному проектированию и внедрению интегрированных информационных систем.

Сейчас «R-Style» – российский компьютерный холдинг, объединяющий 15 ИТ-компаний и реализующий комплексные информационно-технические проекты любой сложности. Сегодня сеть «R-Style» насчитывает 10 региональных компаний, 2 представительства, расположенных на территории России, и одну компанию в Киеве. За счет присутствия во всех основных регионах, ГК «R-Style» обеспечивает своим партнерам высокий уровень качества и сервиса, оперативную связь, максимальное удобство при выполнении проектов и сервисной поддержки. Совокупная выручка компании в 2007 г. составила 19 149 151 тыс. руб., что на 10 % превысило аналогичный показатель 2006 г. (17 401 833 тыс. руб.).

Исследования компании «GfK Retail and Technology» («GfK»), специализирующейся на исследовании продаж высокотехнологичной продукции в 80 странах мира, показывают, что, выбирая новые высокотехнологичные продукты, 39 % российских потребителей демонстрируют среднюю приверженность к брендам, 29 % – приверженность выше среднего и 32 % – ниже среднего. Интересно отметить, что предпочтения среднестатистического россиянина и среднестатистического жителя Евросоюза практически совпадают. Так, например, для жителей Германии, по данным «GfK», перечисленные выше приверженности (средняя, выше среднего и ниже среднего) выглядят следующим образом: 41, 31 и 28 % соответственно [81].

Еще сильнее привязанность к определенным торговым маркам выражена у покупателей компьютеров и различных «околокомпьютерных» товаров. Аналитики компании «GfK Retail and Technology» утверждают, что в России среди покупателей ИТ-продуктов 52,8 % пользователей всегда выбирают товары из ограниченного числа

знакомых им брендов, 21,7 % покупателей приобретают недорогие товары ограниченного количества вендоров, 17,5 % всегда берут продукты одного и того же любимого ими вендора и лишь 8 % покупателей не смотрят на торговую марку и отдают предпочтение самым дешевым товарам. Почти также выглядит распределение мотиваций у среднестатистического европейца: 51,8; 24,5; 14,3 и 9,4 % соответственно. Стало быть, даже в условиях кризиса возвращение бренда – это своего рода инвестиции в будущее.

В то же время специалисты компании «GfK Retail and Technology» считают, что в 2009 г. потребительский ИТ-рынок в регионах СНГ, Центральной и Восточной Европы сократился по сравнению с 2008 г. на 24 % в денежном выражении и на 11 % – в количественном, а корпоративный ИТ-рынок «просел» на 40 и 26 % соответственно. Не оправдали надежд даже традиционно высокие рождественские продажи.

По мнению директора аналитической компании «ITResearch» В. Мочара, в начале июня 2009 г. российский ИТ-рынок чувствовал себя лучше, чем в мае, хотя и значительно хуже, чем в июне прошлого года. По данным «ITResearch», за последние годы для российского рынка ИТ-оборудования самым результативным был 1-й квартал 2008 г. Но всего за год (к 1-му кварталу 2009 г.) этот рынок уменьшился более чем на 50 % и приблизился к уровню пятилетней давности (1-му кварталу 2004 г.). Годовой спад примерно такого же уровня зафиксировали и аналитики Лиги независимых экспертов (ЛИНЭКС). По их оценкам, в 1-м квартале 2009 г. российский рынок компьютерного оборудования в рублевом эквиваленте упал по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. на 37 % (с учетом колебаний курсов валют можно считать, что проседание рынка на 37 % в рублях примерно равно его уменьшению на 52 % в долларах) [81].

## **ИТ-АУТСОРСИНГ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Возникновение аутсорсинга, представляющего передачу части функций обслуживания деятельности другой профессиональной компании, вызвано тем, что в жесткой конкурентной борьбе компании стремятся к снижению издержек при сохранении высокого

качества товаров и услуг. Аутсорсинг стал одним из современных методов ведения бизнеса. Принцип аутсорсинга – «оставляю себе только то, что могу делать лучше других, передаю внешнему исполнителю то, что он делает лучше других». К настоящему времени получил распространение бухгалтерский, юридический, кадровый аутсорсинг; аутсорсинг эксплуатации объектов недвижимости; логистический, или транспортный, аутсорсинг; аутсорсинг персонала и уборка помещений (клининг).

Важное место в этой области занял ИТ-аутсорсинг, повышающий эффективность деятельности компаний-заказчиков ИТ-услуг за счет привлечения компетенций и профессионализма ИТ-исполнителей. ИТ-аутсорсинг часто становится одним из важных инструментов достижения оперативных и стратегических целей многих компаний, для чего у них иногда не хватает собственных специалистов.

Аналитики агентства «CNews» отмечают, что в период мирового кризиса средняя стоимость сделки по ИТ-аутсорсингу и предусмотренные ею сроки во всем мире продолжают снижаться, но катастрофического спада нет, так как во времена кризиса аутсорсинг становится все востребованнее, что побуждает заказчиков скорее подписывать контракты. По оценкам компании «Gartner», количество крупнейших в мире сделок в области ИТ-аутсорсинга в 2008 г. выросло до 12 (в 2007 г. их было 10).

Мегасделки начинаются от суммы контракта в 1 млрд дол., заключенного от имени одного поставщика услуг. У американского инвестиционного банка «JPMorgan Chase» годовой аутсорсинговый бюджет составляет 250–300 млн дол. В 2009 г. для сокращения собственных издержек банк намеревается увеличить стоимость аутсорсинговых договоров в Индии еще на 25 % – до 400 млн дол. Весной 2008 г. аутсорсинговую мегасделку на сумму 4 млрд дол. заключила компания «Shell», передав на сторону около 3 000 сотрудников, а также поддержку сети и связь, хостинг, хранение данных и техподдержку. В 2007 г. агентство «Reuters» заключило соглашение сроком на 10 лет и стоимостью 500 млн фунтов стерлингов с компанией «Fujitsu Services», рассчитывая получить за счет этого годовую экономию порядка 25 %. Совокупная стоимость всех 12 подписанных в 2008 г. мегасделок по ИТ-аутсорсингу достигла 17,1 млрд дол., что выше аналогичного показателя 2007 г., который составлял 12 млрд дол. Но результат 2008 г. ниже показателей по мегасделкам



в докризисный период, когда, по данным компании «Gartner», с 2000 по 2006 г. средняя стоимость всех мегасделок в год составляла 28 млрд дол. По мнению этой компании, в 2009–2010 гг. цены на ИТ-аутсорсинг упадут от 5 до 20 %. Снижение стоимости услуг внешних ИТ-подрядчиков специалисты объясняют неблагоприятным экономическим климатом, сокращением ИТ-бюджетов и усилением конкуренции на рынке ИТ-услуг в целом [125].

На мировом рынке ИТ-аутсорсинга крупнейшим в мире (с рыночной долей 51 %) является индийский сегмент, объем которого в 2009 г. оценивается в 60 млрд дол. По прогнозам специализирующегося на аутсорсинге консалтингового агентства «Tholons», в связи с кризисом этот сегмент будет расти медленнее, чем ранее (порядка 30 % в год), но все равно будет расширяться. С Индией на мировом рынке ИТ-аутсорсинга конкурирует Китай, где сегмент разработки программного обеспечения в ближайшие два года, как ожидается, вырастет более чем на 15 %. По прогнозам агентства «McKinsey», мировая индустрия ИТ-аутсорсинга достигнет в 2012 г. 150 млрд дол.

Международная ассоциация профессионалов аутсорсинга (IAOP) подготовила очередной ежегодный рейтинг *Ton-100* крупнейших аутсорсеров мира, в котором ранжировались компании разных стран, предоставляющие полный спектр сервисов, включая консалтинг, аутсорсинг ИТ- и бизнес-процессов. Традиционно экспертами рассматривались не только компании – лидеры рынка, но и так называемые «восходящие звезды» – относительно новые, быстро растущие и наиболее перспективные игроки. Оценка велась по 18 параметрам, включая размер компании, темпы роста годового оборота, отзывы клиентов, организационную компетентность и профессионализм менеджмента.

Первое место в рейтинге 2008 г. заняла компания «Accenture», второе – «IBM». В первой десятке три сервис-провайдера из Индии – «Tata Consultancy Service», «Wipro» и «Infosys Technologies». Российские компании отнесены к «восходящим звездам». 51-е место заняла компания «Eram Systems», 65-е – «Lukoil»; наиболее сильной стороной первой компании эксперты сочли накопленный опыт аутсорсинга, второй – признание результатов клиентами [125].

Российские эксперты отмечают [31], что развитие ИТ-аутсорсинга в России в последние годы шло медленно из-за несформированности предложения, слабого уровня стандартизации услуг, проблем

регулирования этой деятельности, опасения утечек в связи с представлением своих данных внешней компании и ценовых предложений. На рубеже 2007–2008 гг. отмечалось серьезное увеличение темпов роста рынка ИТ-аутсорсинга – на 27,9 %. Поставщики и аналитики научили смотреть на аутсорсинг не только как на средство экономии, но и как на метод оптимизации деятельности. Однако 4-й квартал 2008 г. обернулся для потенциальных заказчиков резким сокращением всех непрофильных расходов в связи с мировым финансовым кризисом, когда в условиях тотального снижения издержек заказчикам требуются очень убедительные доводы в пользу того, чтобы перейти на аутсорсинг [31].

Доля ИТ-аутсорсинга от объема ИТ-услуг составляет в мире порядка 40 %, в России – около 10 %. Наибольшую долю аутсорсинговых проектов в России обеспечивает финансовый сектор (17,5 %), госструктуры (11,3 %), добывающая промышленность (9,2 %), энергетика (8,5 %), телекоммуникации (7,9 %) и торговля (6,2 %) [31].

Аналитик Лиги независимых экспертов С. Карелов считает, что с углублением мирового кризиса российский ИТ-рынок стал еще менее прозрачен. Эта прозрачность и ранее была невысока, по этому показателю от западных стран Россия отстает на несколько порядков. Между тем непрозрачность ИТ-рынка отражается и на эффективности российской экономики, что бьет бумерангом по самому ИТ-рынку [<http://www.itoday.ru/21707.html>].

Необходимо отметить и отношение некоторых потенциальных заказчиков аутсорсинговых услуг, которое сформулировал В. Луцинский [76], выделивший заблуждения аутсорсинговых российских компаний:

- *Заблуждение 1. Мы копируем развитие Запада, поэтому скоро у нас будет так же, как и у них.* Россия далеко не всегда повторяет западный путь развития. Западный бизнес должен быть обычно существенно переработан, чтобы стать успешным в России. Другой менталитет и другое отношение к работе могут стать серьезным препятствием повторению западного сценария.
- *Заблуждение 2. Аутсорсинг – способ сокращения издержек.* Аутсорсеры прибегают к разным ухищрениям, чтобы показать большую стоимость внутреннего ИТ-сервиса. В него включают стоимость аренды рабочего места, непостоянную загрузку

персонала и т. д. На первый взгляд, эти аргументы кажутся правдоподобными, но при детальном анализе теряют значение. В Европе обычно признается, что ИТ-аутсорсинг дороже внутреннего ИТ-сервиса, но это – плата за гибкость, так как сокращение штатных сотрудников в Европе значительно более дорогостоящий процесс, чем в России.

- *Заблуждение 3. Квалифицированные специалисты стоят дорого, поэтому лучше сложные системы отдать на ИТ-аутсорсинг.* Данный тезис возник в результате копирования западной модели. В России компании реального сектора часто имеют лучшие возможности по оплате труда, чем сервисные ИТ-компании. Западные компании предлагают зарплату в 1,5–3 раза больше, требуя при этом наличия дополнительных общечеловеческих компетенций. Поэтому самые талантливые и квалифицированные ИТ-специалисты оказываются на стороне клиента.

При всех вышеперечисленных проблемах российского аутсорсинга необходимо отметить и позитивные изменения, заключающиеся в том, что в мае 2009 г. крупный международный и российский разработчик программного обеспечения компания «Exigen Services», которая развивается и с целью расширения присутствия в Азиатско-Тихоокеанском регионе, приобрела китайского ИТ-аутсорсера – компанию «Taihoo Technology».

«Exigen Services» – международная и российская компания, занимающаяся разработкой заказного программного обеспечения; специализируется на разработке бизнес-приложений и веб-решений разной степени сложности, осуществляет поддержку программных продуктов и реинжиниринг систем, а также оказывает услуги по заказному тестированию программного обеспечения. С 2000 г. компания использует «Agile»-методологии для разработки промышленных систем. В число ее клиентов входят как субъекты малого и среднего бизнеса, так и крупнейшие мировые концерны – «Sun Microsystems», «CSC», «Universal Music Group», «Standard & Poor's», «T-Mobile», «Westpac Bank» и др. [164].

Выручка компании «Exigen Services» в 2008 г. составила 81,4 млн дол. (на 11,4 млн больше, чем в 2007 г.). В августе 2008 г. компания подписала трехлетнее соглашение о сотрудничестве с «Sun Microsystems» по участию в разработке и поддержке целого ряда

продуктов для сервисного подразделения «Sun Microsystems» [<http://www.astera.ru/news/?id=69057>].

«Taihoo Technology» – частная китайская ИТ-компания, основанная в 2007 г. и пользующаяся поддержкой госструктур; специализируется на разработке заказного программного обеспечения, тестировании программных решений, «PLM»-консалтинге (управлении жизненным циклом продукта), дизайне пользовательских интерфейсов и др. Ее клиенты – компании, представляющие средний и крупный бизнес: «GE Healthcare», «Logitech», «MarketBright», «Spinner Network Systems» и др.

Получение сильного партнера в китайском городе Сучжоу расширит вертикальную специализацию российской компании за счет опыта китайских специалистов в области реализации проектов по ряду отраслей. При этом к международной команде компании «Exigen Services» присоединятся 120 разработчиков программного обеспечения, обладающих навыками работы с западными заказчиками.

По мнению ассоциации «Central and Eastern European Outsourcing Association», на текущий момент страны Центральной и Восточной Европы также не являются ключевыми игроками на глобальных рынках аутсорсинговых информационных технологий и аутсорсинговых бизнес-процессов [15].

Видимо, это и явилось причиной создания в 2008 г. национальными ИТ (аутсорсинговые и отраслевые ассоциации Прибалтики, Украины, Венгрии, Болгарии и Румынии) аутсорсинговой ассоциации «Central and Eastern European Outsourcing Association» («СЕЕОА»). Цель ассоциации – продвижение региона Центральной и Восточной Европы как конкурентоспособной альтернативы другим глобальным регионам по оффшорному аутсорсингу, увеличение качества и объема предоставляемых услуг. Основателями ассоциации выступили: «Baltic Outsourcing Association», «Ukrainian HI-TECH Initiative», «Hungarian Outsourcing Association», «Employers' Association of the Software and Services Industry» (Румыния) и «Bulgarian Web Association».

По мнению создателей «СЕЕОА», ассоциация поможет региону Центральной и Восточной Европы в создании более интегрированного кластера предоставления профессиональных аутсорсинговых услуг и в позиционировании региональных как хорошей альтернативы Индии, Китаю и России.

Приятно, что аутсорсинговые ассоциации Прибалтики, Украины, Венгрии, Болгарии и Румынии ставят Россию на один уровень с Индией и Китаем, однако необходимо учесть и мнение профессора Н. Ю. Конины, который считает, что перемены на ИТ-рынке в 2009 г. приведут российские компании к дальнейшему отставанию от ведущих мировых компаний сектора ИКТ. Ведь даже крупнейшие российские компании (в сфере микроэлектроники – «Ситроникс» и «Ангстрем», в сфере ПО – «1С», «IBS», «Лаборатория Касперского», «СВОSS», «Cognitive Technologies», «EPAM Systems») отстают от лидеров отрасли по объемам продаж в десятки, а по капитализации – в сотни раз [68].

Прислушаться к этому мнению стоит, но думается, что огромная территория России в результате становления российского бизнеса и масштабы страны будут способствовать развитию рынка ИТ-услуг для российских компаний, а в настоящее время и в перспективе важнейшим направлением их деятельности будет предоставление аутсорсинговых ИТ-услуг.

Результаты исследований «Central and Eastern Europe IT Outsourcing Review» (проекта ассоциации «Central and Eastern European Outsourcing Association») в 2008 г. подтверждают активное развитие рынка поставщиков аутсорсинговых ИТ-услуг в Центральной и Восточной Европе. Кластер Центральной и Восточной Европы превращается из перспективного в реального игрока на глобальном рынке аутсорсинга. Клиенты уже не удовлетворяются очень дешевой стоимостью услуг. Сейчас на первый план выходит компетенция провайдеров аутсорсинговых сервисов и бесшовная интеграция персонала клиентов и поставщиков в выполняемых проектах [132].

С середины 90-х гг. наблюдается нарастание «обратной волны» интересов на рынке, когда предприятия начинают отказываться от схемы «все нужное (технику, программное обеспечение, информацию, персонал) имею у себя», переходя к различным моделям аутсорсинга. Это было обусловлено, как обычно, прогрессом технологий (в первую очередь клиент-серверной архитектуры, Интернета) и желанием заказчиков оптимизировать свои ИТ-затраты. С тех пор мы можем видеть реализацию моделей аутсорсинга снова в трех направлениях (техника, софт + данные, люди) и в различных их сочетаниях [62].

В то же время анализ ситуации показывает, что конкуренция на рынке предоставления аутсорсинговых ИТ-услуг резко растет, свидетельством чего, например, является информация издания «Times of India» [49] о том, что крупнейшие из индийских компаний, специализирующихся в этой области, объявили о резком снижении прейскуранта – в среднем на 35–40 %. При этом услуги квалифицированных ИТ-специалистов будут обходиться зарубежным заказчикам порядка 16 дол. в час.

Представители индийских аутсорсинговых компаний объясняют свои шаги желанием привлечь дополнительных заказчиков из числа тех компаний, чье благосостояние заметно пошатнулось в результате мирового экономического кризиса. Генеральный директор компании «Tholons» А. Вашист отметил, что предел оплаты труда составит порядка 20 дол. в час практически для любого крупного ИТ-проекта.

По мнению «Times of India», эти шаги индийских аутсорсинговых ИТ-компаний ставят под угрозу аутсорсинговый бизнес в Восточной Европе, Латинской Америке и других регионах. Эксперты считают, что из-за демпинга индусов остальным программистам также придется довольствоваться куда более низкими зарплатами.

Индийские аутсорсеры доказали свои способности и успешно работают на рынке аутсорсинга. Например, ведущий индийский экспортер программного обеспечения и ИТ-аутсорсер компания «Tata Consultancy Services Ltd.» («TCS») во 2-м квартале 2009 г., когда многие компании терпели убытки, получила чистую прибыль на 22 % выше, чем в 1-м квартале 2009 г., и на 12 % выше, чем за этот же период 2008 г. По словам представителей компании «Tata Consultancy Services Ltd.», она смогла добиться такого успеха благодаря оптимизации издержек и жесткому контролю над расходами. Суммарное число партнеров, прибегающих к услугам компании, достигло 933. В это же время индийский ИТ-аутсорсер – «Infosys Technologies» – сообщил о 17%-м росте показателя чистой прибыли [36].

Еще один крупнейший индийский ИТ-аутсорсер – компания «Wipro» – также во 2-м квартале 2009 г. показала более высокую, чем ожидалось, чистую прибыль. Несмотря на сложные экономические условия и нестабильные курсы валют, чистая прибыль компании увеличилась по сравнению с прошлогодними показателями на 11,7 %. Консолидированная чистая прибыль составила 10,15 млрд

индийских рупий, или 209 млн дол. Выручка компании, согласно представленным на Мумбайскую фондовую биржу данным, выросла примерно на 5 % и составила 62,89 млрд рупий. В отчетном квартале компания получила 26 новых крупных клиентов. «Мы начинаем фиксировать первые признаки стабильности в нашем бизнесе, наши ключевые финансовые показатели, судя по всему, стабилизируются», – сказал глава компании А. Премжи. По состоянию на конец июня 2009 г. численность сотрудников компании «Wipro» составляла 98 521 чел. После публикации отчета ценные бумаги компании на торговой площадке в Мумбае выросли в цене на 0,86 %, достигнув уровня 461,9 рупии за акцию [<http://www.cybersecurity.ru/news/74581.html>].

В настоящее время индийские компании активизировали свою экспансию на зарубежные рынки. Например, индийский сервис-провайдер «HCL Technologies» имеет уже 5 000 рабочих мест в 15 штатах США, и их количество, по ожиданиям компании, будет расти. Примерно 1 500 сотрудников перешли в ее штат после приобретения компании «Axon Group», британского консультанта по «SAP». Много рабочих мест переходит к компании «HCL Technologies» по условиям аутсорсинговых контрактов – в первую очередь, по поддержке инфраструктуры.

В 2009 г. индийская компания «HCL Technologies» объявила о приобретении первого дата-центра на территории США. Компания выкупила ЦОД площадью 35 кв. футов у одного из своих американских клиентов (вместе с обслуживающим вычислительные мощности персоналом и с целью активизации развития бизнеса в США) и уже вложила в модернизацию центра 15 млн дол.

Покупка находящегося в Нью-Джерси ЦОДа – часть стратегии компании «HCL Technologies», перемещающей некоторые свои сервисы ближе к потребителю, т. к. американские клиенты хотят, чтобы сервис был максимально приближен. Строительство и содержание ЦОДа на территории США обходится дешевле, чем в Индии, где высоки затраты на электричество и стоимость аренды. Помимо экономических причин, у индийских компаний есть еще один веский повод открывать свои центры на территории США: нанимая там персонал из местного населения, им проще противостоять обвинениям со стороны американских властей в увеличении безработицы в стране [37].

Именно поэтому ряд ведущих ИТ-компаний Индии, включая «Tata Consultancy Services Ltd.», «Infosys Technologies» и «Wipro», объявили о том, что планируют увеличить долю иностранных работников в своем штате. Среди крупнейших индийских ИТ-компаний больше всего иностранцев работает в компании «Tata Consultancy Services Ltd.» – около 9 % от общего числа сотрудников. Представители этой компании считают, что она удвоит количество иностранных сотрудников, которых на сегодняшний день насчитывается 10 тыс., в течение следующих пяти лет. Компании «Infosys Technologies» и «Wipro» увеличат число иностранцев до 10 и 15 % своего штата соответственно в период от трех до пяти лет. Сейчас в этих компаниях работает около 5 % иностранных сотрудников. На этот шаг ведущие индийские ИТ-компании решились из-за растущих антиофшорных настроений в США, крупнейшем рынке программного обеспечения. Таким образом, компании «Tata Consultancy Services Ltd.», «Infosys Technologies» и «Wipro» рассчитывают позиционировать себя в качестве создателей рабочих мест в Америке.

Вице-президент компании «Wipro» П. Кумар заявил: «С помощью этой стратегии мы намерены повернуть вспять эту тенденцию, так как понимаем, что пора изменить своим привычкам нанимать на работу преимущественно индийцев. Нельзя оправдать тот факт, что, несмотря на значительные доходы за рубежом, наш штат на 95 % состоит из специалистов индийского происхождения». По его словам, компания «Wipro» намерена открыть еще одно представительство в США после того, как в ближайшие месяцы в Атланте начнет работать центр разработки. В течение следующих двух лет «Wipro» возьмет на работу в свое подразделение в Атланте около 750 американцев.

Однако глава по рекрутингу компании «Infosys Technologies» М. Пай отметил, что найти квалифицированного специалиста с хорошими навыками программирования в США и Британии все еще остается проблемой. Вице-президент по развитию бизнеса компании «MERA Networks» так прокомментировал это сообщение: «На стороне и в стране заказчика, как правило, работает порядка 10 % команды аутсорсера. Раньше индусы отправляли в США своих программистов, которые получали долгосрочные рабочие визы и работали у клиентов. Но теперь американцы резко сократили квоты на прием иностранной рабочей силы и ограничили выдачу рабочих виз “H1B” даже для индусов. Поэтому индийские компании вынуж-



дены набирать программистов в США. Пока есть кризис и продолжают увольняться, эта проблема останется» [38].

В конкурентной борьбе и у индийских ИТ-компаний есть случаи недобросовестной и криминальной конкуренции. Так, 09.01.2009 г. руководство четвертого крупнейшего аутсорсера Индии – компании «Satyam Computer Services», в которой работает в общей сложности 53 тыс. чел., было задержано индийской полицией. Глава компании Р. Раджи признал, что он сфабриковал сведения об активах и наличии на общую сумму 1 млрд дол., в результате чего его компания была оценена выше реальной стоимости. После подобного скандала о разрыве отношений с компанией задумался не только японский «Nissan», но и местный производитель стали «ArcelorMittal».

По мнению аналитиков компании «Bloomberg», старожилы рынка ИТ-аутсорсинга, такие, как «IBM» или «Accenture», после скандала, связанного с мошенничеством в индийской аутсорсинговой компании, могут заметно укрепить свою рыночную позицию. В последние годы западные аутсорсеры были в значительной мере оттеснены с рынка более дешевыми услугами индийских и китайских подрядчиков, но после ареста руководства «Satyam Computer Services» и обвинений в мошенничестве, кредит доверия к индийским ИТ-компаниям снизился. По предположению аналитической компании «Cowen and Co», многие американские пользователи услуг аутсорсинга при этом предпочтут обратиться к «родным» «IBM» или «Accenture» как к двум крупнейшим американским аутсорсерам. Аналитики отмечают, что индустрия аутсорсинга вновь может частично повернуться на запад, по крайней мере, когда дело дойдет до крупных и публичных контрактов.

Необходимо отметить мнение экспертов, которые ожидают, что Китай может составить серьезную конкуренцию Индии на мировом рынке разработок программного обеспечения. Китайские аутсорсеры при этом будут опираться на поддержку со стороны национального правительства. Они считают, что Китай является самым большим вызовом для индийской индустрии ИТ-аутсорсинга: ожидается, что китайский рынок разработки программного обеспечения вырастет более чем на 15 % в ближайшие два года. Глава компании «Genpact», одной из крупнейших индийских компаний-разработчиков, П. Бхасин заявил: «В долгосрочной перспективе это одна из наиболее реальных угроз для индийской индустрии разработок... <...> ...сейчас

в стране нет крупных игроков, но правительство страны инвестирует в этот сектор» [50]. По словам Бхасина, потенциальные клиенты могут все чаще обращаться за услугами китайских программистов из соображений экономии и сокращения издержек. Он также отметил, что индийский аутсорсинг, занимающий 51 % мирового рынка аутсорсинга, будет расти медленнее, чем это было ранее (порядка 30 % в год), но все равно будет расширяться.

Уже в январе 2009 г. правительство Китая начало реализацию программы стимулирования индустрии аутсорсинга, направленную на увеличение доли китайского аутсорсинга на мировом рынке и включающую как налоговые льготы, так и субсидии.

Однако, как показал последний отчет компании «McKinsey», китайский ИТ-сектор все еще остается слишком фрагментированным, кроме того, местные компании, не в пример коллегам из других стран, пока не имеют привычки отдавать на аутсорсинг непрофильные виды деятельности, а китайские специалисты пока не имеют достаточно высокого уровня управленческой подготовки. Пятерка крупнейших китайских аутсорсинговых компаний демонстрирует темпы роста на уровне 20 % в год, что по-прежнему меньше, чем у индийских коллег. Индийские эксперты считают, что для индийского ИТ-аутсорсинга Китай не является угрозой в настоящий момент, но его политика явно обнаруживает нацеленность на индийский рынок аутсорсинга, объем которого измеряется 60 млрд дол.

По некоторым прогнозам, мировая индустрия ИТ-аутсорсинга достигнет в 2012 г. 150 млрд дол., включая рынки таких стран, как Филиппины и Малайзия. П. Бхасин отметил: «Когда китайские власти на чем-то сфокусируются, то они могут выполнять некоторые вещи намного лучше, чем индийское правительство». Он пояснил, что индийские власти никогда не поддерживали национальный аутсорсинг должным образом: «Если Индия не проведет необходимых реформ, наша доля на мировом рынке разработок будет падать» [50].

Мнение главы индийской ИТ-компании П. Бхасина подтверждается результатами исследований вице-президента исследовательской компании «Gartner» Дж. Попкина, который утверждает, что шансы Китая к 2010 г. достичь лидерства в ИТ напрямую зависят от уровня вмешательства правительства в экономику и способности местных компаний к инновациям [56].

Дж. Попкин выделяет пять секторов ИТ-индустрии: производство «железа», разработка программного обеспечения, предоставление ИТ-услуг, телекоммуникации и производство полупроводников, отмечая, что большинство стран ведут разработки в одном-двух секторах и только США довольно успешно развиваются во всех пяти направлениях, а Китай стремится сравняться с ними. Рост Китая в ИТ-индустрии обеспечивается готовностью к прямым иностранным инвестициям и значительным участием в процессе правительства страны через государственные предприятия, правительственные программы и политику. Наиболее важные факторы, влияющие на развитие китайской ИТ-промышленности в течение следующих пяти лет, – уровень вмешательства в экономику правительства и способность страны в целом к инновациям в области ИКТ. Основываясь на этих двух факторах, в исследовании сделано предположение, как будет выглядеть китайская ИТ-промышленность в 2010 г. при разных сценариях развития.

1. Сценарий «ИТ-сверхдержава» – высокая степень вмешательства правительства и высокая степень инноваций; сбалансированное развитие местной ИТ-индустрии во всех секторах и сильные экспортные позиции страны в аутсорсинге, разработке приложений и производстве комплектующих; источник капитала – прямые иностранные инвестиции; развитие ИТ-отрасли поддерживается всеми слоями общества; усиливается защита интеллектуальной собственности. Китай лидирует в установлении новых глобальных стандартов и соглашений.
2. Сценарий «Экономическая стабильность, ограниченный экспорт технологий» – высокая степень вмешательства правительства при низком уровне инноваций; местная ИТ-индустрия характеризуется патентованными технологиями, защитой крупных поставщиков и ограниченным числом пользователей, экспортом нестратегических технологий и услуг; прямые иностранные инвестиции сохраняются, но на низком уровне; основной доход приносит интеллектуальное пиратство. Китай избегает глобальных стандартов и соглашений.
3. Сценарий «Экономическая мощь, ограниченное влияние правительства» – невмешательство правительства; местные ИТ-компании с высокой степенью инноваций процветают, остальные

остаются без финансовой поддержки; основной источник инвестиций – фондовый рынок и доходы от реализации продуктов внутри страны; пиратство еще остается, но ИТ-индустрия уже принимает меры против него. Китай участвует в развитии глобальных стандартов и соглашений.

Специалисты компании «Gartner» уверены, что китайское правительство со временем скорректирует собственную политику, фокусируясь на помощи и содействии в экспортных программах ИТ-промышленности и устранении бюрократических барьеров для инвестиций в высокие технологии. Более того, само правительство должно инвестировать в ИТ-индустрию, бизнес-образование и тренинги на всех уровнях, развивая и ужесточая при этом законодательство по защите интеллектуальной собственности. «Gartner» также поддерживает стремление к равновесию между местными интересами и реалиями рынка, когда дело касается продвижения китайских стандартов.

Видимо, Китай предпочитает первый из вышеназванных сценариев и не собирается оставаться в роли статиста на рынке высоких технологий. В 2009 г. в Пекине была принята декларация о сотрудничестве в области информационных и коммуникационных технологий между Китаем и странами – членами «ASEAN», в первом пункте которой говорится о жизненно важной роли ИТ в национальной экономике и социальном развитии любой страны. В соответствии с декларацией Китай расширяет сотрудничество со странами региона в строительстве информационной инфраструктуры и исследованиях для долгосрочного развития ИКТ. В X пятилетнем плане Китая развитие информационной индустрии названо национальной целью и ключевым сектором для инвестиций. Министерство информационной промышленности Китая заявило, что прогнозируемый средний рост ИТ-индустрии составит не менее 20 % в год в течение следующих пяти лет. Число пользователей Интернета в Китае уже составляет 103 млн чел., и, как заявляют в китайском информационном интернет-центре, «перспективы развития Интернета весьма многообещающие» [56].

Таким образом, опыт показывает, что аутсорсинговые проблемы выходят на межгосударственный уровень и в их решение включаются уже и политики. Известно заявление премьера КНР Вэнь Цзябао, призвавшего Индию и Китай забыть свое историческое соперниче-

ство, чтобы совместно работать над наступлением «азиатского столетия» в мире информационных технологий: «Для этого необходимо поставить на сделанное в Китае компьютерное оборудование индийское программное обеспечение» [[http://www.presentation.ru/articles/russia\\_it\\_future\\_01\\_08\\_06.html](http://www.presentation.ru/articles/russia_it_future_01_08_06.html)].

В 2009 г. госсекретарь США Х. Клинтон во время визита в Индию постаралась развеять опасения индийских технологических компаний относительно намечающейся в США тенденции к протекционизму в торговле в сфере высоких технологий, заявив в телевизионном интервью: «Мы не хотим возвращения к политике протекционизма. Но аутсорсинг беспокоит многие американские компании и группы населения, и мы намерены придерживаться путей развития, не нарушающих торговые потоки между нашими странами». По-видимому, считают аналитики, Клинтон старается заверить индийскую сторону в том, что на переговорах будут решаться вопросы экспорта услуг. Но в Индии полагают, что заявления Клинтон свидетельствуют о наличии в США тенденции к протекционизму и что эти вопросы будут обсуждаться на переговорах. Недавно в США был предложен законопроект, налагающий ряд ограничений на зарубежные компании, желающие воспользоваться визами «H-1B», что тоже беспокоит индийскую ИТ-индустрию [130].

Мнение индийских специалистов не случайно, поскольку на Международном форуме «Nasscom CEO Forum» в Нью-Дели бывший основатель и глава корпорации «Microsoft» Б. Гейтс также подверг критике иммиграционную политику США, считая, что власти поступают неосмотрительно, перекрывая дорогу талантливым ИТ-специалистам: «Я уже упоминал о главных недостатках иммиграционного законодательства США, которые имеют значение не только для нашей страны, но и для всего мира. Конгресс США, накладывающий ограничения на въезд зарубежных специалистов, совершает большую ошибку. По моему личному мнению, властям следовало сделать исключение для образованных людей с инженерными дипломами и раскрыть перед ними двери». Гейтс уверен, что индийской ИТ-индустрии следует постепенно избавляться от столь сомнительного преимущества, как дешевизна рабочей силы, и уделять больше внимания современным исследованиям и разработкам. Он призвал индийское правительство, коммерческие компании и учебные заведения сосредоточиться на «R&D»-направлении, а также способство-

вать увеличению относительно небольшого числа студентов, желающих продолжить образование в докторантуре [9].

В России до сих пор нет устоявшегося термина «ИТ-аутсорсинг», из-за чего часто возникает путаница в понимании ситуации и тенденций на рынке, а также в трактовке собираемой статистики. Довольно часто под аутсорсингом понимается любое использование заказчиком внешних ресурсов. Однако в своем специальном значении аутсорсинг включает лишь определенное подмножество услуг сторонних организаций, а именно услуги, связанные с реализацией постоянных функций и бизнес-процессов предприятия (а не разовых проектов или заданий) и выполняемые на долгосрочной основе. С такой трактовкой аутсорсинга российские эксперты в целом согласны, а в части более глубокой структуризации сферы взаимодействия между заказчиком и исполнителем эксперты высказывают различные мнения, которые подробно рассмотрены в работе А. Колесова [61] и приводятся ниже.

Генеральный директор компании «Dell Inc.» в России и СНГ О. Жуков связывает ИТ-аутсорсинг, в первую очередь, с арендой программных продуктов, приложений, технических средств и фрагментов инфраструктуры (например, хостинг сайта, который используется подавляющим числом компаний).

По мнению руководителя подразделения предоставления услуг аутсорсинга компании «Hewlett Packard» в России В. Зайцева, главная черта аутсорсинга – передача ответственности за сервис. Поэтому базовая поддержка (ремонт), расширенная поддержка (проактивные работы или выделенный склад, решение проблем с программным обеспечением и предоставление персонала требуемого уровня) аутсорсингом не являются. Он выделяет следующие виды аутсорсинга:

- выборочный аутсорсинг – внешняя компания несет ответственность за один или несколько ИТ-сервисов, возможна передача части активов;
- мультисорсинг – ИТ-сервисы передаются нескольким компаниям как с управлением заказчиком, так и с использованием внешней управляющей компании и (или) аудитора;
- стратегический аутсорсинг – полная передача ИТ-инфраструктуры и (или) бизнес-приложений; предполагает серьезные про-

граммы трансформации инфраструктуры и практически всегда сопровождается передачей активов и сотрудников аутсорсеру;

- аутсорсинг бизнес-процессов – передача внешней компании части бизнес-процессов, например, связанных с логистикой или выставлением счетов.

Руководитель направления системной интеграции в России и СНГ корпорации «IBM» В. Корниенко в понятие «аутсорсинг» включает широкий спектр услуг – от поддержки программного и аппаратного обеспечения заказчика до управления инфраструктурой и корпоративными приложениями и предоставления услуг в области «ITSM».

Генеральный директор «IBS DataFort» Д. Калинин полагает, что нужно использовать классическую схему категоризации ИТ-аутсорсинга:

- ресурсный (аутсорсинг персонала, аренда места в ЦОДе); заказчик, используя внешние ресурсы, сам ими управляет и соответственно самостоятельно несет ответственность за результат;
- функциональный; заказчик передает некоторые функции под управление аутсорсера. Все критерии работы аутсорсера оговариваются, ответственность за сбой в работе или несвоевременное выполнение запросов несет сервис-провайдер;
- стратегический – комплексная форма ИТ-аутсорсинга с полной передачей управления ИТ-службами аутсорсеру.

Д. Калинин считает, что в России в основном используется первая форма, но наблюдается тенденция перехода от потребления ресурсного аутсорсинга к функциональному, а стратегический аутсорсинг пока находится на начальном этапе развития.

Директор центра «Персоналити» компании «АйТ С» И. Мазурова отмечает, что стратегический аутсорсинг в России пока используется только крупными компаниями для перевода ИТ-служб в дочерние сервисные фирмы.

По мнению заместителя руководителя департамента продвижения и поддержки продаж сервисного центра компании «Инфосистемы Джет» И. Дурова, аутсорсинг – это соглашение на длительный (не менее трех-пяти лет) срок между клиентом и поставщиком, когда последний берет на себя обязательства по оперативной реализации определенных соглашением функций с заданным уровнем

качества и ответственность за выполнение работ. Директор по стратегическому маркетингу компании «Orange Business Services» (сеть этого провайдера охватывает более 200 стран мира, в т. ч. Россию и страны СНГ [54]) в России и СНГ Б. Стаеленс считает, что в России в телекоммуникационной сфере востребованы аутстаффинг (аутсорсинг персонала для выполнения услуг), управляемые услуги и комплексный аутсорсинг. Управляемые услуги («Managed Services») – это аутсорсинг отдельных сетевых элементов, когда заказчик доверяет аутсорсеру не просто управление оборудованием, но и оптимизацию его настроек с учетом потребностей своего бизнеса и используемых приложений.

Президент компании «Radius Group» Д. Мариничев выделяет аутсорсинг услуг для создания ИТ-инфраструктуры, аутсорсинг услуг для разработки программного обеспечения, аутсорсинг ИТ-инфраструктуры, аутсорсинг программного обеспечения, аутсорсинг услуг для обслуживания ИТ-инфраструктуры и аутсорсинг для поддержки и сопровождения программного обеспечения.

Заместитель генерального директора компании «Stack Group» Р. Сухов считает, что под ИТ-аутсорсингом следует понимать не только деятельность, направленную на решение прикладных задач, разработку софта и обслуживание оборудования, но и целый спектр работ по решению административных и организационных проблем, включая вопросы, связанные с логистикой и взаимным согласованием оперативных задач по разработке софта и техническому сопровождению оборудования.

Руководитель отдела продажи сервисных услуг компании «Sun Microsystems, регион СНГ» А. Денисюк в частичном аутсорсинге выделил две основные формы:

- «Managed Services» – услуги по управлению частью ИТ-инфраструктуры. В набор услуг могут входить предоставление ИТ-специалистов для работы на месте эксплуатации, услуги по мониторингу ИТ-инфраструктуры, по защите инфраструктуры от несанкционированного доступа и т. д.;
- «Utility Computing» – услуги по предоставлению вычислительных мощностей для решения различных производственных задач, где выделяют два варианта вычислительных сетей – публичные и частные.



Эксперты, за исключением И. Дурова, считают, что в 2008 г. рынок ИТ-аутсорсинга в России достаточно активно развивался. По оценкам Д. Калинина, рост составил от 20 до 30 %, выросла и доля ИТ-аутсорсинга среди других ИТ-услуг. В 2008 г. увеличился переход от ресурсного к функциональному аутсорсингу, возросла роль аутсорсинга в обслуживании государственных структур. В. Зайцев отметил, что рост зрелости ИТ-процессов способствует переходу к ауттаскингу и частичному аутсорсингу. Продолжается выделение ИТ-подразделений во внешние дочерние структуры. Однако роста числа серьезных сделок стратегического аутсорсинга пока не наблюдается. В. Корниенко также отмечает, что в России наиболее востребованы услуги тактического аутсорсинга, или хостинга, предоставление инфраструктуры ЦОДа, управление системами и приложениями.

Д. Мариничев выделил на рынке крупных интеграторов, для которых доходы от ИТ-аутсорсинга, как правило, колеблются в пределах 5 % дохода от предоставления услуг поддержки и сервисного обслуживания, и средних интеграторов. Есть примеры, когда последние в течение прошедших трех лет стабильно получают 35–40 % своего дохода от направления ИТ-аутсорсинга при общем доходе в 400–500 млн руб.

А. Денисюк выделяет в российском рынке развития ИТ-аутсорсинга вывод ИТ-активов в отдельные компании и внешний аутсорсинг. В стране доминирует частичный аутсорсинг, который обеспечивают системные интеграторы, закрывая в основном платформенный уровень (сетевая инфраструктура и системное программное обеспечение). Еще до кризиса стал резко возрастать рынок предоставления вычислительных мощностей, так как потребность в ИТ-мощности значительно превышала возможности компаний. На этом фоне резко возрос спрос на технологии виртуализации ИТ-инфраструктуры и создания высокоэффективных ЦОДов.

Почти все эксперты отметили рост спроса на аутсорсинг ЦОДа – одного из самых востребованных направлений аутсорсинга. В 2008 г. существенно возросло число дата-центров, предоставляющих (или заявляющих о возможности) услуги чуть большие, чем простой хостинг или совместное использование вычислительных площадок. Возможно, всплеск серьезных и крупных ИТ-аутсорсинговых сделок придется на 2010–2011 гг. Д. Мариничев уверен, что спрос на ЦОДы

будет стабильно расти. Приходит понимание, что для дата-центров надежность и безопасность информационных систем заказчиков необходимы, что ЦОДы обеспечивают безопасность на гораздо более высоком уровне, чем сами заказчики.

А. Колесов отмечает, что мировой финансово-экономический кризис, по мнению почти всех экспертов, способствовал переходу заказчиков на более широкое использование аутсорсинга. Это объясняется необходимостью концентрировать ресурсы на ключевом бизнесе, а все непрофильные бизнес-процессы отдавать на сторону. Так, на фоне кризиса, считает Д. Мариничев, произошло повышение значимости ИТ-аутсорсинга в ИТ-стратегиях компаний-заказчиков. Рынок ответил ростом предложения услуг ИТ-аутсорсинга за счет увеличения количества игроков, расширением спектра предлагаемых услуг, повышением гибкости условий контрактов. А. Денисюк считает, что, хотя объем рынка ИТ-аутсорсинга в мировом масштабе не претерпел сокращения и существенного пересмотра, на местном рынке ситуация выглядит не столь благополучно – запросов на такие услуги стало значительно меньше, конкуренция ужесточается, клиенты заняли выжидательную позицию.

А. Сухов к тенденциям относит рост популярности ИТ-аутсорсинга и повышение требовательности потребителей данного класса услуг. Первый объясняется вынужденной необходимостью бизнеса снижать оперативные затраты на ИТ. Второй – потребностью бизнеса поддерживать определенный уровень качества ИТ-сервисов. Услугами дата-центров интересуются уже не только субъекты малого бизнеса, но и финансовые структуры. В то же время кризис заставил заказчиков более здраво подходить к экономичности и эффективности проектов.

В. Зайцев высказал свою позицию, которая заключается в том, что в условиях кризиса такие первые, самые очевидные, действия, как «замораживание» проектов, ограничения в закупках, несильно повлияли на текущие аутсорсинговые проекты. Исходя из этого, компании будут продолжать рассматривать аутсорсинг как средство сокращения расходов либо изыскания средств на проекты трансформации. Аутсорсеры, в свою очередь, будут, скорее всего, предлагать решения, используя весь спектр возможностей, включая выкуп инфраструктуры, лизинг и другие способы распределения стоимости начальных затрат при долгосрочных сделках.

Д. Калинин отметил, что кризис повысил потребность в услугах ИТ-аутсорсинга, но говорить о повышении спроса еще рано. Наибольший интерес для заказчиков в настоящий момент представляет возможность оптимизации инвестиционных затрат, а также перевода капитальных затрат в ранг операционных. Особое внимание сейчас уделяется услугам, сопровождающим изменения в компании (при смене владельца или разделении на несколько фирм). Речь идет о предоставлении серверов, услугах центров обработки данных, ресурсах сети и т. д. Аутсорсинг начинают сегодня шире использовать для поддержки малых офисов, распределенных по территории России.

Проведенный А. Колесовым опрос показал, что более половины компаний-респондентов (53,9 %) уже используют ИТ-аутсорсинг, еще 16,5 % хотят его применять, но почти треть (28,7 %) не собирается этого делать [61]. В качестве аутсорсеров на российском рынке выступают прежде всего небольшие местные ИТ-компании (31,3 %), затем частные консультанты (20 %) и лишь потом крупные российские интеграторы (19,1 %); зарубежные провайдеры заметно отстают (4,3 %). По мнению большинства респондентов, кризис не повлиял на стратегию их компаний в области ИТ-аутсорсинга (67,0 %). Профиль ответивших организаций выглядит следующим образом: не ИТ-компания, крупный бизнес (более 500 ПК) – 20,7 %; не ИТ-компания, средний бизнес (25–500 ПК) – 48,7 %; не ИТ-компания, малый бизнес (до 25 ПК) – 9,9 %; ИТ-компания – 19,8 %.

Говоря о росте интереса российских заказчиков к аутсорсингу, директор по стратегическому маркетингу компании «Orange Business Services» Б. Стаеленс все же отмечает, что к комплексному аутсорсингу телекоммуникационной инфраструктуры интерес больше теоретический. Пока большинство контрактов здесь глобальные. Он связывает это с тем, что на аутсорсинг нельзя перейти за месяц и даже за полгода, до него нужно дорасти, надо постоянно плавно увеличивать уровень внешних услуг. Только когда две компании – заказчик и поставщик – становятся прозрачными друг для друга, устраивают друг друга по качеству сервиса, по стабильности бизнеса, возникает повод для разговора о долгосрочном соглашении и аутсорсинге. С управляемыми услугами проще, так как клиент передает на аутсорсинг не все, а только отдельные сетевые элементы и без серьезных инвестиций получает современные телекомму-

никационные сервисы, работающие с заданными параметрами и производительностью как на сетевом уровне, так и на уровне приложений.

В качестве наиболее востребованных инноваций Д. Калинин отмечает услуги, включающие возможность аренды программного обеспечения и оборудования, а также технологии виртуализации, которые позволяют изменять деятельность ИТ-отделов, начиная с управления, планирования и определения уровня ИТ-затрат и заканчивая процессами внедрения и закупок. И. Дуров считает, что аутсорсинговые проекты с использованием круглосуточной централизованной службы удаленного управления ИТ-заказчиков его компанией реализуются уже несколько лет. По мнению Р. Сухова, отечественный ИТ-рынок еще не достиг того уровня зрелости, который способствует активному использованию «облачных» вычислений. Это связано, в частности, и с ограничением инвестиционных программ в условиях кризиса.

Эксперты перечислили проблемы, мешающие развитию российского рынка ИТ-аутсорсинга. В. Зайцев выделил три проблемы. Первая – исторически важность руководителя определяется не бюджетом его компании, а количеством подчиненных, и многие ИТ-руководители изначально воспринимают аутсорсинг негативно. Вторая – нехватка опыта из-за небольшого числа сделок, где реально работает аутсорсинг. Третья – из-за того, что знания ключевых ИТ-сотрудников о предмете зачастую недостаточны, многие компании, осознавая это, не решаются на серьезный аутсорсинг.

В. Корниенко считает, что основным препятствием на пути развития услуг аутсорсинга является наличие большого числа дочерних компаний, которые предоставляют ИТ-услуги своим материнским структурам. Выходом из ситуации может быть построение гибридных моделей, когда часть услуг приобретается у «дочки», а отдельные функции передаются на управление стороннему провайдеру.

Д. Калинин полагает, что из-за стремления заказчиков сконцентрироваться лишь на аспекте экономии за счет аутсорсинга при выборе сервис-провайдера на первый план вышел вопрос стоимости, а параметры технологичности и качества были оставлены без внимания. В результате на рынке ИТ-услуг появились компании, предоставляющие дешевые, но некачественные сервисы.

И. Дуров в качестве основной проблемы рынка выделил его непрозрачность (закрытость). Отсутствие значимого числа публичных проектов не позволит развиваться быстрыми темпами и ИТ-аутсорсингу. Кроме того, многие заказчики все еще считают вывод ИТ-сервиса на аутсорсинг небезопасным, хотя мировая практика говорит о противоположном.

Б. Стаеленс полагает, что российское законодательство не способствует поддержанию долгосрочных отношений между поставщиком и заказчиком. Оператор может в любой момент поднять цены, а заказчик, предупредив за 30 дней, может отключиться. Однако инвестиции, которые необходимо сделать для поддержки этого клиента, могут иметь срок окупаемости в несколько лет.

Р. Сухов считает главной проблемой, препятствующей развитию отечественного ИТ-рынка, заметный дефицит квалифицированных специалистов, способных видеть и обосновывать целесообразность использования ИТ в интересах бизнеса. А. Денисюк полагает, что оплата труда ИТ-специалистов на российском рынке недостаточно высока, что затрудняет развитие аутсорсинга как услуги, потребляемой российскими заказчиками [61].

Согласно отчету исследовательской компании «Pierre Audoin Consultants» («РАС»), российский рынок ИТ-услуг в 2007 г. вырос на 18 %, примерно до 3 млрд евро. Это самый крупный рынок в Восточной Европе. Тем не менее, по мнению специалистов «РАС», ему еще далеко до состояния зрелости. В аналитической компании «IDC» объем российского рынка ИТ-услуг оценили в 4,4 млрд дол. По классификации компании «IDC» сегмент ИТ-услуг составляют системная интеграция (по подсчетам компании – 30,4 % рынка услуг), консалтинг и разработка заказного программного обеспечения (28,8 %), установка и поддержка оборудования и программного обеспечения (18,7 %), аутсорсинг (12,1 %), ИТ-обучение и тренинги (4,3 %) [[http://e-executive.ru/news/news/903079/?phrase\\_id=1785626](http://e-executive.ru/news/news/903079/?phrase_id=1785626)].

В 2008 г. участники российского рынка ИТ-аутсорсинга объединились в некоммерческое партнерство «Астра». Его учредителями выступили компании «Армада», «Инфосистемы Джет», «Крок», «Теском», ГК «Оптима», «ОТР», «Россервис», «Стинс Коман», «in4media» и «ISG»; президентом назначен С. Македонский, генеральный директор компании «in4media». Одной из главных задач партнерства является обучение рынка и оказание поддержки в эф-

фективном использовании данной технологии. Участники партнерства смогут через НП «Астра» лоббировать собственные интересы в госрегулировании отрасли и объединить усилия по маркетинговому продвижению своих услуг. Компании, вошедшие в объединение, получают возможность делить информацию о заказчиках и получать информацию о предоставляемых услугах.

Аналитики уверены, что создание партнерства обусловлено, в первую очередь, стремлением отечественных ИТ-компаний популяризировать услуги аутсорсинга. «По сравнению с развитыми странами в России имеется огромный потенциал направления ИТ-аутсорсинга, – отмечает А. Зайцева, аналитик УК “Финам Менеджмент”. – Однако его развитие сдерживается различиями в уровне инфраструктуры бизнес-процессов заказчиков. Таким образом, для ИТ-компаний существуют сложности выработки единого стандартного пакета услуг, что приводит к сложностям в формировании спроса со стороны заказчиков». По мнению А. Зайцевой, среди причин, побуждающих к созданию партнерства, стоит отметить повышение конкуренции российского ИТ-сектора, а также рост его устойчивости на фоне разрастающегося финансового кризиса [<http://www.outsourcing.ru/content/rus/261/2615-article.asp>].

## НЕКОТОРЫЕ ВЫВОДЫ

В последние годы развитие ИТ в мире, обусловленное их активным проникновением в процессы функционирования предпринимательских структур, механизмы государственного управления и социальную сферу (наряду с ростом рынка их использования и выраженными тенденциями интеграции хозяйствующих структур уже не только на уровне отдельных государств, но и на международном уровне в различных отраслях экономики и на межотраслевом уровне), продолжает способствовать глобализации, в т. ч. путем создания и расширения транснациональных ИТ-корпораций.

Крупнейшие ИТ-корпорации ведут активную работу по расширению масштабов своей деятельности и выходу на рынки других стран. Например, американские ИТ-корпорации привлекают к работе специалистов из Индии, Китая, Великобритании, Израиля, России и др., в т. ч. и проживающих в период работы на эти корпорации

на территориях своих стран; различные корпорации Америки и Европы размещают свои производства в других странах. В итоге почти 80 % мировой компьютерной продукции, разработанной в настоящее время, производится в Китае. И наоборот, например, китайская компания «Lenovo» привлекает к работе японских и американских специалистов и размещает свои лаборатории в Японии, Китае и США.

Влияние ИТ-отрасли на мировой прогресс многогранно, что определяет основные особенности рынка ИТ. Во-первых, это огромное влияние ИТ-сферы на мировую экономику и активизацию процессов интеграции и глобализации; во-вторых, ее вклад в развитие научно-технического прогресса в других отраслях экономики, в развитие предпринимательства и социальной сферы; в-третьих, внедрение ИТ-товаров и ИТ-услуг в других отраслях выводит их на качественно иной уровень развития, ускоряя темпы роста экономики страны и ее интеграции в мировую экономику; в-четвертых, с развитием ИТ-отрасли растет потребность в ИТ-товарах и ИТ-услугах бизнеса, государства и социальной сферы в различных странах в субъектах крупного, малого и среднего бизнеса, реализующих ИТ-продукцию и ИТ-услуги; в-пятых, колоссальная скорость повышения технического, технологического и функционального уровня этих товаров и услуг, обуславливающая инновационную направленность ИТ-сферы на короткий срок жизни моделей ИТ-продукции и сверхинтенсивную в рамках жесткой конкуренции смену ее технических и организационно-технологических моделей и решений; в-шестых, потребность отрасли ИТ в высококвалифицированных специалистах и ее влияние на рост этой потребности на предприятиях других отраслей, реализующих инновационные ИТ-разработки.

Для крупнейших ИТ-компаний в условиях интеграции и глобализации характерно объективное стремление к росту масштабов своей деятельности и увеличению абсолютных размеров и монополизации, что является естественным результатом свободной конкуренции, механизмом преодоления преград, естественных противоречий рыночного развития посредством концентрации и централизации капитала.

Расширение крупнейших ИТ-корпораций осуществляется традиционными для других сфер методами: созданием филиалов, бизнес-подразделений или производственных линий на территории не только своей, но и других стран, поглощениями, слияниями, заключением

соглашений, созданием консорциумов, развитием аутсорсинга, но, прежде всего, путем вывода на развивающийся мировой рынок конкурентоспособных ИТ-товаров и ИТ-услуг и в конечном итоге выхода их на транснациональный уровень.

Для интеграционных и глобализационных аспектов, как для ИТ-корпораций, так и для корпораций других сфер, характерны два принципиальных момента различного организационно-экономического характера. Во-первых, несмотря на экономическую и финансовую мощь современных корпораций, их ресурсы в каждый момент времени ограничены, сдерживая тем самым их внутреннюю экспансию. Ориентация на внешнее развитие привлекательна и перспективна, поскольку практически не ограничена и в указанном отношении абсолютна, более того, существующие корпоративные формы и интеграционные механизмы позволяют довольно успешно обходить, например, преграды антимонополистического законодательства. Во-вторых, внутренний и внешний рост корпораций имеет неодинаковые последствия микро- и макроэкономического характера. Развиваясь «изнутри», причем не только за счет собственной прибыли, но и заемных, временно свободных средств других экономических субъектов, корпорация, увеличивая собственные размеры, вместе с тем реально увеличивает региональный и национальный (транснациональный, мировой) экономический потенциал, способствует росту национальной экономики. Микро- и макроэкономические последствия содержательно одинаковы – экономический рост.

У крупных ИТ-корпораций, таких, как «Microsoft», «IBM», «Oracle Corp.», «Hewlett Packard Co.», «SAP», «Dell Inc.», «Cisco Systems», «Siemens», «Lenovo Group» и др., высок социальный потенциал, так как предоставляя множество рабочих мест, формируя бюджеты разных уровней, владея различными ресурсами, они могут отстаивать свою позицию в органах власти, лоббировать свои интересы и др. Поэтому крупнейшие ИТ-корпорации путем расширения своего бизнеса усиливают политические и экономические позиции, в результате чего все больше увеличивается их влияние (прежде всего транснациональных корпораций) на мировой рынок.

Несмотря на глобальный финансовый кризис, крупнейшие корпорации продолжают вкладывать серьезные средства в перспективные разработки и НИОКР, прогнозируя не только реструктуризацию



производства и редизайн продуктовой линейки, но и создание принципиально новой продукции в новых «прорывных» отраслях (например, биотехнологии), тем самым планируя создание новых рынков. Особенности проведения НИОКР являются: формирование серьезной научной базы, инновационная направленность, трансфер технологий и нацеленность на коммерциализацию научных разработок в сжатые сроки.

Анализ показывает, что на мировом рынке ИТ-товаров и ИТ-услуг идет жесткая конкурентная борьба между ИТ-корпорациями, головные офисы которых расположены в одной стране, а структурные подразделения и партнеры в различных странах мира. В США – «IBM», «Microsoft», «Hewlett-Packard», «Oracle Corp.», «Apple», «Dell Inc.», «Intel», «Cisco Systems», «NYSE:EMC» («EMC»), «Sun Microsystems», «Infor Global Solutions» и др.; в Канаде – «RIM» и др.; в Германии – «SAP» и др.; в Японии – «Sony», «Canon», «Toshiba», «NEC», «Fujitsu»; на Тайване – «Acer», «Asus», «Formosa», «Micro Star International», «Taiwan Semiconductor Manufacturing Company» («TSMC»); в Китае – «Lenovo Group» и «Huawei», «Hon Hai Precision Industry» («Foxconn»); в Индии – «HCL Technologies», «Tata Consultancy Services Ltd», «Tholons»; в Южной Корее – «Samsung Electronics» и «LG Electronics» («LG») и др.; в Сингапуре – «Flextronics»; в Финляндии – «Nokia», «Metso Automation», «Forte Netservices», «Tieto Corporation» и др.

Характерным становится расширение функций и диверсификация сфер деятельности крупнейших ИТ-корпораций. Например, в последние годы корпорация «IBM» переориентировалась на выпуск программного обеспечения и предоставление услуг, включая различные услуги по аутсорсингу, резко сократив объемы деятельности товарных подразделений, что, видимо, и обеспечило ее наибольшую устойчивость к рецессии. Это связано с поиском путей повышения качества ИТ-товаров и ИТ-услуг, предоставляемых потребителям. У последних растет потребность в повышении качества этих товаров и услуг, скорости срабатывания, уровня безопасности, надежности и сервиса, увеличении объемов хранимой и обрабатываемой информации и др. Очевидно, это связано и с выраженной тенденцией стремления ИТ-компаний к монополизму.

Важнейшим направлением работы ведущих ИТ-компаний является создание, приобретение и защита интеллектуальной соб-

ственности, оформляемой как в виде патентов, так и охраняемых коммерческих тайн (ноу-хау). Ведущие ИТ-компании весьма серьезно работают над созданием перспективных рынков и готовятся к конкуренции на них, вкладывая большие средства в развитие новых, перспективных высокотехнологичных отраслей, включая биотехнологии.

При конкуренции, связанной со стремлением к монополизму, захвату рынков, быстрому обогащению и использованию чужой интеллектуальной собственности, бывают случаи нарушения антимонопольного законодательства (например, корпорацией «Microsoft») и недобросовестной и криминальной конкуренции (например, корпорации «Intel Inside»), которые караются законом. Налагаются колоссальные штрафы, и даже принимаются жесткие решения по уголовным делам.

В области совместной деятельности ИТ-корпораций значимым является соглашение (2009 г.) корпорации «Microsoft» и компании «Yahoo!». В 2009 г. корпорация «IBM» заключила соглашение с поставщиками сетевых технологий – компаниями «Brocade», «Cisco Systems» и «Juniper», ведущими «ОЕМ»-производителями и реселлерами сетевых коммутаторов и маршрутизаторов. Корпорацией «IBM» и компанией «Cisco Systems» в 2009 г. был создан концерн по реализации совместного пилотного проекта по разумному энергопотреблению. В 2007 г. корпорация «Google» заключила соглашение с компанией «Salesforce.com», а популярность нового программного обеспечения («Google Chrome Operating System») в перспективе будет зависеть от ее возможностей организовать взаимодействие с крупнейшими производителями компьютеров – «Hewlett-Packard Co.», «Dell Inc.» и др., которые в настоящее время предлагают своим покупателям устанавливать операционную систему «Windows».

О том, какие средства в конкурентной борьбе направляются на поглощения компаний с целью консолидации сил для своего расширения и достижения конкурентных преимуществ на быстро растущем рынке ИКТ, свидетельствуют следующие факты. Значимым для мирового рынка ИКТ является приобретение в 2008 г. корпорацией «Google» компании онлайн-рекламы «DoubleClick» за 3,2 млрд дол., корпорацией «IBM» компании «Ounce Labs», корпорацией «Hewlett Packard Co» компании «Electronic Data Systems» за 13,9 млрд дол. (ранее она приобрела компанию

«Compaq» за 20 млрд дол.). Компания «Oracle Corp.» приняла решение приобрести одного из крупнейших производителей программных средств – «Sun Microsystems Inc.». Если сделка состоится, то ее сумма может достигнуть 7,4 млрд дол. Компания «SAP» в 2009 г. приобрела компанию «Clear Standards Pursue to Emissions Management» и намерена потратить до 5 млрд евро на новые поглощения, чтобы успешнее конкурировать с корпорацией «Oracle Corp.». Компания «Dell Inc.» в 2007 г. приобрела компанию «EqualLogic» за 1,4 млрд дол.; сейчас ее интересуют небольшие компании стоимостью от 200 млн до 8 млрд дол. Корпорация «EMC» продолжает политику поглощения небольших компаний. В 2007 г. она приобрела компанию «RSA Security», которая специализируется в области защиты информации; сумма сделки – 2,1 млрд дол.

В число тенденций, определяющих направленность поглощений в ИКТ-сфере, входит, помимо расширения масштабов своей деятельности, и стремление к производству одной корпорацией ИКТ-товаров «все в одном», например, персональных компьютеров и программного обеспечения, операционных систем и систем безопасности, а также выраженная диверсификация деятельности компаний, наиболее ярко проявившаяся в альянсе корпорации «Microsoft» и интернет-компании «Yahoo!».

В работе ИТ-компаний, по их мнению [151], есть серьезные риски и неопределенности. В их перечень они включают конкуренцию, экономические факторы и реакцию на них; потребительские и деловые решения в отношении продуктов компании; возможные судебные процессы; продолжительность конкуренции на рынке; возможности регулярной поставки на рынок новых программ, продуктов, технологических нововведений и стимулирование спроса на них; воздействие на валовую прибыль развития продуктов, изменения цен на них и (или) увеличение стоимости компонентов. Сюда также входит и риск обесценивания запасов из-за заказов компонентов до получения заказов от покупателей; доступность на приемлемых условиях определенных компонентов и услуг, необходимых для деятельности и получаемых из единственных или ограниченных источников; воздействие из-за зависимости от услуг, предоставляемых третьими сторонами, на качество, количество или стоимость продукции или оказанных услуг; воздействие из-за нарушения прав на интеллектуальную собственность других владельцев; воздействие

проблем, связанных с качеством продукции; военные действия, террористические акты, проблемы здравоохранения и др. обстоятельства, способные нарушить поставку, доставку или спрос на продукцию; наличие основных сотрудников; неблагоприятные результаты судебных разбирательств; зависимость от работы дистрибьюторов и других реселлеров продукции.

Спад в экономике сильно повлиял на большинство ИТ-игроков. Объем продаж и оборот сократились, а стоимость акций упала. Тем не менее, несмотря на проблемы, возникшие в период мирового кризиса, некоторые крупные игроки имеют серьезные финансовые возможности для подстегивания волны слияний и поглощений. В число таковых аналитики включают компании в следующем порядке: «Cisco Systems», «Microsoft», «Google», «Oracle Corp.», «Hewlett-Packard Co», «IBM», «Dell Inc.», «EMC» [30].

В области развития диверсификации и расширения выполняемых функций можно отметить тот факт, что в последние годы корпорация «IBM Corp.» наряду с выпуском традиционной продукции сориентировалась на выпуск программного обеспечения и предоставление услуг, включая различные услуги по аутсорсингу и создание своей поисковой системы.

В условиях мирового кризиса в конкурентной борьбе для снижения издержек многие ведущие ИКТ мира, такие, как «Adobe Systems Inc.», «AMD», «AT&T», «Dell», «EMC», «Hewlett-Packard», «Lenovo», «Microsoft», «Motorola», «NEC», «Nokia», «Nortel», «Panasonic», «Philips», «SAP», «Seagate», «Sony», «Sony Ericsson», «Sun Microsystems», «Toshiba», «Unisys», «Xerox» и «Yahoo! Inc.», провели массовые сокращения персонала. Вместе с тем в 2009 г. производители персональных компьютеров «ASUSTeK Computer» («ASUS»), «Pegatron Electronics», «Foxconn Electronics», «Intel» и «NVIDIA», реагируя на увеличение спроса на свою продукцию, начали принимать на работу новых сотрудников, а компания «ASUS» вновь открыла прием на работу в подразделения, занятые разработкой и продажей настольных систем, ноутбуков, телефонов и оборудования связи.

Несмотря на типичные для кризисного периода проблемы, рынок ИТ-услуг продемонстрировал рост, причем в сложнейшей ситуации многие ИТ-корпорации показали способность не только выстоять,

но и продолжить жесткую конкурентную борьбу на рынке ИТ-товаров и ИТ-услуг.

В связи с глобализацией и интеграцией, а также интенсивным развитием ИТ-технологий, отвечая на потребности рынка, значительное место в бизнес-процессах занял ИТ-аутсорсинг. Мировой финансово-экономический кризис способствовал переходу заказчиков на более широкое использование аутсорсинга в качестве одного из важнейших инструментов достижения оперативных и стратегических целей, для чего у них зачастую не хватает собственных специалистов. Появление проектов по замещению собственной ИТ-службы внешней командой сопровождается сейчас более широким использованием центров удаленного мониторинга и администрирования, способных обслуживать не один десяток заказчиков одновременно.

Потери ИТ-рынка в условиях мирового кризиса оказались гораздо ниже, предсказываемых экспертами, и ниже, чем во многих других сферах предпринимательства. В 2009 г. отмечается некоторое оживление ИТ-рынка. Корпорации «IBM», «Oracle», «Intel» и ряд других сообщили о росте прибыли во 2-м квартале 2009 г. В условиях кризиса активизировалось поглощение перспективных компаний путем приобретения их резко подешевевших активов, что свидетельствует об активных мерах, предпринимаемых компаниями для успешного выхода из кризиса и дальнейшего роста.

Можно констатировать, что именно интеграция, глобализация, жесткая конкуренция ИТ-корпораций, трансформация их в транснациональные, обусловленные научно-техническим прогрессом, растущей потребностью экономики в ИТ-товарах и ИТ-услугах, и инновационная направленность деятельности позволили ИТ-корпорациям накопить потенциал, который помог им не только выстоять в условиях мирового финансово-экономического кризиса, но и предпринять конкретные меры для своего послекризисного развития. Этому способствовало также умение ИТ-корпораций в конкурентной борьбе в сжатый срок модернизировать старые и создать новые ИТ-услуги и ИТ-товары, обеспечивая растущую потребность в них бизнеса, социальной сферы и частных лиц.

**БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**

1. Автоматизация от METCO / Т. Лааксонен, К. Хухтанен, Й. Юленен и др. – М. : Лига-Принт. – 137 с.
2. Акционеры Sun Microsystems согласились продать свою компанию корпорации Oracle за 7,4 млрд дол. [Электронный ресурс]. – [Украина]. – URL: <http://www.rbc.ua/rus/newsline/2009/07/16/565842.shtml>. – (дата обращения: 17.07.09).
3. *Андронов А.* ИТ-гиганты хотят отобрать Wi-fi-патенты у Австралии [Электронный ресурс] / А. Андронов. – [М.]. – URL: <http://www.intellect-law.ru/lofiversion/index.php/t1190.html>. – (дата обращения: 20.09.09).
4. *Антимонов Д.* Как грамотно создать ИТ-бренд [Электронный ресурс] / Д. Антимонов. – [Хабаровск]. – URL: [http://www.dv-reclama.ru/others/articles/detail.php?ELEMENT\\_ID=8120](http://www.dv-reclama.ru/others/articles/detail.php?ELEMENT_ID=8120). – (дата обращения: 12.10.09).
5. Баллмер: сделка с Yahoo улучшит продукцию Microsoft [Электронный ресурс]. – [М. ?]. – URL: <http://www.cyberstyle.ru/newsline/yandex/view/5811>. – (дата обращения: 02.08.09).
6. *Баранова С.* Новые соглашения IBM с поставщиками сетевого оборудования [Электронный ресурс] / С. Баранова. – [М.]. – URL: <http://www.flcd.ru/news/internet/606/>. – (дата обращения: 18.09.09).
7. *Белкин И.* 30 лет назад была основана компания Apple [Электронный ресурс] / И. Белкин. – [М. ?]. – URL: <http://www.advesti.ru/news/once/342006apple>. – (дата обращения: 20.01.09).
8. Билл Гейтс: Google не понимает [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.xaker.ru/post/42610/default.asp>. – (дата обращения: 23.06.09).
9. Билл Гейтс раскритиковал иммиграционную политику США [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.securitylab.ru/news/383023.php>. – (дата обращения: 20.08.09).
10. Благословенный параноик (Великий компьютерный менеджер – Эндрю Гроув) [Электронный ресурс]. – [Украина]. – URL: <http://www.dengi-info.com/archive/article.php?aid=831>. – (дата обращения: 20.07.09).
11. *Бортова М. П.* Современные проблемы транснационализации производства и капитала [Электронный ресурс] / М. П. Бортова. – [М.]. – URL: <http://www.cfin.ru/press/management/2000-3/13.shtml>. – (дата обращения: 16.09.09).

12. Будни крупных игроков. China Mobile [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.mobiset.ru/articles/text/?id=2845>. – (дата обращения: 20.02.09).

13. Булатов А. Ф. Трансформации корпоративных структур / А. Ф. Булатов, И. Р. Шегельман. Архангельск : Изд. дом «Юпитер», 2004. – 160 с.

14. В Китае ускорят развитие ИТ [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.osp.ru/cw/2009/14/7864105/>. – (дата обращения: 25.10.09).

15. В Центральной и Восточной Европе создали аутсорсинговую ассоциацию [Электронный ресурс]. – [Киев]. – URL: [http://itdirector.org.ua/ituniver/wiw\\_itu.php?ID=417](http://itdirector.org.ua/ituniver/wiw_itu.php?ID=417). – (дата обращения: 02.11.09).

16. В Сингапур за высшим образованием [Электронный ресурс]. – [Киев]. – URL: <http://www.excel.co.ua/index.php?pid=167>. – (дата обращения: 20.10.09).

17. Владимирова И. Г. Глобализация мировой экономики: проблемы и последствия [Электронный ресурс] / И. Г. Владимирова. – [М.]. – URL: <http://www.cfin.ru/press/management/2001-3/10.shtml>. – (дата обращения: 13.10.09).

18. Власти Тайваня оштрафовали Dell за некорректные цены [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.cybersecurity.ru/news/75291.html>. – (дата обращения: 10.10.09).

19. Власюк А. Мировой рынок ИТ поднимется в конце 2010 года [Электронный ресурс] / А. Власюк. – [М.]. – URL: [http://www.intra-tel.ru/news.asp?ar\\_id=510](http://www.intra-tel.ru/news.asp?ar_id=510). – (дата обращения: 28.07.09).

20. Воронин А. В. Лесопромышленная интеграция: теория и практика / А. В. Воронин, И. Р. Шегельман. – Петрозаводск : Изд-во ПетрГУ, 2009. – 464 с.

21. Воронин А. В. Теория и практика принятия оптимальных решений для предприятий лесопромышленного комплекса / А. В. Воронин, В. А. Кузнецов, И. Р. Шегельман, Л. В. Щёголева. – Петрозаводск : Изд-во ПетрГУ, 2008. – 80 с.

22. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли [Электронный ресурс] / Б. Гейтс. [Б. м.]. – URL: [http://lib.aldebaran.ru/author/geits\\_bill/geits\\_bill\\_biznes\\_so\\_skorostyu\\_mysli/](http://lib.aldebaran.ru/author/geits_bill/geits_bill_biznes_so_skorostyu_mysli/). – (дата обращения: 20.06.09).

23. *Голубев С.* Сила разработчиков СПО – в объединении ресурсов и интересов [Электронный ресурс] / С. Голубев. – [М.]. – URL: <http://www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=119354>. – (дата обращения: 29.08.09).

24. *Гореткина Е.* Падение и взлет рынка бизнес-приложений [Электронный ресурс] / Е. Гореткина. – [М.]. – URL: <http://www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=119709>. – (дата обращения: 21.10.09).

25. *Горьев А.* Раскрыты подробности патентных сговоров ИТ-гигантов [Электронный ресурс] / А. Горьев. – [Б. м.]. – URL: [http://www.3dnews.ru/news/raskriti\\_podrobnosti\\_patentnih\\_sgovorov\\_it\\_gigantov/](http://www.3dnews.ru/news/raskriti_podrobnosti_patentnih_sgovorov_it_gigantov/). – (дата обращения: 25.09.09).

26. *Гроув Э.* Выживают только параноики: Как использовать кризисные периоды, с которыми сталкивается любая компания / Э. Гроув. – 3-е изд. – М.: Изд-во «Альпина Бизнес Букс», 2008. – 200 с.

27. *Дементьев А.* ИТ-рынок ускоряется [Электронный ресурс] / А. Дементьев. – [М.]. – URL: <http://www.rbcdaily.ru/2008/05/04/media/340749>. – (дата обращения: 22.07.09).

28. Доходы Canonical растут, число пользователей Ubuntu превысило 8 миллионов [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.ubuntuclub.ru/home.php?name=НОВОСТИ&file=article&sid=285>. – (дата обращения: 13.10.09).

29. Дочернее предприятие HP покупает индийское подразделение AIG [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.osp.ru/news/thematic/2009/0812/9842783/>. – (дата обращения: 20.08.09).

30. *Дэвис Д.* ИТ-отрасль под прессом [Электронный ресурс] / Д. Дэвис, Ш. Линсенбах, К. Преймсбергер. – [М.]. – URL: <http://www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=119232>. – (дата обращения: 29.08.09).

31. *Ершова Э.* ИТ-аутсорсинг в России: подъем на фоне удешевления? [Электронный ресурс] / Э. Ершова. – [М.]. – URL: <http://www.outsourcing.ru/content/rus/286/2867-article.asp>. – (дата обращения: 21.08.09).

32. Журнал Fortune назвал 20 самых уважаемых компаний 2008 года [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: [http://www.executive.ru/news/news/668452/?phrase\\_id=2348926](http://www.executive.ru/news/news/668452/?phrase_id=2348926). – (дата обращения: 20.07.09).

33. За дверью лаборатории [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: [http://old.e-xecutive.ru/publications/aspects/innovation/article\\_5329/](http://old.e-xecutive.ru/publications/aspects/innovation/article_5329/). – (дата обращения: 14.07.09).



34. Зарубежный опыт. Германия как место размещения высоких технологий [Электронный ресурс]. – [СПб.]. – URL: [http://www.deloshop.ru/index.php?id=226&l\\_id=19&la\\_id=579&get\\_cont=99&no\\_cont=1](http://www.deloshop.ru/index.php?id=226&l_id=19&la_id=579&get_cont=99&no_cont=1). – (дата обращения: 12.07.09).

35. *Ивутин А.* Удастся ли японским ИТ спастись от краха? [Электронный ресурс] / А. Ивутин. – [Новосибирск]. – URL: <http://www.sibai.ru/content/view/891/1029/>. – (дата обращения: 20.07.09).

36. Индийские ИТ-аутсорсеры процветают в кризис [Электронный ресурс]. – [Киев ?]. – URL: <http://itua.info/news/business/21759.html>. – (дата обращения: 23.08.09).

37. Индийский аутсорсер выкупил ЦОД в США [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.cnews.ru/news/top/index.shtml?2009/08/04/356321>. – (дата обращения: 10.09.09).

38. Индийских аутсорсеров вынудили нанимать американцев [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.iksmedia.ru/news/2661807.html>. – (дата обращения: 20.05.09).

39. Интервью Марка Шаттлворта (Mark Shuttleworth), основателя проекта Ubuntu Linux и спонсирующей его компании Canonical Ltd [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.rusdoc.ru/articles/17330/>. – (дата обращения: 15.06.09).

40. Интерфейс Infor MyDay для доступа к информации [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.bytemag.ru/articles/detail.php?ID=15044>. – (дата обращения: 28.07.09).

41. История компании «Sharp» [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.zaznoba.com/atom/sharp/>. – (дата обращения: 20.09.09).

42. История корпорации «Canon» [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.videoton.ru/company/canon.html>. – (дата обращения: 18.09.09).

43. История корпорации «Sony» [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.videoton.ru/company/sony.html>. – (дата обращения: 18.09.09).

44. История создания марки, бренда, компании Cisco [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://storybrand.ru/article.php/historyofCisco>. – (дата обращения: 20.09.09).

45. История успеха: LG [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.dailycomm.ru/m/4526/>. – (дата обращения: 19.09.09).

46. История успеха: Microsoft [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.dailycomm.ru/m/4961/>. – (дата обращения: 19.09.09).

47. История успеха: MSI [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.dailycomm.ru/m/3949/>. – (дата обращения: 19.09.09).

48. История успеха: Nokia [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.dailycomm.ru/m/4832/>. – (дата обращения: 19.09.09).

49. ИТ-аутсорсеры из Индии снизили цены на треть [Электронный ресурс]. – [Минск]. – URL: <http://www.kv.by/index2009263901-1.htm>. – (дата обращения: 20.09.09).

50. ИТ-аутсорсинг: место Индии может занять Китай [Электронный ресурс]. – [Кисловодск]. – URL: <http://www.rosinvest.com/news/504498/>. – (дата обращения: 21.09.09).

51. ИТ-гиганты будут выкупать патенты [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.cybersecurity.ru/news/50619.html>. – (дата обращения: 25.07.09).

52. ИТ-личность: Линус Торвальдс [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.dailycomm.ru/m/4676/>. – (дата обращения: 27.08.09).

53. ИТ-сюрприз [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.astera.ru/news/?id=71108>. – (дата обращения: 27.08.09).

54. Как эффективно организовать службу поддержки клиентов? [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.crmonline.ru/callcentres/services/orange/>. – (дата обращения: 15.10.09).

55. *Карлтон Д.* APPLE взгляд изнутри: история интриг, ошибок и эгоизма / Д. Карлтон. – М. : ЛОРИ, 2001. – С. 404.

56. Китай на пути к ИТ-сверхдержаве? [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.iteam.ru/news/2387/>. – (дата обращения: 15.10.09).

57. Китай поднялся на 11 мест выше в рейтинге глобальных информационных технологий [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://russian.people.com.cn/31517/6628267.html>. – (дата обращения: 17.09.09).

58. *Клейн Л.* Глобализация: вызов национальным экономикам [Электронный ресурс] / Л. Клейн. – [Б. м.]. – URL: <http://rusref.nm.ru/indexpub204.htm>. – (дата обращения: 20.09.09).

59. Колесов А. Год ИТ-отрасли в кризисных условиях [Электронный ресурс] / А. Колесов. – [М.]. – URL: <http://www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=119805>. – (дата обращения: 20.09.09).

60. Колесов А. Игры в антимонополию [Электронный ресурс] / А. Колесов. – [М.]. – URL: <http://www.itoday.ru/22247.html>. – (дата обращения: 20.09.09).

61. Колесов А. ИТ-аутсорсинг в России поднимается на новый уровень [Электронный ресурс] / А. Колесов. – [М.]. – URL: <http://www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=119156>. – (дата обращения: 20.09.09).

62. Колесов А. На пути к использованию SaaS [Электронный ресурс] / А. Колесов. – [М.]. – URL: <http://www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=114139>. – (дата обращения: 20.09.09).

63. Компания Apple доминирует на рынке преимум-ПК [Электронный ресурс]. – [М. ?]. – URL: [http://soft.mail.ru/pressrl\\_page.php?id=34768](http://soft.mail.ru/pressrl_page.php?id=34768). – (дата обращения: 21.09.09).

64. Компания Cisco выпускает мощь виртуализации в первой в отрасли унифицированной компьютерной системе [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.netdocs.ru/news/82183.html>. – (дата обращения: 22.06.09).

65. Компания Hewlett-Packard обновляет глобальное решение для обмена сообщениями и повышает его надежность [Электронный ресурс]. – [М. ?]. – URL: <http://www.microsoft.com/Rus/CaseStudies/CaseStudy.aspx?id=420>. – (дата обращения: 20.07.09).

66. Компания Lenovo решила составить конкуренцию... [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.laptopsite.info/2640-lenovo-ideapad-u350-pretendent-na-zvanie-samogo.html>. – (дата обращения: 25.07.09).

67. Кондратьев И. Рождение гиганта [Электронный ресурс] / И. Кондратьев. – [М.]. – URL: <http://www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=116458>. – (дата обращения: 17.08.09).

68. Кони́на Н. Ю. Российские ИТ-компании всего лишь «на подхвате» у мировых китов [Электронный ресурс] / Н. Ю. Кони́на // Российская Бизнес-газета. – 2009. – 5 мая (№ 700(16)). – URL: <http://www.rg.ru/2009/05/05/tehno.html>. – (дата обращения: 10.05.09).

69. Концепция развития рынка информационных технологий в Российской Федерации : проект [Электронный ресурс]. М. : Министерство информационных технологий и связи РФ. – URL: <http://www.russianlaw.net/law/acts/z41.htm>. – (дата обращения: 20.07.09).

70. Кооперация поможет преодолеть кризис в сферах телекоммуникаций и ИКТ [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.ifap.ru/pr/2008/081201b.htm>. – (дата обращения: 20.07.09).

71. Корейские ИТ-гиганты увеличивают заказы в Тайване [Электронный ресурс]. – [Узбекистан]. – URL: <http://mobinfo.uz/analitika-statii/1092-korejskie-it-giganty-uvelichivajut-zakazy-v.html>. – (дата обращения: 20.07.09).

72. Корпорация Google запустила в работу новый поисковик Squared [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://webmilk.ru/2009/06/04/korporaciya-google-zapustila-v-rabotu-novyy-poiskovik-squared/>. – (дата обращения: 12.08.09).

73. Корпорация «Google» уволила почти всех внештатников [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://goolenta.ru/korporaciya-%e2%80%9cgoogle%e2%80%9d-uvolila-pochti-vsex-vneshtatnikov/>. – (дата обращения: 20.05.09).

74. Кризис не убил спрос на ИТ-услуги [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.iksmidia.ru/news/2776215.html>. – (дата обращения: 29.07.09).

75. *Левинский Д.* Дерзкий конкурент в лице Samsung X360-34P [Электронный ресурс] / Д. Левинский. – [М.]. – URL: <http://www.paperpage.ru/info/review/143/10558/>. – (дата обращения: 30.07.09).

76. *Луцинский В.* ИТ-аутсорсинг умер. Да здравствует ИТ-аутсорсинг! [Электронный ресурс] / В. Луцинский. – [Б. м.]. – URL: <http://www.e-xecutive.ru/community/articles/1007446>. – (дата обращения: 20.07.09).

77. *Марсан К. Д.* Что думают о кризисе ИТ-гиганты? [Электронный ресурс] / К. Д. Марсан. – [М.]. – URL: <http://www.osp.ru/news/articles/2008/43/5603403/>. – (дата обращения: 20.07.09).

78. *Мешков Г.* 90 % продукции Canon будет производиться в Японии [Электронный ресурс] / Г. Мешков. – [М.]. – URL: <http://business.compulenta.ru/444874/?r1=yandex&r2=news>. – (дата обращения: 30.07.09).

79. Мировой рынок CRM в 2008 году вырос [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.astera.ru/news/?id=70326>. – (дата обращения: 30.07.09).

80. Мировой ИТ-рейтинг вырос [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: [http://www.oxpaha.ru/analytics\\_61\\_25720](http://www.oxpaha.ru/analytics_61_25720). – (дата обращения: 24.07.09).

81. *Митин В.* Российский ИТ-рынок откатился к уровню пятилетней давности [Электронный ресурс] / В. Митин. – [М.]. – URL: <http://www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=119515>. – (дата обращения: 31.08.09).

82. Модельный ряд компании Sony Ericsson – поступательное развитие [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.mobiset.ru/articles/text/?id=1972>. – (дата обращения: 30.07.09).

83. МТС и «Билайн» названы самыми дорогими российскими брендами [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.cnews.ru/news/top/index.shtml?2009/08/07/356901>. – (дата обращения: 16.06.09).

84. На троих сообразить не получится [Электронный ресурс]. – [Северск, Томская обл.]. – URL: <http://www.content-review.com/articles/10575/>. – (дата обращения: 15.09.09).

85. Названы наиболее влиятельные ИТ-компании [Электронный ресурс]. – [Украина]. – URL: <http://itua.info/news/other/21772.html>. – (дата обращения: 30.07.09).

86. *Насакин Р.* Искусство неприятных сюрпризов: Патентные ловушки [Электронный ресурс] / Р. Насакин // Компьютера. – 2007. – № 10. – URL: <http://www.kinnet.ru/cterra/678/310697.html>. – (дата обращения: 20.07.09).

87. *Некрасова Е.* CRM в переводе на русский [Электронный ресурс] / Е. Некрасова. – [М.]. – URL: <http://www.cio-world.ru/cw2003/gallery/month/it-infra/>. – (дата обращения: 20.07.09).

88. Нетбуки выводят Asustek в лидеры [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://infox.ru/hi-tech/computer/2009/05/27/Asustek.phtml>. – (дата обращения: 17.07.09).

89. *Нехаенко А.* Microsoft + Yahoo = Bing'o! [Электронный ресурс] / А. Нехаенко. – [М.]. – URL: <http://www.computerra.ru/vision/445464/>. – (дата обращения: 10.08.09).

90. *Никулин К.* Intel – не только нанометры и гигагерцы [Электронный ресурс] / К. Никулин. – [М.]. – URL: <http://www.ferra.ru/online/integral/89978/>. – (дата обращения: 20.09.09).

91. Новая компания – Fujitsu Technology Solutions [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.bytemag.ru/articles/detail.php?ID=14313>. – (дата обращения: 20.06.09).

92. Новости Lenovo [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: [http://www.lenovo.com/news/ru/ru/2009/06/hi-tech\\_mail\\_ru10\\_06\\_09.html](http://www.lenovo.com/news/ru/ru/2009/06/hi-tech_mail_ru10_06_09.html). – (дата обращения: 20.06.09).

93. Новый патент Apple: возможно, это будущий iPhone nano [Электронный ресурс]. – [Беларусь]. – URL: <http://www.onliner.by/news/30.07.2009/13.05/>. – (дата обращения: 10.09.09).

94. *Норманди М.* Китайцам тесно в Поднебесной [Электронный ресурс] / М. Норманди. – [М.]. – URL: [http://branded.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=228&Itemid=8](http://branded.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=228&Itemid=8). – (дата обращения: 20.09.09).

95. О компании Lenovo/IBM [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.nbprice.ru/catalog/firm/4.htm>. – (дата обращения: 20.09.09).

96. Отчетность INTEL указывает на стабилизацию спроса на компьютерном рынке [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.strana.ru/doc.html?id=131241&cid=423>. – (дата обращения: 20.07.09).

97. *Палмизано С.* На смену мультинациональным корпорациям: [Электронный ресурс] / С. Палмизано. – [М.]. – URL: <http://www.globalaffairs.ru/numbers/20/5784.html>. – (дата обращения: 10.05.09).

98. *Парамонов В.* NEC продолжает терпеть убытки [Электронный ресурс] / В. Парамонов. – [М.]. – URL: <http://business.compulenta.ru/445479/?r1=yandex&r2=news>. – (дата обращения: 15.09.09).

99. *Парамонов В.* Apple и Dell сдают позиции на американском компьютерном рынке [Электронный ресурс] / В. Парамонов. – [М.]. – URL: <http://business.compulenta.ru/442122/?r1=yandex&r2=news>. – (дата обращения: 15.09.09).

100. Патенты на веб-сервисы выставлены на торги [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.patentclub.ru/publications267.shtml>. – (дата обращения: 25.09.09).

101. Пресс-конференция президента компании Acer Inc. Джанфранко Лянчи [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.nbprice.ru/info/details/31310.htm>. – (дата обращения: 20.07.09).

102. Прибыль «Oracle» превысила прогнозы аналитиков [Электронный ресурс]. – [Украина]. – URL: <http://www.zavtra.com.ua/news/ekonomu/128128>. – (дата обращения: 27.07.09).

103. Прибыль до налогообложения Canon в I полугодии 2009 г. снизилась на 82,9 % – до 609 млн дол. [Электронный ресурс]. – [Украина]. – URL: <http://www.rbc.ua/rus/newslines/2009/07/28/569145.shtml>. – (дата обращения: 30.07.09).

104. Продажи GPS смартфонов растут [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: [http://gps-club.ru/yandex\\_news/detail.php?ID=35919](http://gps-club.ru/yandex_news/detail.php?ID=35919). – (дата обращения: 20.09.09).

105. Радзевич А. Как это было: история корпорации Microsoft [Электронный ресурс] / А. Радзевич. – [Минск]. – URL: <http://www.nestor.minsk.by/kg/2004/29/kg42914.html>. – (дата обращения: 21.07.09).

106. Рамендик М. IBM десятый год подряд лидирует по количеству выданных в США патентов [Электронный ресурс] / М. Рамендик. – [Б. м.]. – URL: <http://www.pressroom.ru/?ID=458614&PRID=19317>. – (дата обращения: 20.09.09).

107. Реди Д. Честным быть выгодно: чем привлечь лучших из лучших [Электронный ресурс] / Д. Реди, Л. Хилл, Д. Конгер. – [М.]. – URL: <http://www.hbr-russia.ru/issue/45/681/>. – (дата обращения: 18.04.09).

108. Рейтинг ИТ-брендов: вопреки кризису [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: [http://www.astera.ru/it-top/?type=5&year=2009&quarter\\_num=2](http://www.astera.ru/it-top/?type=5&year=2009&quarter_num=2). – (дата обращения: 21.09.09).

109. Российский рынок десктопов во 2-м квартале 2009 года [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.dailycomm.ru/m/4932/>. – (дата обращения: 20.09.09).

110. Россия заняла 57-е место в рейтинге успешных стран [Электронный ресурс]. – [Краснодар]. – URL: <http://www.klerk.ru/boss/news/148137/>. – (дата обращения: 20.06.09).

111. Рудаков М. Н. Рынок труда: закономерности и механизмы функционирования / М. Н. Рудаков. – Петрозаводск : Изд-во ПетрГУ, 2001. – 172 с.

112. Рудаков М. Н. Трансформация отношений и структур в рамках интеграционных процессов переходной экономики / М. Н. Рудаков, И. Р. Шегельман, А. М. Корниенко // Инвестиционный климат и предпринимательство в регионах России: Материалы респ. науч.-практ. конф. – Петрозаводск : КРИА, 2005. – С. 42.

113. Рынки растут, несмотря на плохие результаты Microsoft и Amazon [Электронный ресурс]. – [Киев]. – URL: [http://rynok.biz/rss/a/2009/07/27/Rinki\\_rastut\\_nesmotrja\\_na2](http://rynok.biz/rss/a/2009/07/27/Rinki_rastut_nesmotrja_na2). – (дата обращения: 30.07.09).

114. Рынок PR-услуг восстанавливается [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.media-atlas.ru/news/?id=26500>. – (дата обращения: 14.06.09).

115. Самые сильные в блогах: Составлен рэнкинг компаний, наиболее успешно продвигающих свои бренды в Интернете [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://slon.ru/articles/96269/>. – (дата обращения: 30.07.09).

116. Сенат США тщательно изучит сделку между Microsoft и Yahoo! [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.polit.ru/economy/2009/07/31/yahoo.html>. – (дата обращения: 10.08.09).

117. Серьезный претендент. Финская ИТ-компания «Tieto» планирует за два года войти в топ-10 игроков российского ИТ-рынка [Электронный ресурс]. – [СПб.]. – URL: <http://www.livetube.ru/news/n59466/>. – (дата обращения: 14.06.09).

118. Сингапур: вычислительные возможности даже для самых маленьких [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.iksmedia.ru/news/2392972.html>. – (дата обращения: 18.05.09).

119. Стрельченко Ю. Sharp и Sony откроют самый современный в мире завод по производству ЖК-панелей [Электронный ресурс] / Ю. Стрельченко. – [М.]. – URL: <http://business.compulenta.ru/445806/>. – (дата обращения: 11.09.09).

120. Стрельченко Ю. Список конкурентов Microsoft растет [Электронный ресурс] / Ю. Стрельченко. – [М.]. – URL: <http://soft.compulenta.ru/447536/?r1=yandex&r2=news>. – (дата обращения: 10.08.09).

121. Суд велел Microsoft выплатить свыше 290 млн дол. компенсации [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.osp.ru/news/thema/tic/2009/0813/9860199/>. – (дата обращения: 20.08.09).



122. *Сукманов А.* Запорно-регулирующая арматура Metso Automation для производства сжиженного природного газа [Электронный ресурс] / А. Сукманов, А. Сердобинцев. – [СПб.]. – URL: <http://www.oilgasindustry.ru/print.php?id=7464>. – (дата обращения: 20.05.09).

123. *Ткачёва Н. В.* Сингапур и Южная Корея: социальные измерения информационного общества [Электронный ресурс] / Н. В. Ткачёва. – [Б. м.]. – URL: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/e4384e5b165bb127c3256efa003ef15b>. – (дата обращения: 20.09.09).

124. *Ушаков К.* Microsoft и Yahoo!: партнерство вместо поглощения [Электронный ресурс] / К. Ушаков. – [М.]. – URL: <http://www.cio-world.ru/business-practice/branch/446525/>. – (дата обращения: 25.08.09).

125. *Ушаков К.* Дело в чужих руках [Электронный ресурс] / К. Ушаков. – [М.]. – URL: <http://www.cio-world.ru/it-market/analytics/443781/>. – (дата обращения: 25.08.09).

126. *Филиппов В.* Кластеры конкурентоспособности – опыт развития кластеров Финляндии [Электронный ресурс] / В. Филиппов // Эксперт Северо-Запад. – 2003. – № 43 (152). – URL: [http://www.subcontract.ru/Docum/DocumShow\\_DocumID\\_169.html](http://www.subcontract.ru/Docum/DocumShow_DocumID_169.html). – (дата обращения: 20.09.09).

127. Финская ИТ-компания «Stonesoft» открыла представительство в России и странах СНГ [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.bit.prime-tass.ru/news/show.asp?id=64629&ct=news>. – (дата обращения: 20.07.09).

128. Финский ИТ-аутсорсер Forte Netservices открывает офис в России [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.e-xecutive.ru/news/news/927802/>. – (дата обращения: 20.07.09).

129. Хакеры могут взламывать чужие iPhone [Электронный ресурс]. – [М. ?]. – URL: [http://trud.ru/article/2009/07/30/hakery\\_mogut\\_vzlamyvat\\_chuzhie\\_iphone.html](http://trud.ru/article/2009/07/30/hakery_mogut_vzlamyvat_chuzhie_iphone.html). – (дата обращения: 02.09.09).

130. Хиллари Клинтон успокаивает индийских аутсорсеров [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: [http://www.osp.ru/news/2009/0804/9802012/?rss\\_feed=123456](http://www.osp.ru/news/2009/0804/9802012/?rss_feed=123456). – (дата обращения: 10.08.09).

131. *Хисамов Т.* Действия компании НР, направленные на борьбу с контрафактной продукцией [Электронный ресурс] / Т. Хисамов. – [Б. м.]. – URL: <http://www.softkey.info/press/review6551.php>. – (дата обращения: 20.06.09).

132. Центральная и Восточная Европа усиливают свои позиции [Электронный ресурс]. – [Минск]. – URL: <http://www.nestor.minsk.by/kg/news/2009/07/2403.html>. – (дата обращения: 30.07.09).

133. *Чанг Пин-Кунг*. Тайвань. Чудо Taiwan Inside: путь успеха ИТ-индустрии [Электронный ресурс] / Пинг-Кунг Чанг. – [М.]. – URL: <http://www.microsoft.com/Rus/Government/newsletters/issue18/24.msp>. – (дата обращения: 30.09.09).

134. Чистая прибыль Canon во 2-м квартале 2009 г. упала на 86 % [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.cnews.ru/news/line/index.shtml?2009/07/29/355703>. – (дата обращения: 30.07.09).

135. Чистые убытки Lenovo в I кв. 2009–2010 составили 16 млн дол. против прибыли годом ранее [Электронный ресурс]. – [Украина]. – URL: <http://www.rbc.ua/rus/newsline/2009/08/06/572460.shtml>. – (дата обращения: 10.08.09).

136. Что такое свободные программы [Электронный ресурс]. – [М. ?]. – URL: [http://www.info-foss.ru/quickstart/freesoft/about\\_free\\_soft](http://www.info-foss.ru/quickstart/freesoft/about_free_soft). – (дата обращения: 20.07.09).

137. *Шатилин И.* Асег войдет в пятерку [Электронный ресурс] / И. Шатилин. – [СПб.]. – URL: <http://www.cellnews.ru/news/all/31-07-2009/13589.htm>. – (дата обращения: 02.08.09).

138. *Шегельман И. Р.* Интеллектуальная собственность в России в XXI веке / И. Р. Шегельман, Я. М. Кестер. – Петрозаводск : Изд-во ПетрГУ, 2008. – 332 с.

139. *Шегельман И. Р.* Лесные трансформации (XV–XXI вв.) / И. Р. Шегельман. – Петрозаводск : Изд-во ПетрГУ, 2008. – 240 с.

140. *Шегельман И. Р.* Недобросовестная и криминальная конкуренция / И. Р. Шегельман, М. Н. Рудаков. – Петрозаводск : Изд-во ПетрГУ, 2007. – 268 с.

141. *Шегельман И. Р.* Предпринимательские связи и договоры (контракты) / И. Р. Шегельман. – Петрозаводск : Изд-во ПетрГУ, 2006. – 292 с.

142. *Шегельман И. Р.* Формирование лесопромышленных корпораций в эпоху глобализации экономики / И. Р. Шегельман, М. Н. Рудаков, А. М. Корниенко // Вестник Поморского университета. Серия Гуманитарные и социальные науки. – Архангельск, 2006. – № 5. – С. 380–384.

143. *Шегельман И. Р.* Экономическая безопасность / И. Р. Шегельман. – Петрозаводск : Изд-во ПетрГУ, 2005. – 292 с.

144. Шульгин А. Музыкальную индустрию ждет подъем с переворотом [Электронный ресурс] / Д. Шульгин. – [Баку]. – URL: <http://life.trend.az/interesting/1491094.html>. – (дата обращения: 20.07.09).

145. Шульгин Д. Google Chrome OS: воздушные замки или грамотный маркетинг? [Электронный ресурс] / Д. Шульгин. – [М.]. – URL: <http://www.cio-world.ru/products/business-solutions/441908/>. – (дата обращения: 20.07.09).

146. Эллисон Л. Трудно ли быть богом? [Электронный ресурс] / Л. Эллисон. – [Екатеринбург]. – URL: <http://www.ural.ru/business/press/751.html>. – (дата обращения: 26.06.09).

147. Эстер Дайсон и ее инвестиции в безвоздушном пространстве [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.business-magazine.ru/news/pub313244/>. – (дата обращения: 20.09.09).

148. Юданов А. Ю. Конкуренция: Теория и практика. / А. Ю. Юданов. – М.: Гном-Пресс. – 304 с.

149. Acer и ASUS не будут выпускать новых моделей нетбуков до 2010 года [Электронный ресурс]. – [Украина]. – URL: <http://www.overclockers.com.ua/news/hardware/2009-07-30/104170/>. – (дата обращения: 31.07.09).

150. Acer планирует составить конкуренцию Dell и Lenovo на их внутренних рынках [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.uti-note.ru/news/69266634/>. – (дата обращения: 20.07.09).

151. Apple сообщает результаты за третий квартал [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.apple.com/ru/pr/library/2009/07/21results.html>. – (дата обращения: 24.07.09).

152. BenQ [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.hifinews.ru/firms/details/29.htm>. – (дата обращения: 28.07.09).

153. Cisco Systems Inc. отчитался о большей, чем прогнозировали аналитики, чистой прибыли [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://fincake.ru/stock/news/5685>. – (дата обращения: 20.06.09).

154. Cisco и IBM запустили в Амстердаме пилотный проект по разумному энергопотреблению [Электронный ресурс]. – [Украина]. – URL: <http://ko-online.com.ua/node/44163>. – (дата обращения: 25.07.09).

155. Cisco стала лидером в быстрорастущем сегменте рынка унифицированных коммуникаций [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://openmarket.ru/PressRelease/PressReleaseShow.asp?ID=49338>. – (дата обращения: 30.07.09).

156. comScore: популярность Microsoft Bing растет вторую неделю подряд [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.cybersecurity.ru/news/72387.html>. – (дата обращения: 20.06.09).

157. Dell опровергает слухи о своем намерении купить Acer [Электронный ресурс]. – [Украина]. – URL: <http://itua.info/news/business/21792.html>. – (дата обращения: 30.07.09).

158. Ebay переписшет Skype с нуля [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.cybersecurity.ru/news/75194.html>. – (дата обращения: 25.07.09).

159. Ebay: скоро PayPal станет нашим самым большим бизнесом [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://moneynews.ru/News/12555/>. – (дата обращения: 31.07.09).

160. EMC Ionix – новое поколение управления ИТ-ресурсами [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.bytemag.ru/articles/detail.php?ID=15014>. – (дата обращения: 25.07.09).

161. EMC объявляет финансовые результаты второго квартала 2009 года [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.iksmedia.ru/news/2851048.html>. – (дата обращения: 20.08.09).

162. EMC покупает компании [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.consult.ru/themes/default/consult-new.asp?folder=1968&newid=4711>. – (дата обращения: 20.07.09).

163. ERP-рынок в 2008 году выстоял [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: [http://www.tadviser.ru/news\\_main/62309/](http://www.tadviser.ru/news_main/62309/). – (дата обращения: 20.07.09).

164. Exigen Services расширила присутствие в тихоокеанском регионе [Электронный ресурс]. – [СПб.]. – URL: [http://www.mergers.ru/review/news/news\\_7081.html](http://www.mergers.ru/review/news/news_7081.html). – (дата обращения: 25.06.09).

165. Fujitsu прогнозирует стабильную прибыль к 2012 году [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.cybersecurity.ru/news/74670.html>. – (дата обращения: 30.07.09).

166. Google Android: чем привлекательна платформа? [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.dailycomm.ru/m/4459/>. – (дата обращения: 30.07.09).

167. Google лидирует в списке ста наиболее заботливых работодателей делового журнала Fortune [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: [http://www.e-xecutive.ru/news/news/631251/?phrase\\_id=170804](http://www.e-xecutive.ru/news/news/631251/?phrase_id=170804). – (дата обращения: 20.07.09).

168. Google – самый дорогой бренд в мире [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.searchengines.ru/news/archives/007966.html>. – (дата обращения: 20.08.09).

169. Google и Salesforce.com перемянут клиентов от Microsoft [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.googlebook.ru/archives/500.html>. – (дата обращения: 20.07.09).

170. Google покупает компанию Doubleclick за 3,1 миллиарда долларов [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://gtmarket.ru/news/media-advertising-marketing/2007/04/17/820>. – (дата обращения: 20.07.09).

171. Hewlett Packard создает гибрид смартфона и нетбука [Электронный ресурс]. – [СПб.]. – URL: <http://www.rosbalt.ru/2009/06/19/648754.html>. – (дата обращения: 20.06.09).

172. Hewlett-Packard приобрела E.D.S. [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.ladoshki.com/7385-news-%D0%BD>. – (дата обращения: 20.07.09).

173. HP рассказала о борьбе с контрафактными расходными материалами [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.everytoner.ru/content/view/787/47/>. – (дата обращения: 20.07.09).

174. IBM – ведущий поставщик консалтинговых услуг [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.f1cd.ru/news/pc/880/>. – (дата обращения: 10.08.09).

175. IBM (International Business Machines) [Электронный ресурс]. – [Киев]. – URL: <http://n-t.ru/sp/ibm/if.htm>. – (дата обращения: 20.07.09).

176. IBM расширяет сотрудничество с компаниями Brocade, Cisco и Juniper [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.crn.ru/news/detail.php?ID=29820>. – (дата обращения: 30.07.09).

177. IBM увеличила прибыль на 12 %, ожидает лучших результатов по итогам года [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.strana.ru/doc.html?id=131323>. – (дата обращения: 20.07.09).

178. Infor ERP LN Google [Электронный ресурс]. – [Киев]. – URL: <http://www.rbcgrp.com/infor-erp-ln.html>. – (дата обращения: 20.06.09).

179. Lenovo IdeaPad U350: претендент на звание самого портативного [Электронный ресурс]. – [М. ?]. – URL: [http://www.cifrovik.ru/publish/open\\_article/15062/](http://www.cifrovik.ru/publish/open_article/15062/). – (дата обращения: 20.07.09).

180. LG Electronics объявляет о рекордных доходах во втором квартале 2009 г. [Электронный ресурс]. – [Украина]. – URL: <http://mobilnik.ua/news/21944.html>. – (дата обращения: 20.08.09).

181. Linux Ubuntu затмит Mac OS красотой [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.ubuntuclub.ru/home.php?name=НОВОСТИ&file=article&sid=303>. – (дата обращения: 20.07.09).

182. Made in Japan: История Sony [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.biztimes.ru/index.php?artid=233>. – (дата обращения: 20.07.09).

183. Microsoft vs. Google [Электронный ресурс]. – [Казахстан]. – URL: <http://vesti.kz/company/21042/>. – (дата обращения: 10.08.09).

184. Microsoft заплатит Novell дополнительно \$100 миллионов [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.securitylab.ru/news/358289.php>. – (дата обращения: 25.07.09).

185. Microsoft оштрафовали на \$200 миллионов [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.izvestia.ru/news/news204909>. – (дата обращения: 25.05.09).

186. Microsoft показала негативный отчет за 2009 финансовый год [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.cybersecurity.ru/news/74766.html>. – (дата обращения: 20.07.09).

187. Microsoft признала в Linux конкурента [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.xakep.ru/post/49097/default.asp>. – (дата обращения: 20.08.09).

188. Oracle предъявляет иск к SAP [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://erpnews.ru/doc1830.html>. – (дата обращения: 20.07.09).

189. Oracle, Google и Red Hat помогут США перейти на открытое ПО [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.iksmedia.ru/news/2827997.html>. – (дата обращения: 30.07.09).

190. Samsung, LG и Apple увеличивают свою долю на рынке, несмотря на трудный 2-й квартал [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.procontent.ru/news/13295.html>. – (дата обращения: 10.08.09).

191. SAF переходит к SAP [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.astera.ru/news/?id=70401>. – (дата обращения: 20.07.09).

192. SAP и RIM будут поставлять новые мобильные CRM-приложения для пользователей BlackBerry во всем мире [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: [http://www.sap.com/cis/about/press/2004/BlackBerry\\_crm.ерх](http://www.sap.com/cis/about/press/2004/BlackBerry_crm.ерх). – (дата обращения: 23.09.09).

193. SAP хочет избавиться от TomorrowNow [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.olap.ru/home.asp?artId=372>. – (дата обращения: 20.07.09).

194. SpringSource покупает Open Source-компанию Hyperic [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.nixp.ru/news/9696>. – (дата обращения: 20.07.09).

195. Toshiba представила первые в мире флеш-карты SDXC на 64 Гб [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://hard.compulenta.ru/446763/?r1=yandex&r2=news>. – (дата обращения: 25.08.09).

196. Toshiba создаст новый рынок сбыта для платиноидов [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: [http://www.metaltorg.ru/news/market\\_show.php?id=10043683&date=1249534260](http://www.metaltorg.ru/news/market_show.php?id=10043683&date=1249534260). – (дата обращения: 20.08.09).

197. TSMC увеличил бюджет до 1,9 миллиарда долларов [Электронный ресурс]. – [Б. м.]. – URL: <http://www.dailycomm.ru/m/3939/>. – (дата обращения: 20.07.09).

198. Ubuntu делает ставку на частные облака [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.cybersecurity.ru/news/73215.html>. – (дата обращения: 29.07.09).

199. VMWare приобретает SpringSource [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.osp.ru/news/thematic/2009/0812/9842468/>. – (дата обращения: 30.08.09).

200. Windows 7 достанется европейцам без Internet Explorer [Электронный ресурс]. – [СПб.]. – URL: <http://www.rosbalt.ru/2009/06/14/647440.html>. – (дата обращения: 20.07.09).

201. Windows и Linux удалось договориться? [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://www.hsgroup.ru/index.php?id=238>. – (дата обращения: 28.09.09).

202. YouTube получил большое конкурентное преимущество [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://ruformator.ru/news/article05878/default.asp>. – (дата обращения: 20.08.09).

203. 4 урока от компании Apple [Электронный ресурс]. – [М.]. – URL: <http://habrahabr.ru/blogs/apple/31105/>. – (дата обращения: 20.07.09).



## СОДЕРЖАНИЕ

|   |     |
|---|-----|
| Предисловие .....   | 5   |
| Introduction .....  | 6   |
| Введение .....  | 7   |
| Причины интеграции и глобализации в сфере ИТ .....  | 10  |
| Влияние ИТ на мировую экономику и бренды.....   | 30  |
| «Google»: конкуренция, борьба за веб-рынок .....  | 43  |
| Корпорация «Microsoft»: альянс с «Yahoo!»,<br>проблемы, конкуренты.....                     | 53  |
| Компания «IBM»: инновации и поглощения.....   | 69  |
| «Dell Inc.» – конкурент «Hewlett-Packard», «Levono<br>Group» и «Acer» .....                 | 75  |
| Бренд «Made in Japan» – масштабность<br>и последовательность.....                           | 77  |
| «China Mobile», «Levono Group»: инновации<br>и стандарты качества.....                      | 99  |
| «Acer inc.», «Micro Star International», «BenQ Group»,<br>«TSMC» – тайваньские бренды ..... | 104 |
| «Ebay» и интернет-программа «Skype».....  | 115 |
| «Intel Inside»: конкуренция, реклама, суды.....   | 117 |
| «Hewlett-Packard Co.»: конкуренция, интеграция,<br>борьба с контрафакцией.....              | 122 |
| «Oracle Corp.», «IBM», «SAP»: конкурентная борьба .....                                     | 127 |
| «ASUSTeK», «Acer», «Garmin»: становление<br>вендоров на рынке ноутбуков .....               | 134 |
| «Samsung», «LG»: продвижение корейских брендов.....   | 138 |
| ИТ-технологии в Сингапуре: темпы роста,<br>правительственные программы.....                 | 152 |
| ИТ-кластер Финляндии, выход на российский рынок.....  | 160 |
| «Apple»: новые рынки и новые проблемы .....   | 174 |
| «EMC»: стратегия – поглощение и безопасность.....   | 179 |
| «Canonical Ltd.» и «Ubuntu» .....   | 188 |

|   |     |
|---|-----|
| «Cisco Systems Inc.»: взгляд в будущее..... | 195 |
| Рынок «CRM» и «ERP».....                    | 202 |
| Мировой кризис: новые ИТ-поглощения.....    | 213 |
| Крупнейшие ИТ-компании России.....          | 232 |
| ИТ-аутсорсинг: проблемы и перспективы.....  | 247 |
| Некоторые выводы.....                       | 270 |
| Библиографический список.....               | 278 |

Научное издание

**Воронин** Анатолий Викторович,  
**Шегельман** Илья Романович

**КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ  
ИТ-ТОВАРОВ И ИТ-УСЛУГ**

*Монография*

Редактор *Е. Е. Порывакина*

Компьютерная верстка *М. В. Сорокиной*

Оформление обложки – *О. В. Черняков*

Подписано в печать 12.12.09. Формат 60x84 1/16.  
Бумага офсетная. Офсетная печать.  
Уч.-изд. л. 17,0. Тираж 125 экз. Изд. № 205.

Государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
ПЕТРОЗАВОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Отпечатано в типографии Издательства ПетрГУ  
185910, г. Петрозаводск, пр. Ленина, 33