

12 NEWS

НОВОСТИ ТЕХНОЛОГИЙ АВТОМАТИЗАЦИИ

ТЕМА НОМЕРА:

Клиент-ориентированные технологии

ИНТЕРВЬЮ:

Как завоевать доверие клиента

Жить надо проще... жить надо с информационными технологиями

Иногда мне кажется, что наш мир действительно представляет собой матрицу.

Я, конечно, не Киано Ривз, но попробую предположить, что у больших городов нет будущего. Несомненно, многие могут со мной не согласиться, приводя примеры развития американских городов: Чикаго — город программистов, Нью-Йорк — город торговцев. Соглашусь в том, что это суперсовременные города, и все в них вроде бы дышит *future*. Но в этих городах даже средний класс — замученные и уставшие люди. Можно представить — ежедневно им надо стремиться сохранить то, чего достигли, преуспеть ещё больше, и идти все выше и выше. И в этой бесконечной гонке люди призвали себе на помощь информационные технологии, которые постепенно отодвигают участие человека на второй план. А человеку остаётся исполнять роль простого робота. От него, в большинстве своём, требуется простая работа — вносить информацию, нажимать на клавиатуре кнопки, «генериря» какие-то бесконечные финансовые отчеты, сводки, декларации и т.п. Современные аналитические приложения уже почти все решают за человека: горит зеленым — все отлично, красным — жди. Нет, это не мое будущее и, думаю, не ваше.

Год назад я покинул столицу и перебрался жить в Уральскую деревушку. Тут очень хорошо — душевно. Здесь Иннокентий Демидов основал свой первый завод. Именно здесь в свое время родилась горнозаводская цивилизация, которую историк Алексей Иванов в книге «Хребет России» называет «Уральской матрицей». Но об этом, — в конце журнала. Чувствую, что с моим возвращением на Родину, в эту «матрицу», в моей жизни и окружающем меня мире начинается что-то новое.

Да и не секрет — современные интернет-издания так и живут — в целях экономии бюджетов их сотрудники раскинуты друг от друга огромные расстояния. Но они все работают рядом, в одном офисе — в Интернете. Благодаря новым технологиям, в таком «офисе» можно совместно работать над крупными проектами, обсуждать и решать любые вопросы, общаться со всем миром.

Не скрою, — для меня было открытием — в полутара сотнях километров от Екатеринбурга, практически в глухомани — безлимитный сотовый Интернет 100-200К. Это конечно не такой интернет, как в Чикаго, но мне достаточно. Скорости хватает удаленно и оперативно поддерживать корпоративные системы по терминалу, решать ИТ-проблемы по почте и скайпу, да и просто найти новости, какую-то информацию, или опубликовать статью.

Именно тут, на природе, живя в гармонии с природой и информационными технологиями, ощущается прилив творческих сил. Пришли идеи новых проектов и рубрик.

Поэтому, дорогие читатели, несмотря на разгар бизнес-сезона, — не забывайте об отдыхе, — бывайте чаще на природе. **А пока предлагаю почитать первый номер журнала 12NEWS.**



С уважением,
Алексей Маринин
Главный редактор 12NEWS

Читайте в следующем номере 2/2011

ТЕМА НОМЕРА:

Системы управления документооборотом

История

Тенденции развития современных СЭД

Классификация

Выбор

Практика внедрения

Аутсорсинг в корпоративном секторе

Аналитические обзоры:

SaaS решения

Центры обработки данных

Внимание!

Вы можете предложить свою тему, написав об этом в редакцию editor@12news.ru

Главный редактор

Алексей МАРИНИН

E-mail: editor@12news.ru

Тел.: +7 (953) 050-0085

Вёрстка

Андрей МАРИНИН

Алексей МАРИНИН

Номер подписан в печать 19.07.2011 г.

Общий тираж 3000 экз. Распространяется в России и зарубежом.

Цена свободная.

Учредитель и издатель «ИП Маринин А.Л.»

г. Екатеринбург, Ленина 5

© ИП МАРИНИН А.Л., 2005-2011

© В журнале использованы авторские фотоработы и коллажи Алексея Маринина.

Фотографии экспертов, авторов, логотипы предоставлены компаниями.

Москва-Екатеринбург-Староуткинск

При перепечатке и репродуцировании материалов ссылка на журнал обязательна.

Ответственность за рекламные материалы несет рекламодатель.

Мнения авторов и компаний могут не совпадать с мнением редакции.

СОДЕРЖАНИЕ



НОВОСТИ

Новости компаний
События

8-14

ТЕМА НОМЕРА:

Клиент-ориентированные
технологии

16



ТЕХНОЛОГИИ

Мнения
Интервью
Лучший опыт
Анонсы и релизы

28



НОВОСТИ



Группа компаний Sage анонсировала свою стратегию в отношении Sage ERP X3

Группа компаний Sage (LSE: SGE) - разработчик программного обеспечения для управления предприятием, провела онлайн-конференцию под названием «Модернизация ERP-систем: Перспектива роста», с целью анонсировать свою стратегию в отношении Sage ERP X3 – ведущего решения для среднего сегмента рынка.

Президент компании Ги Берьюе представил план развития Sage в средне-верхнем сегменте и подтвердил намерения Sage в отношении своего лидирующего мирового ERP-решения - Sage ERP X3. Новые клиенты, партнеры и улучшенная версия решения Sage ERP X3 способствовали двукратному росту прибыли. Кроме того, на пресс-конференции анонсировалось, каким образом Sage ERP X3 будет поддерживать свое развитие путем расширения клиентского обслуживания с помощью новых предложений таких, как, например, всемирная техподдержка, глобальные партнерские программы и глобальная сертификация консультантов и бизнес-партнеров.

Г-н Берьюе подчеркнул прочную основу Sage ERP X3, обращая особое внимание на стремительное развитие решения с момента презентации 6-й версии в январе 2010 года. Стратегия Sage и инвестиции в Sage ERP X3 приносят свои плоды, и сейчас бизнес компании включает в себя экосистему из более 3 тысяч клиентов и 200 бизнес-партнеров по всему миру. По словам Ги Берьюе, «у нас есть великолепная возможность расти, обновляя действующие системы по мере развития потребностей самих клиентов. Sage ERP X3 является очень хорошим примером того, как расширить свою целевую аудиторию и привлечь новых клиентов на свою сторону, а именно – представителей среднего бизнеса, которые работают на международной арене».

В продолжение он рассказал о том, как интернет-приложения Sage и связанные сервисные предложения способствуют повышению производительности, гибкости и рентабельности клиентов: *«Наша стратегия в том, чтобы не переписывать существующие интернет-приложения для среднего сегмента, а создавать доступные интегрированные и онлайн-версии многих наших существующих решений, которые позволяют пользователям воспользоваться преимуществами решений-услуг – например, льготной ценой подписки и отсутствием управления оборудованием».*

Кристоф Летелье, генеральный директор компании и руководитель международных проектов Sage ERP X3, сообщил дополнительные сведения о развитии Sage ERP X3 на разных рынках – в Европе,

Северной Америке, Азии и Африке, а также озвучил ряд новых глобальных инициатив, направленных на достижение высокого качества и углубления пользовательского опыта. Речь шла о всемирной техподдержке, стандартизированной методологии в отношении многонационального распределения Sage ERP X3 и глобальная повсеместная сертификация консультантов и бизнес-партнеров.

Г-н Летелье также подчеркнул важность партнерской экосистемы Sage для роста доли Sage ERP X3 на рынке и объявил о развитии новой полномасштабной партнерской программы. Отвечая требованиям клиентов, привлечение партнеров и идея сертификации направлены на развитие инноваций и увеличение присутствия Sage ERP X3 в среднем сегменте рынка путем тесного взаимодействия и применения инновационных технологий на базе предложений для конкретных отраслей.

Привлечение новых партнеров по продажам, независимых вендоров ПО, системных интеграторов, консультантов и разработчиков также связано с желанием независимых вендоров развивать сторонние решения и оригинальные SAFE X3 решения; SAFE X3 используется для обозначения технологической платформы и встроенной среды разработок (IDE). При сотрудничестве с Sage на мировом уровне все смогут оценить преимущества использования технологий, способствующих повышению доходов.

В заключение первый вице-президент Sage ERP X3 Эммануэль Обадиа обратил внимание на версию 6.2 Sage ERP X3 и обновленные функции данного решения, сделав несколько ключевых заявлений о новой функциональности, развитию которой способствовали серьезные стратегические партнерские отношения. Речь шла о добавлении Первой версии решения для электронного управления документооборотом, решения для обмена данными Talend (ETL), доступности веб-топа Sage для предприятий, созданного совместно с Netvibes, а также совместных разработках Sage и Oracle для дальнейшей интеграции Oracle Database 11g в Sage ERP X3.

Г-н Обадиа дополнил свою речь анонсом новой программы отраслевых решений, направленной на непрерывное и дискретное производство, услуги и дистрибуцию с возможностью незамедлительного доступа первого отраслевого решения к модулю услуг «Расчет стоимости проекта и работ».

Получить более подробную информацию о заявлениях, сделанных во время глобальной конференции Sage ERP X3, или просмотреть видео-версию мероприятия можно по адресу www.sageerp3.com.



ХII «Галактическая» конференция в Амстердаме: От решения локальных задач к повышению эффективности предприятия

С 15 по 19 апреля 2011 года в Амстердаме (Нидерланды) в Hotel Artemis прошла ХII конференция «Новые современные решения корпорации «Галактика». На конференции собралось около 50 участников - представителей компаний-заказчиков «Галактики» из различных отраслей промышленности.

Центральная тема всех «Галактических» конференций - повышение эффективности управления за счет инновационных подходов и инструментов в области информационных технологий.

В этом году конференция отличалась составом участников: кроме давних друзей корпорации, присутствовали те, кто только начинает свое знакомство с информационной Системой Галактика ERP. Именно благодаря встрече в Амстердаме у них появилась возможность в деталях познакомиться с особенностями системы, ее функциональными возможностями и решаемыми задачами, встретиться и побеседовать с коллегами, обсудить опыт практического использования системы на предприятиях при решении конкретных задач. Они смогли на практических примерах убедиться, как внедрение информационных систем приводит к сокращению времени выполнения работ, улучшению производственных процессов, уменьшению издержек, повышению уровня контроля и снижению финансовых рисков.

Формат деловой части встречи предполагал выступление представителей корпорации «Галактика», обсуждение, обмен опытом и ответы на вопросы слушателей, а также приватные переговоры, в ходе которых у гостей конференции была возможность установить перспективные деловые контакты.

Открыл мероприятие, познакомив присутствующих с основными достижениями корпорации и перспективами развития на 2011 год, первый вице-президент корпорации «Галактика» Андрей Марушкевич. Новые продукты и решения были представлены в докладе председателя совета директоров корпорации «Галактика» Геннадия Гацко.

Отдельное внимание на конференции было уделено новому решению корпорации - «Галактика Управление Проектами», позволяющему полностью изменить подход к выполнению проектов: от автоматизации того, «что есть» - к повышению эффективности всего производства.

Очевидно, что для любого предприятия, осуществляющего научно-исследовательские, опытно-конструкторские, проектные работы или реализующего проекты в сферах IT, строительства и т.д., важнейшей задачей является повышение эффективности управления работами на всем жизненном ци-

кле. Реализуемые проекты могут содержать тысячи взаимосвязанных работ, выполняемых различными структурными подразделениями и субподрядными организациями, контролировать которые «вручную» – и своевременно принимать управленческие решения – практически невозможно.

Поэтому предприятия постоянно сталкиваются с проблемами срыва сроков, превышения стоимости работ. Руководители не могут сосредоточить внимание на «узких» местах проектов. Плановые службы не способны с необходимой точностью прогнозировать сроки и стоимость работ, оценивать необходимые ресурсы.

Единственный способ решения такого рода проблем – создание на предприятии эффективной организационно-информационной среды, обеспечивающей постоянное планирование, прогнозирование и контроль хода выполнения проектов.

«Новое решение, адресованное научно-исследовательским организациям, опытно-конструкторским бюро, проектным институтам, промышленным предприятиям, создающим сложную уникальную продукцию, а также строительным организациям - это, прежде всего, специализированная масштабная Web-система управления проектами предприятия», - отметил Геннадий Гацко.

О расширении функциональных возможностей Системы Галактика ERP версии 9.1 рассказал вице-президент корпорации «Галактика», руководитель Управления корпоративных проектов Александр Бургардт. Он подчеркнул, что новая версия – Галактика ERP 9.1 - это не только улучшение потребительских свойств, но и серьезное развитие отраслевых, функциональных и системных решений.

Особый интерес вызвала деловая игра «Управление бизнес-процессами ремонтной деятельности предприятия» под руководством А. Бургардта, во время которой слушатели могли на практике выполнить различные роли пользователей при решении задач на определенных этапах проекта.

В секции «Управление вузом в современных рыночных условиях. Инновации и практика применения информационных систем» прозвучал доклад заместителя генерального директора Экспертного центра по работе с вузами корпорации «Галактика» Дениса Бушковского «Управление учебным процессом и научной деятельностью вуза, управление и учет кадровых, финансовых и административно-хозяйственных ресурсов вуза на примере использования системы «Галактика Управление Вузом».



Компания ASoft сообщила об успехах в 2010 году

2010 год для компании ASoft можно назвать годом «партнерской кампании: ASoft Partners Community». Подписано более 50 партнерских договоров в рамках, как регионального представительства, так и интеграционного сотрудничества.

Отдельно выделим сотрудничество с «облачными порталами» ведущих поставщиков программного обеспечения в области продвижения SaaS (аренды приложений).

В 2010 году более 35 новых компаний начали использовать ASoft CRM, и это не только компании представляющие малый и средний бизнес, но и внедрения на уровне автоматизации более 200 рабочих мест.

Отметим и рост количества пользователей программных продуктов ASoft в режиме аренды (SaaS).

Был расширен спектр оказываемых компанией ASoft услуг.

Теперь мы оказываем:

- услуги по форматированию в APS,
- услуги по сопровождению программного обеспечения ASPEN PIMS,
- услуги по разработке сайтов, интернет-магазинов и порталов.
- услуги по хостингу приложений.

Как и было обещано в 2009 году, увидела свет логистическая версия ASoft CRM (Logistic). Туристическая версия ASoft CRM также разработана и внедряется в одном из крупнейших туристических операторов СНГ.

Кроме того, было принято решение о более четком позиционировании версий ASoft CRM под размеры бизнеса.

О новых программных продуктах

Наряду с активностью компании ASoft в партнерском направлении, было потрачено много усилий на разработку новых программных продуктов. Таким образом, были анонсированы:

ASoft Collaboration - уникальный программный продукт, в котором сосредото-

чены наиболее эффективные и удобные функциональные возможности различных wiki-движков, которые обеспечат совместную работу над документами и статьями, а также формирование единой базы знаний. (<http://www.asoftcollaboration.ru>)

ASoft Doc – это система электронного документооборота (СЭД), которая предназначена как для крупных холдингов, так и для небольших компаний, принявших решение автоматизировать делопроизводство. (<http://www.asoftdoc.ru>)

ASoft PM – это система управления проектами, которая оказывает помощь в планировании, распределении ресурсов, совместной работе, контроле, документировании, сопровождении проектов любого масштаба. (<http://www.asoftpm.ru>)

Работы в области разработки универсальной CMS платформы, которая даст возможность создавать сайты, порталы и Интернет-магазины продолжаются. Но мы уже сейчас разрабатываем сайты и Интернет-магазины и предлагаем услуги по их размещению на нашем хостинге.

О планах на 2011 год

В 2011 году компании ASoft исполняется 20 лет. Мы продолжим работу по текущим направлениям деятельности и предложим нашим клиентам новые возможности.

На 2011 год переносится выпуск универсальной CMS платформы.

Планируется открыть сервис видеоконференций и вебинаров. Данный сервис будет предоставляться по модели SaaS.

Ожидается выпуск off-line приложения для всех версий ASoft CRM.

Естественно ASoft продолжит совершенствование существующих программных продуктов и сервисов, не смотря на существующий спрос со стороны клиентов и признание заслуг независимыми экспертами ИТ-рынка.



На Международном IT-Форуме в Ханты-Мансийске были представлены проекты ЭОС по оказанию электронных госуслуг в регионах

Доклад ЭОС об опыте взаимодействия СЭД с МЭДО и СМЭВ вызвал большой интерес аудитории, что обусловлено активным развитием электронных государственных услуг в регионах.

Четвёртый Международный IT-Форум прошел в Ханты-Мансийске с 7 по 11 июня 2011 г. В этом году на Форум собрались более 650 специалистов по информатизации из регионов России. Профессионалы из Европы, США и Японии подключались к участию в Форуме с помощью интернет-технологий на запланированных видеоконференциях. Общее количество участников составило свыше 2000 человек из более 20 регионов России и зарубежных стран.

Программа мероприятия была посвящена актуальным вопросам реализации стратегии информационного общества, формирования электронного правительства, предоставления электронных услуг гражданам, построения единой системы межведомственного взаимодействия, реинжиниринга государственных услуг.

За несколько дней Форума состоялось 15 мероприятий различного формата: конференции, выставки, интернет-турниры и многое другое. На секции «Электронное правительство» обсуждались новые способы предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде, где принял участие специалист компании «Электронные Офисные Системы» (ЭОС) Александр Осипов. Он познакомил аудиторию с современными решениями ЭОС в области электронного документооборота, рассказал о системах ECM – класса: EOS for SharePoint, eDocLib, мобильных ре-

шениях на iPad, а также об участии ЭОС в реализации проекта межведомственного электронного документооборота (МЭДО), опыте интеграции с системой межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ) по оказанию электронных услуг населению.

Доклад ЭОС об опыте взаимодействия СЭД с МЭДО и СМЭВ вызвал большой интерес аудитории, что обусловлено активным развитием электронных государственных услуг в регионах. Компания ЭОС уже более двух лет принимает непосредственное участие в проекте интеграции системы «ДЕЛО» с МЭДО. Таким образом, слушатели доклада, среди которых было большое количество представителей государственных структур, получили актуальную информацию о данном проекте из первых рук.

Активный интерес слушателей также вызвали описания мобильных решений на базе СЭД «ДЕЛО».



Компания «1С-Рарус» автоматизировала расчет заработной платы и ведение кадрового учета в Комитете по труду и занятости населения МО

Компания «1С-Рарус» объявляет о завершении проекта по автоматизации расчета заработной платы и ведения кадрового учета в Комитете по труду и занятости населения Московской области. Внедрение программного продукта «1С:Зарплата и кадры бюджетного учреждения 8» позволило сотрудникам вести расчет заработной платы с поддержкой новых систем оплаты труда работников федеральных бюджетных учреждений.

Комитет по труду и занятости населения Московской области является центральным исполнительным органом государственной власти Московской области специальной компетенции, осуществляющим исполнительно-распорядительную деятельность на территории Московской области в сферах труда, охраны труда и занятости населения, проводящим государственную политику и осуществляющим управление в указанных сферах деятельности.

Специалисты компании «1С-Рарус» завершили проект по внедрению программного продукта «1С:Зарплата и кадры бюджетного учреждения 8» в Комитете по труду и занятости населения Московской области. Конфигурация позволяет вести комплексный расчет заработной платы и кадровый учет в учреждениях, финансируемых за счет средств бюджетов всех уровней.

Сотрудники ВЦ «1С-Рарус» вместе с установкой программы выполнили загрузку адресного классификатора, провели консультирование по порядку ведения кадрового учета: прием сотрудников в штат в различных статусах, оформление договоров гражданско-правового характера, заполнение кадровых данных в справочниках и реги-

страх, порядок внутреннего перемещения, увольнения, порядок заполнения и изменения штатного расписания.

С помощью программы «1С:Зарплата и кадры бюджетного учреждения 8» специалисты Комитета имеют возможность вести следующие работы:

- Расчет заработной платы с поддержкой новых систем оплаты труда работников федеральных бюджетных учреждений;

- Расчет денежного довольствия военнослужащих и приравненных к ним лиц;

- Расчет денежного содержания служащих на государственной гражданской службе;

- Исчисление регламентированных законодательством налогов и взносов с фонда оплаты труда;

- Отражение начисленной зарплаты и налогов в расходах учреждения;

- Управление денежными расчетами с работниками, включая депонирование;

- Учет кадров и анализ кадрового состава;

- Автоматизация кадрового делопроизводства;

- Набор кадров.

Комитет по труду и занятости населения Московской области является центральным исполнительным органом государственной власти Московской области специальной компетенции, осуществляющим исполнительно-распорядительную деятельность на территории Московской области в сферах труда, охраны труда и занятости населения, проводящим государственную политику и осуществляющим управление в указанных сферах деятельности.

25 - 28

**ОКТАБРЯ 2011
МОСКВА**

XXII

Ежегодная выставка
информационных и
коммуникационных
технологий

ОФИЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА



Российская академия наук
Министерство связи и массовых коммуникаций РФ
Министерство образования и науки РФ



Российский фонд фундаментальных исследований
Федеральное космическое агентство
РОСАТОМ

SoftTool

www.softtool.ru



**Конкурс лучших
решений в области
информационных
технологий**



Технологии информационного общества • Электронное государство • Технологии управления • Информационная безопасность
Технологии образования • САПР и ГИС • Документооборот • Интернет-технологии • Мобильные технологии • Облачные вычисления
Свободное ПО • Управление проектами • Суперкомпьютеры • Логистика и SCM • Банковское и финансовое ПО • Прикладное ПО
Встраиваемые системы • Сетевые решения • Аутсорсинг • ИТ-услуги • Электронные развлечения • Игры • Компьютеры и мн. др.



Второй Московский Суперкомпьютерный Форум

**Всероссийская конференция
«Электронное государство XXI века»**

**Заседание
Совета главных конструкторов информатизации
регионов России**

в рамках Национального форума

«ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО. ЭЛЕКТРОННОЕ ГОСУДАРСТВО. ЭЛЕКТРОННОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО»

ОРГАНИЗАТОР



ООО «ИТ-экспо»
+7 (495) 624-70-72
www.softtool.ru

ПАРТНЕРЫ



**ОТКРЫТЫЕ
СИСТЕМЫ**
Национальный лидер в области ИТ-решений



XVI Международная конференция

Info 2011 trans

«Информационные
технологии на
железнодорожном
транспорте»

реклама

**10–13 октября
2011**

Санкт–Петербург
«Парк Инн Прибалтийская»

Генеральный партнер



Стратегический партнер



Организатор



+7 (495) 988-18-00
www.intransforum.ru



АйТи создала единую ИТ-инфраструктуру для Группы «Разгуляй»

Компания АйТи завершила в Группе «Разгуляй» проект по созданию ИТ-инфраструктуры на основе технологий Microsoft. Организовано единое информационное пространство для эффективного взаимодействия всех предприятий агрохолдинга. Результатом проекта стало повышение управляемости и безопасности ИТ-инфраструктуры агрохолдинга, а также снижение совокупной стоимости владения ею.

Группа «Разгуляй» специализируется в сфере производства, переработки и реализации сельскохозяйственной продукции и ведет деятельность в 18 субъектах Российской Федерации. Такой территориальной структуре активов агрохолдинга, не имея стандартизированной ИТ-инфраструктуры, достаточно сложно развиваться в условиях жесткой конкуренции и автоматизировать процессы управления. Поэтому руководство Группы приняло решение о построении современной стандартизированной инфраструктуры, способной максимально удовлетворить текущие и будущие потребности.

Выбор программной платформы был предопределен, поскольку существующая инфраструктура корпоративного центра Группы «Разгуляй» уже базировалась на технологиях Microsoft. Для выбора исполнителя агрохолдинг провел конкурс, участие в котором приняли несколько крупных партнеров Microsoft. По совокупности оцениваемых параметров реализацию проекта Группа «Разгуляй» доверила АйТи.

Инженеры АйТи совместно с ИТ-специалистами Группы «Разгуляй» создали ядро единой ИТ-инфраструктуры на платформе Microsoft Windows Server 2008 R2. Единая служба каталогов построена по иерархическому принципу и обеспечивает централизованное управление инфра-

структурой распределенных предприятий Группы «Разгуляй».

Вторым этапом проекта стало внедрение системы электронной почты Microsoft Exchange Server 2010. Она обеспечила сотрудников агрохолдинга надежным сервисом для обмена сообщениями и совместной работы, в т. ч. постановки задач, назначения собраний, использования календарей и единого списка адресов.

При построении ИТ-инфраструктуры была обеспечена возможность ее модификации при изменениях в бизнесе агрохолдинга: «Разгуляй» сможет изменять состав структурных подразделений и добавлять новые сервисы, в частности развивать возможности совместной работы сотрудников. На сегодняшний день Группа «Разгуляй» является крупнейшим агрохолдингом России, сумевшим создать у себя современную инфраструктуру для внедряемой ERP-системы..

По итогам проекта Александр Краснов, заместитель генерального директора по информационным технологиям Группы «Разгуляй», отметил: *«Созданная инфраструктура стала фундаментом для внедряемой ERP-системы и других современных ИТ-решений. Единое информационное пространство значительно упростит коммуникации между сотрудниками, внедренная система управления правами на доступ к данным (AD RMS) обеспечит безопасный обмен конфиденциальной информацией по электронной почте, хранение ее на сетевых дисках, не опасаясь несанкционированного доступа, а унификация рабочих мест обеспечит оптимизировать работу ИТ-управления Группы на 20 процентов. Все это позволит добиться повышения управляемости, безопасности и отказоустойчивости ИТ-инфраструктуры в целом».*





ТЕМА НОМЕРА

Клиент-
ориентированные
технологии

Клиент-ориентированные технологии помогут пережить кризис

Не секрет, что во время экономического кризиса, когда происходит снижение количества клиентов, наилучшие шансы на выживание и дальнейшее процветание имеет тот, кто сумеет удержать наибольшее их количество.

Как же повысить лояльность клиентов и, тем самым, предотвратить их переход к другим поставщикам товаров и услуг? Одним из самых популярных ответов на этот вопрос, выработанных в конце XX века, является применение клиент-ориентированных технологий.

Когда обращаешься к истории экономики первой половины (да и большей части) XX века и пытаешься проанализировать методы конкурентной борьбы, применявшиеся на рынке, в глаза бросаются два основных: ценовые и продуктовые войны.

Собственно говоря, многие специалисты по истории экономики считают, что эти методы начали превалировать над всеми прочими в эпоху первой промышленной революции, в эпоху отказа от ремесленных способов производства. Именно тогда был осуществлен переход к мануфактурам, т.е. к валовому выпуску продукции, а, следовательно, и к «глобальным» методам ее продвижения.

Под ценовыми войнами понимается, в первую очередь, манипулирование ценой для достижения максимального сбыта продукции. Чаще всего производитель товаров и услуг старается сделать свою цену ниже, чем у подавляющего числа конкурентов, справедливо полагая, что меньшая стоимость привлечет непропорционально большее количество покупателей. Для некоторых товаров такой подход неприемлем. Наверно, все маркетологи помнят классический пример Коттлера о попытках снизить цену на черную икру, которые не только не привели к увеличению числа покупателей, но и способствовали снижению валового дохода от продажи икры. Такое положение ха-

рактерно, в первую очередь, для так называемых «VIP-товаров» - в большинстве случаев цену снижать выгодно. Но, тем не менее, для соблюдения общности будем говорить, что ценовые войны состоят в поиске не минимального, но оптимального ценового диапазона.

Крайним проявлением ценовых войн является демпинг, которым нас когда-то «пугали» в школе на уроках обществоведения, – временное снижение цены до «бросового» уровня, когда на каком-то локальном рынке устанавливается цена много ниже себестоимости товара. Демпинг применяют компании (а порой, и целые государства), имеющие солидный запас прочности. Менее сильные конкуренты, продукцию которых перестают покупать, вынуждены уходить с данного рынка. Некоторые просто разоряются. Возникает монополия (скорее даже, олигополия), в результате которой цену можно взвинтить, многократно компенсировав все убытки, полученные во время «захватнической» операции. Оптимум цены теперь имеет гораздо более высокое значение, чем прежде.

Под продуктовыми войнами понимается повышение качества продукции, побуждающее потребителя при равных ценах брать товар именно этого производителя. Повышение качества – это не только повышение надежности, улучшение эргономических свойств, более совершенный дизайн. В эпоху научно-технической

революции (НТР) это, в первую очередь, приращение товару принципиально новых потребительских свойств. Зачастую эти свойства изначально на рынке не востребованы. Поэтому совершенствование продукции сопровождается еще одним, неотъемлемым ныне, элементом продуктовой войны – кампанией по созданию массового спроса на эти самые новые свойства. Грубо говоря, проводится рекламная акция на тему вроде: «Как, вы все еще покупаете телевизоры без телетекста? Постыдились бы соседей!»

Однако примерно к 70-м годам XX столетия в большинстве отраслей эффективность и ценовых, и продуктовых войн в качестве методов ведения конкурентной борьбы начала резко снижаться. С чем это было связано?

Что касается ценовых войн, то просто наступает момент, когда конкуренция идет уже на пределе рентабельности, а необходимый запас прочности для проведения демпинговых операций слишком велик, чтобы его могли себе позволить даже настоящие гиганты рынка. Цены снижать больше некуда.

На эффективность продуктовых войн существенно повлияла все та же НТР (и ее новейшее проявление – информационная революция), резко сократившая цикл подготовки к производству новых продуктов и, тем более, цикл внедрения отдельных потребительских свойств. Как бы свято вы ни хранили свои разработки от конкурентов, в наше время вы можете опередить их на полгода, максимум на год. Даже при идеальной работе отдела промышленной контрразведки, конкурентам будет достаточно спецификации выпущенной на рынок новой продукции, чтобы завершить все необходимые технические и технологические разработки в столь короткие сроки. В то же время вся основная тяжесть по созданию потребительского спроса ложится именно на «пионеров». Производители «второй линии» охотно пользуются плодами их труда и рекламных инвестиций.

Специалисты по анализу рынка выделяют еще несколько дополнительных факторов, повлиявших на усиление конкурентной борьбы и, в итоге, снизивших эффективность продуктовых и ценовых войн.

Размывание бизнес функций между специализированными и не специализированными

ми игроками рынка

На рынке появилось большое количество организаций, не являющихся специализированными компаниями, но предоставляющих те же услуги, что и специализированные. Например, автомобильные производители стали выполнять функции финансовых учреждений, открывая кредитные программы для населения, страховые компании стали предлагать банковские услуги, в том числе выпуск пластиковых карт, транспортные компании выступили с предложением страховых услуг и т.п. В результате, конкурентная борьба обострилась просто за счет увеличения числа поставщиков аналогичных товаров и услуг.

Информационная революция

Внедрение новейших информационных технологий, в первую очередь Internet, кардинально изменило принципы работы компаний. Изменились приоритеты в каналах предоставления услуг и сбыта товаров.

На свет появились новые способы организации сбытовой инфраструктуры, в том числе позволяющие минимизировать затраты на содержание персонала и рекламу.

Сочетание информационной революции и совершенствования средств транспорта и оплаты привело к тому, что мир стал меньше. С помощью Internet можно оперативно заказать товар у поставщика, находящегося на другом конце света, и он доставит его в считанные часы. Для оказания ряда услуг уже не нужен непосредственный контакт представителей Заказчика и Исполнителя. Его заменяют современные средства моментальной связи: факс, электронная почта, интерактивный Internet-сайт.

Это коснулось даже такой вроде бы далекой от промышленных методов области услуг, как изобразительное искусство. Приведу конкретный пример. Я только что стал свидетелем случая, когда житель Австралии заказал кукольный портрет своего немецкого друга у художника, живущего в Санкт-Петербурге. Процесс проходил так. Заказчик обнаружил сайт художника с помощью Яндекса, просмотрел портфолио, в котором были представлены фотографии кукольных портретов рядом с фото оригинала.

Работы понравились и он сделал заказ по электронной почте, выслав снимки своего друга, а также описав его характер и требования к работе. Цифровую фотографию первого варианта художник также отослал заказчику «мылом». После внесения корректив в итеративном режиме портрет был оплачен банковским переводом и отослан в день рождения в Кельн через FedEx.

Что же тогда говорить про унифицированную промышленную продукцию?!

Как видно из рассказа, в результате информационной революции конкурентами становятся уже не только компании, имеющие представительства в том же регионе, но и географически удаленные друг от друга поставщики.

Постоянное изменение внешних факторов

Постоянное изменение внешних факторов, таких, например, как принятие или отмена законов, регулирующих рынок тех или иных продуктов и услуг, заставляет компании быть очень гибкими и динамичными. Крупнейшие из них начинают развивать геополитическую активность, оперативно перенося не только приоритетные центры сбыта, но и производственные мощности, в самые отдаленные от главного офиса регионы земного шара. В небольшой степени таким возможностям способствуют уже упомянутые информационная революция и развитие транспортной инфраструктуры.

Появление большого количества «коробочных» продуктов

Практически в каждой отрасли появилось большое число так называемых «коробочных» продуктов, не требующих значительных инвестиций в обучение персонала для их продвижения и сопровождения. Это особенно хорошо видно на примере электронной аппаратуры и сложной бытовой техники. Когда-то она была так непростая в эксплуатации, что требовала широких сетей ателье по настройке и ремонту. Блочный принцип конструирования и создание систем автоматической настройки приблизили (хотя и не окончательно, конечно) технику к мясным консервам в смысле стратегии продаж и издержек на сопровождение.

В результате резко снижается стоимость вы-

хода на рынок вновь возникающих компаний. Т.е. значительно ускоряется и удешевляется процесс возникновения новых конкурентов, способных поддерживать конкурентоспособные цены.

Изменение ожиданий клиентов

Возросло «качество среднего клиента», его способность ориентироваться в потребительских свойствах продукции (в немалой степени этому способствовала все та же информационная революция) и, как следствие, осознание собственной значимости, а значит, и требовательность. Массовый клиент получил возможность влиять на производимую продукцию и направлять различные рынки.

Обобщая, можно сказать, что ситуация «клиенты для компании» изменилась на ситуацию «компания для клиентов».

Итак, мы констатировали, что в условиях возросшей конкуренции прежние методы борьбы стали стремительно терять свою значимость, а, следовательно, возникла насущная потребность в новых способах ведения конкурентной войны.

В поисках этих самых новых способов исследователи рынка обратились к следующим данным, полученным в результате маркетинговых исследований и на основании экспертных оценок (произошло это примерно 20 лет назад).

- «Счастливый» клиент расскажет об удачной покупке в среднем пяти своим знакомым. Неудовлетворенный — минимум десяти.
- Большая часть ведущих компаний мира из списка Fortune 500 теряет 50% своих клиентов каждые пять лет.
- Большая часть клиентов окупается лишь через год работы с ними. Если клиент «уйдет» до этого срока, то он принесет убытки.
- Увеличение удержания клиентов на 5% увеличивает прибыль компании на 50–100%.
- Около 50% клиентов компании не приносят прибыли из-за неэффективного взаимодействия с ними.
- В среднем, компания контактирует четыре раза в год с «действующим» клиентом и шесть раз в год с потенциальным (эти цифры справедливы не для всех отраслей, они не касаются, например, компаний, занимающихся обслуживанием оборудования или программного обеспечения).
- Затраты на привлечение нового клиента в

среднем в пять – семь раз больше, чем на удержание уже имеющегося.

- Правило Парето: 20% клиентов приносят 80% дохода.

- Оборачиваемость капитала в крупных компаниях значительно снижается из-за несвоевременного погашения задолженности клиентами. Зачастую в этой несвоевременности виноваты только менеджеры компании, забывающие вовремя выставить счет или напомнить о подошедшем сроке платежа.

В общем и целом, получается, что качество обслуживания имеющихся клиентов, правильное выделение из них клиентов VIP-группы, своевременное взыскание долгов – все это огромный резерв, который используется отнюдь не в полной мере.

Кроме того, повышение качества обслуживания очевидным образом скажется и на количестве заново привлекаемых клиентов, а в случае применения некоторых методов качественного «обхаживания» потенциальных заказчиков их число тем более возрастет. Эти выводы становятся тем более актуальными, если учесть такой, уже упомянутый выше, фактор обострения конкурентной борьбы, как изменение ожиданий клиентов.

Естественно, что подобные рассуждения неприменимы в равной степени ко всем рынкам товаров и услуг. Например, для производителей бытовых товаров и продуктов, предназначенных конечному потребителю, основными методами борьбы по-прежнему остаются продуктовые и ценовые войны - мы можем каждый день наблюдать это по телевизору, обрушивающему на нас потоки рекламы. Впрочем, если рассматривать в качестве клиентов таких производителей фирмы оптовой торговли, то окажется, что качество работы с клиентом также играет чрезвычайно большую роль.

Подводя итог, можно сказать, что такой подход наиболее актуален на тех рынках, где работа с клиентом носит долгосрочный характер и предполагает многократную продажу продуктов или услуг. Получается, что он пока плохо подходит, например, для крупных розничных сетей, имеющих дело с обезличенным покупателем. Поэтому перечислим основные сферы деятельности, где данные выводы сомнению не подлежат. В первую очередь это:

- Банки
- Телекоммуникации
- Страхование
- Оптовая торговля
- Транспорт (например, авиакомпании)
- Фармацевтика.
- Отделы сбыта различных производств, работающих напрямую с клиентами (авто-концерны, энергетика и др.)
- Медицинские учреждения
- Компании, предлагающие обучение и услуги

Именно для этих отраслей была в начале 90-х годов XX века разработана концепция one to one marketing. В соответствии с данной концепцией вся деятельность компании переориентировалась с подхода, сконцентрированного на продуктах, к подходу, сконцентрированному на клиенте. В конце концов название было заменено на непосредственно отражающее суть процесса. Так на свет появился термин «клиент – ориентированные технологии».

Возвращаясь к названию статьи, можно сказать, что клиент – ориентированные технологии являются новым средством конкурентной борьбы только в том смысле, что «новое – это хорошо забытое старое». В самом деле, секрет того, как добиться, чтобы у потенциального или действующего клиента возникло ощущение, что его обслуживают хорошо, был известен хозяевам маленьких мастерских, лавочек и трактиров еще в средние века. Надо знать всех своих постоянных покупателей в лицо, быть в курсе их личных проблем и вкусовых пристрастий, поздравлять их с днем рождения и другими праздниками, даже делать небольшие подарки в эти дни, давать кредит надежным плательщикам (четко различая надежных и ненадежных) и делать им скидки...

Получается, что именно клиент – ориентированные технологии были одним из основных методов конкурентной борьбы, пока в эпоху промышленной революции их не опроверг валовый поход к производству продукции. История развивается по спирали...

Но вернемся к современному пониманию клиент – ориентированных технологий. В терминах крупных компаний их применение означает еще и то, что не надо продвигать все имеющиеся продукты всем клиентам (массовый маркетинг). Следует определить потреб-

ности каждого покупателя и предлагать ему только соответствующий им ассортимент (в противном случае человек может элементарно обидеться). Это, естественно, совсем необязательно означает, что для каждого конкретного клиента необходима своя программа действий. Клиент, в результате анализа его характеристик, относится к тому или иному сегменту рынка, и в дальнейшем работа с ним строится в рамках программы, разработанной для этого сегмента. Тем не менее, можно уверенно сказать, что необходима персонализация общения, т.к. клиент должен чувствовать внимание компании именно к себе, а не к абстрактному покупателю. Говоря простыми словами, надо создать впечатление, что клиент – твой друг, что он единственный и неповторимый и что ты готов разбиться для него в лепешку.

Индивидуальный подход позволяет значительно повысить лояльность клиентов. В соответствии с приведенными ранее результатами анализа рынка, повышение лояльности, в свою очередь, ведет к повышению прибыльности предприятия, т.к., во-первых, позволяет компании повысить процент удержания (а вы уже помните, что на это нужно гораздо меньше затрат, чем на привлечение новых клиентов); во-вторых, повышает прибыльность существующих клиентов (удовлетворенный клиент покупает больше и готов платить за приобретаемые услуги/товары дороже); в-третьих, понимание потребностей различных групп покупателей позволяет привлечь больше новых клиентов за счет предложения востребованных продуктов и направленного маркетинга. Можно сказать, что для компании, применяющей клиент – ориентированный подход, лояльность клиента должна стать высшей ценностью, высшим приоритетом.

Что же мешало применить этот подход много раньше, почему его нельзя было внедрить в жизнь, например, в первой половине XX века? Хотя бы как дополнение к ценовым и продуктовым войнам? Только потому, что в нем не было необходимости?

Отнюдь нет! Причина проста. У средневековых ремесленников и рестораторов клиентов постоянных клиентов было немного – считанные единицы. У современных ком-

паний их сотни, тысячи, десятки тысяч. И каждый из них (помните, что я писал чуть выше?) должен считать себя единственным и неповторимым. Даже если, памятуя принцип Паре, применять клиент – ориентированный подход в полной мере только к 20% VIP-клиентов, их окажется слишком много.

Поэтому возвращение к такому подходу на новом, современном, уровне (опять все та же диалектическая спираль J) оказалось возможным только после появления на свет информационных технологий, в эпоху уже упомянутой информационной революции. Попросту говоря, на помощь пришел компьютер. Скажу больше: все более глубокое внедрение информационных технологий в нашу жизнь привело к тому, что клиент – ориентированный подход потихоньку внедряется там, где прежде это представлялось нецелесообразным. Наверно, многие из вас (я в том числе) уже успели получить поздравление с днем рождения, Новым годом, 23 февраля или 8 марта от коллектива какого-нибудь супермаркета. Я ничуть не противоречу самому себе несколькими абзацами выше. Там было сказано, что бесполезно применять эти технологии к обезличенному клиенту. Но компьютеризация маркетинга в сочетании с массовыми социологическими опросами позволяет ликвидировать оную обезличенность.

Программное обеспечение, осуществляющее автоматизацию клиент – ориентированного подхода, принято называть CRM – системами. Эта аббревиатура расшифровывается как Customer Relationship Management – Управление Взаимоотношениями с Клиентами. Описанию функциональности CRM – систем, критериев оценки эффективности от их внедрения и проблем, возникающих в процессе выполнения проекта по автоматизации предприятия, будут посвящены последующие статьи цикла «Кое-что о CRM».

**Гл. эксперт компании «КОМПАС»,
к.т.н. Игорь Якобсон**
e-mail: igor@compas.ru
<http://www.compas.ru/>



АВТОМАТИЗАЦИЯ

XII МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА



- ИКТ в промышленности • Автоматизация производства
- Автоматизация производственной инфраструктуры • АСУ ТП
- Технические и программные средства автоматизации
- Измерение, контроль, испытание, диагностика
- Встраиваемые системы • Автоматизация зданий
- Робототехника • Техническое зрение • Приводная техника
- Автоматизация проектно-конструкторской деятельности

Организаторы выставки:



ais@orticon.com, www.fairexpo.ru/ais, тел.: +7 (812) 777-04-07, 718-35-37
Место проведения: Санкт-Петербург, СКК, пр. Ю. Гагарина, 8, м. «Парк Победы»

Техно&Ком

23 - 25 ноября 2011

Санкт-Петербург, СКК

Клиент-ориентированные технологии:

Зачем переходить на SaaS решения?

Есть три основополагающих фактора, влияющих на успех в бизнесе: время, информация, деньги. Порядок не принципиален, но суть всегда одна: чем больше времени, тем больше можно получить информации с последующей конвертацией в деньги, а чем больше денег, тем больше времени для получения новой информации – процесс замкнулся. Таким образом, получив возможность управлять временем с помощью SaaS-решений, можно управлять и деньгами.

Зачем переходить на SaaS-решения и чем они привлекательней классического ПО? В принципе, можно сделать разовые затраты на покупку программного обеспечения и необходимого количества лицензий для своих сотрудников, установить на каждую из рабочих станций и периодически обновлять версии и базы, что не всегда бесплатно. На практике это зачастую отнимает довольно приличный объем времени время и для обеспечения этой процедуры приходится брать отдельного человека, а то и организовывать целый отдел. К тому же, не все программные обеспечения способны решить задачу коллективной работы вне зависимости от географического нахождения сотрудников. Все эти проблемы отсутствуют при работе с SaaS сервисами.

Западные компании уже давно активно используют подобного рода сервисы, что привело к бурному росту зарубежных разработчиков SaaS-решений. Стоит отметить, что и на отечественном рынке появились аналогичные компании. Рынок в России, хотя еще и находится в зачаточном состоянии, однако положение SaaS-сервисов с каждым месяцем меняется в лучшую сторону. Но существует некое недоверие, боязнь, в основном отечественного, потребителя использовать SaaS, как шаг в нечто новое и неизвестное.

«Нам приходится сталкиваться с недоверием к SaaS, - отмечает Сергей Мехоношин, директор компании SolverMate (система поддержки клиентов сервисных компаний по модели SaaS). - Самое распространенное заблуждение, что SaaS - это не надежно. В нашей стране люди привыкли полагаться только на себя, и поэтому хотят контролировать то, чем пользуются. Хотя они, не задумываясь, используют почту от Яндекс или Google, а ведь это и есть типичный SaaS-сервис и если вы не платите напрямую, то это не значит, что за него не платят другие, в данном случае – рекламодатели, которые хотят получить доступ к аудитории».

Помимо недостаточной осведомленности рынка в России о преимуществах SaaS-решений, присутствуют и такие препятствия, как еще слабо развитый в России интернет и повсеместное наличие общедоступного пиратского ПО. А также присутствие мифа о краже данных, размещенных на сервере SaaS, конкурентами, хакерами, ФСБ, налоговой инспекцией и пр.

В момент общемирового кризиса, где средний и малый бизнес наиболее чувствителен к финансовым переменам, ценнее всего становятся обслуживание клиентов на должном уровне - то есть постоянное взаимодействие и оперативная работа. Все это делается с целью повышения лояльности и удержание клиентов «на всю жизнь». Ведь именно сбыт

(т.е. заказчики) обеспечивает оборот и прибыль. Таким образом, есть все предпосылки для роста спроса на SaaS-решения, которые, с одной стороны, способны решать поставленные задачи по обслуживанию клиентов, а с другой - экономят и время, и бюджеты компаний.

Эксперты отмечают, что в 2010 году темпы роста рынка SaaS значительно увеличиваются, и это можно связать с тем, что компании-потребители начали воспринимать новые интернет-технологии как инструменты, которые можно использовать в конкурентных преимуществах.

Одним из крупнейших сегментов SaaS-решений в мире является CRM (управление отношениями с клиентами). Эти решения позволяют более оперативно и мобильно взаимодействовать с клиентом, экономя не только время, но и трудозатраты. Помимо CRM, на рынке присутствуют решения для поддержки работы службы поддержки Helpdesk, системы управления задачами Task manager и пр.

На российском рынке в настоящий момент также представлен достаточно широкий спектр SaaS-решений. Говоря о наиболее актуальных и востребованных сервисах, директор компании SolverMate Сергей Мехоношин отметил: «SaaS решения работают в интернете – а это, в первую очередь, средство коммуникации, и таким образом идеальными для SaaS являются приложения для коллективной работы и активного как внутреннего взаимодействия между сотрудниками компании, так и внешнего – сотрудников компании с клиентами. К этой категории относятся CRM, Helpdesk, PM и другие сервисы».

По словам Михаила Смолянова, директора компании Мегаплан, которая одной из первых вышла на российский рынок SaaS, на российском рынке наиболее перспективными являются массовые сервисы. *«То есть те сервисы, которыми будут пользоваться максимальное количество частных пользователей. Но это в будущем, когда SaaS станет привычным для масс. Пока же SaaS находится на ранней стадии, - продолжает Михаил Смолянов. - То есть возможность работать всего в двух секторах: высокомаржинальные решения для крупных компаний и относительно массовые решения для малого и среднего бизнеса. Мы*

выбрали последнее, а тут перспективы определяются довольно просто. Надо смотреть, какой класс задач чаще встает перед представителями малого и среднего бизнеса. Мы бы выстроили приоритеты так: бухгалтерия и ведение делопроизводства (оформление счетов, накладных, актов и т.п.), управление взаимоотношениями с заказчиками (CRM), управление проектами и задачами (делегирование, планирование, контроль и т.п.). Другое дело, что острая фаза кризиса вообще-то уже пройдена и начинается фаза роста. А на этом этапе важны системы эффективного планирования и ограничения издержек. Собственно мы как раз работаем в этой нише».

Такие положительные прогнозы по развитию и использованию сервисов SaaS привлекает на рынок новые компании-разработчики, но, как отмечают сами разработчики, это нельзя назвать конкуренцией, скорее как партнерство, т.к. функционал представленных на рынке SaaS-решений не перекрывается и места под «солнцем» хватит всем.

«Многие нише еще не закрыты, - комментирует директор компании Мегаплан Михаил Смолянов. - Достаточно посмотреть на задачи, которые решает бизнес. Например, решения из области управления персоналом (мотивация, компетенции, охрану труда, грейды...) практически не представлены по модели SaaS. Нет решений в области медиа-планирования, выравнивания ресурсов... много чего еще нет. Но это все ниши. Если появятся решения в этих сегментах, то потребитель встанет перед дилеммой, как увязать между собой все эти разнородные SaaS. На наш взгляд, наибольшую перспективу получают решения, имеющие открытые API с уже существующими решениями, интеграции с другими SaaS и открытые для встраивания сторонних разработок.»

SaaS все плотнее входит не только в функционал компаний, но и также госструктур. Ведь для госучреждений использование решений для автоматизации своей деятельности по принципам SaaS-решений является наиболее выгодным как по расходам и эффективности, так и капитальным вложениям – да, и в силу своей глобальности и «территориальной распределенности» модель SaaS наибо-

лее оптимальна. На отечественном рынке уже есть первые успешные опыты сотрудничества.

Михаил Смолянов отмечает: «Госструктуры могут подождать, пока такие решения предложат существующие гранды ИТ-индустрии (Microsoft, Oracle, SAP и пр.), или попробовать разработать что-то свое (как это уже не раз случалось... например, проект операционной системы для госучреждений, или мобильного телефона для чиновников), а могут начать использовать то, что уже есть.»

Однако, по словам директора компании SolverMate Сергея Мехоношина, в России при работе с госсектором, нужны «особые» методы, которые не всегда выгодны разработчикам SaaS-решений.

Безусловно, понимание потребителями эффективности и выгодности работы с SaaS - вопрос не одного дня и даже не одного года. В связи с этим многие разработчики стараются ускорить этот процесс,

предлагая бесплатные тестовые периоды, проводя обучающие семинары и тренинги, чтобы компании могли «попробовать» возможности сервисов, почувствовать, что это дает - насколько ситуация в компании становится более контролируемой. А бизнес-процессы - более прозрачными - когда в любое время и из любого места можно знать текущую ситуацию, контролировать результаты работы сотрудников, в том числе и промежуточные, вести грамотное планирование, тем самым увеличивая эффективность управления бизнесом.

Михаил Смолянов,
Директор компании «Мегаплан»



CRM (Customer Relationship Management) — управление взаимоотношениями с клиентами

CRM включают в себя комплексный подход, методологию, инструменты и все бизнес-процессы, которые компания использует, чтобы создавать и отслеживать все контакты персонала с ее текущими и потенциальными клиентами.

С помощью CRM-функциональности различных систем автоматизируются многие процессы по обслуживанию клиентов, а вся накопленная информация о клиенте служит целям дальнейшего сервиса продаж и маркетинга.

Подробнее о CRM вы можете прочитать на портале по ссылке <http://12news.ru/crm.html>

Список корпоративных решений и CRM систем <http://12news.ru/sys>

ERP (Enterprise Resource Planning System) — система планирования ресурсов предприятия

Изначально термин ERP (Enterprise Resource Planning) применялся к системам планирования загрузки производственных мощностей. Несмотря на то, что термин ERP возник в производственной сфере, сегодня он имеет более широкую область применения. Современные ERP-системы обеспечивают выполнение всех основных бизнес-функций предприятия.

Системы планирования ресурсов предприятия — ERP — служат для интеграции всех данных и процессов организации в единый комплекс. Для этого современная ERP-система использует множество различных программных и аппаратных компонентов.

Подробнее о ERP вы можете прочитать на портале по ссылке <http://12rpnews.ru/erp.html>

Список корпоративных решений и ERP систем <http://12news.ru/sys>



TEMA

Как завоевать доверие клиента

Бизнес сложно представить, чем отличается жизнь с SaaS от жизни без SaaS: какие практические выгоды он получит от использования ПО как услуги. Крупные компании считают, что SaaS—это технология для мелких компаний, в свою очередь мелкие уверены, что им это еще рано. Значимым является и вопрос о безопасности данных при использовании ПО как услуги: где данные хранятся и кто ими пользуется? Внутренняя it-среда выступает против, потому что не понимает, как SaaS будет совмещаться с существующей в компании системой, сколько времени займет внедрение и будет ли работать эффективнее. С этими проблемами сталкивается каждый производитель SaaS, однако какие решения можно предложить, чтобы завоевать доверие клиента?

Во-первых, клиенту необходимо предоставить выбор: использовать SaaS или нет. Общеизвестно, что преимущество SaaS – возможность сразу начать работать, но это и создает сложности, ведь потом сложно будет от него отказаться. Здесь необходимо решение, которое безболезненно будет принято клиентами. Предлагая наше решение, а сейчас я говорю об Электронном офисе, мы, по сути, говорим о компромиссе - гибридном SaaS. Электронный офис являет-

ся готовым продуктом, поэтому клиент может начать пользоваться им в режиме SaaS, а потом, при желании или необходимости, купить Электронный офис и установить его на свои мощности.

Принятие решения об установке нового программного продукта тормозит еще и тот факт, что наличие программы не означает знаний о том, как ее использовать. Поэтому всегда нужно показывать, как это работает. Когда наши клиенты начинают пользоваться Электронным офисом, мы не только проводим первичное обучение, но и осуществляем постоянную поддержку пользователей, и этот пункт является обязательным в договоре обслуживания, независимо от того, выбирает клиент SaaS или не SaaS.

Многие компании предпочитают пользоваться тем, что создано внутри, потому как оно ориентировано на задачи конкретной компании, и не факт, что промышленная разработка, какой бы эффективной она ни была, будет отвечать требованиям именно этой компании. Если вы хотя бы однажды шили костюм на заказ, вряд ли вы сможете просто в следующий раз купить его в магазине. Также и SaaS-решение – производитель должен закладывать в него возможность учесть специфику клиента. Многие производители ПО нашли

выход в множестве настроек, которые пользователь может выбрать под себя, создав собственный интерфейс, однако это тупик, ведь клиенты – не программисты, им нужно дать готовое для них решение. Выход—индивидуальная настройка типового продукта под потребности каждого клиента.

При разработке SaaS решений необходимо использовать распространенные информационные технологии – это позволяет общаться на одном языке с ИТ персоналом. Мы используем платформу Microsoft Sharepoint, которая является совместимой с информационными системами большинства компаний. Плюс к этому, платформа является сертифицированной, а это немаловажный аспект для большого числа компаний в нашей стране.

В завершение, приведу такой факт. По данным американских социологов, уже сейчас 42% работающих людей проводят в офисе только половину рабочего дня, более 10 % людей в России не работают в офисе постоянно – весь мир движется к удаленной работе и мобильности. Безусловно, что скорость этого движения должна быть иной, и увеличить ее – одна из ключевых задач разработчиков SaaS. Все они хотят одного - подарить людям время.



Виталий Чапурин

Генеральный директор компании
«Креативные бизнес-технологии»

«Россия имеет большие перспективы в производственной сфере для отечественного, а также для мирового рынка в будущем»



Роберт Щурх,

Генеральный директор компании CSM Systems AG (Швейцария)

Расскажите, пожалуйста, о Вашей компании – CSM Systems AG

Р.Щ. Компания Computer Supported Manufacturing Systems AG (CSM Systems AG – www.diames.com) была основана в Швейцарии в 1985 году. Сегодня компания имеет филиалы в Дюссельдорфе (Германия) и Йоханнесбурге (Южная Африка), а также филиалы, открытые совместно с партнерами, в США и Австралии.

Компания разрабатывает, распространяет, интегрирует и глобально поддерживает проактивную MES-систему- DIAMES (“Dynamic InterActive Manufacturing Execution System”).

CSM Systems AG обладает уникальным опытом в разработке, интеграции и эксплуатации комплексных MES решений для многих отраслей и типов производственных предприятий, таких как автопром, машиностроение, производство проводной и кабельной продукции, производство и сборка электронных компонентов, производство продуктов питания и бытовой химии, производство пластмасс, отливка дутьём и литье под давлением, металлургическое литье, формовка, резка, сборка и др.

В соответствии с международно-признанными стандартами MES технологий, такими как ISA-95 или VDI 5600, DIAMES собирает и управляет произ-

водственной информацией о каждом использовании производственных ресурсов, обеспечивает планирование работ, бесперебойность снабжения материалами и надлежащее их потребление в цехе. **Ваши офисы находятся в Швейцарии, Германии, в Южной Африке и других странах, почему Вы решили выйти на рынок в России?**

Р.Щ. Россия имеет большие перспективы в производственной сфере для отечественного, а также для мирового рынка в будущем.

В конце января 2011 года, Президент России Д. А.Медведев сказал во вступительной речи на Всемирном экономическом форуме в Давосе (Швейцария), что после лидерства в экспорте нефти и газа, Россия станет мировым лидером в промышленном производстве и будет экспортировать продукцию высокого технического уровня на мировой рынок.

Чтобы данное заявление стало реальностью, необходима модернизация российской промышленности – модернизация не на словах, а на деле. На сегодняшний день управление без современных ИТ не возможно. Это относится и к управлению производством. Поэтому, для модернизации и развития своего производственного потенциала, нашим предприятиям кроме хорошо интегрированных ERP (Enterprise Resource Planning) систем, в производстве необходимы

системы MES (Manufacturing Execution System), которые должны быть обязательным производственно-ориентированным ИТ компонентом управления.

MES технология должна стать ключевой технологической базой для внедрения производственных стандартов мирового класса для большинства Российских производителей, независимо от конкретной отрасли, используемого оборудования и образования рабочих на производстве. Кроме высокоразвитых в экономическом отношении стран, таких как Германия, США, Швейцария, CSM также успешно выполняет проекты внедрения DIAMES в технологически развивающихся странах, странах Южной Африки и в Латинской Америки, где низкий уровень образования работников.

Компания ИТ Концерн R-Про (www.r-p-c.ru) занимается консалтингом, системной интеграцией, внедрением ERP систем и оптимизацией бизнес-процессов. Специалисты Концерна нашли информацию о нашем продукте DIAMES в Интернете и связались с нами. Оценка потенциальных выгод от внедрения технологий MES, как составной части портфеля продуктов, предлагаемых R-Про, в начале апреля этого года стала основой нашего сотрудничества в части MES – бизнеса на Российском рынке.

Как Вы планируете предоставлять свои услуги в России?

Р.Щ. Совместно с R-Про, выступающим в качестве российского партнёра с его внутренними возможностями и ресурсами, CSM Systems AG будет, главным образом, поставлять компоненты DIAMES системы. На первых проектах компания CSM будет также поддерживать проекты внедрения у новых клиентов до ввода в эксплуатацию и при интеграции системы в существующую ИТ среду клиента. Поддержку будет осуществлять R-Про.

С помощью интернет-инструментов, CSM

также может обеспечить он-лайн поддержку в случаях сложных технических задач и проблем, возникающих у клиентов.

С интенсивным курсом обучения “DIAMES on the job”, специалисты R-Про получают знания и опыт работы с технологией DIAMES, который будет применён в последующих проектах. Делается это для того, чтобы компания R-Про смогла стать независимой от CSM Systems AG при внедрении, вводе в эксплуатацию, настройке и технической поддержке DIAMES для всех российских клиентов.

Видите ли Вы Россию перспективным регионом для продвижения своих услуг?

Р.Щ. Да – Россия очень перспективный для нас регион. Имея представление о глобальных технических тенденциях, я считаю, что у России есть большая перспектива и возможность производства высокотехнологических продуктов на мировом рынке, а не только продажа/экспорт сырьевых ресурсов по достаточно низкой стоимости. Россия, имея хорошую систему образования, должна быть в состоянии создать достаточные человеческие ресурсы для обеспечения и поддержки производства на уровне мировых стандартов. Поэтому мы надеемся на прогрессивное развитие промышленного комплекса России. И если оно будет таковым, то будет и спрос на нашу систему. В перспективе мы планируем открытие, совместно с компанией R-Про, нашего официального представительства в России и учебного центра для клиентов. Для работы учебного центра нам интересно привлечь к сотрудничеству Швейцарские и Российские университеты для создания совместной учебной программы для обучающихся – чтобы это было и теоретическое и практическое обучение.

Каковы основные преимущества Вашей системы Diames, которые она даёт Клиенту?

Р.Щ. Если говорить о преимуществах MES технологиях вообще – то можно обратиться к информации Международной Ассоциации MESA:

Современные MES системы обеспечивают:

1. Управление производственными мощностями
2. Производственное планирование
3. Обеспечение персонала и оборудования информацией, необходимой для начала процесса производства
4. Сбор информации, связанной с производством от:

- Систем автоматизации производственного процесса
- Датчиков
- Оборудования
- Персонала
- Программных систем

5. Установление связей между персоналом и оборудованием в рамках производства
6. Установление связей между производством и поставщиками, потребителями, инженерным отделом, отделом продаж и менеджментом
7. Отслеживание и контроль параметров производственных процессов и качества выпускаемой продукции и др.

Система DIAMES с проактивной возможностью удваивает преимущества! Ведь такая система позволяет в он-лайн режиме реагировать на возникающие отклонения:

- по выполнению работ – от плановых заданий
- по требованиям по номенклатуре производства
- по изменениям компонентов, сырья и полуфабрикатов, применяемых в процессе производства
- по изменениям спецификации продуктов
- по изменениям доступности персонала и производственных мощностей и пр.

Пользователи программы DIAMES улучшили производительность производства более чем на 30% на основе использования тех же ресурсов. Кроме сокращения брака, компаниям также удалось значительно уменьшить производственное время на за-

каз за счёт оптимизации рабочего времени, что позволило сохранить или сократить скорость обработки производственного заказа, снизить объемы незавершенного производства, сократить накладные расходы.

Экономические данные о внедрении программы DIAMES от клиентов, подтверждают, что внедрение системы обеспечивает значения ROI в 35% или даже больше, за очень короткий период работы.

MES системы очень необходимы в случае низкого уровня данных по производственному заказу: DIAMES защищает компанию от возможных “растягиваний” производственных работ. Система делает совершенно «прозрачной» для управления всю информацию о неправильно используемых производственных мощностях и помогает свести к минимуму затраты на персонал-особенно в критических производственных ситуациях; повышает эффективность и производительность производства.

Чем еще отличается DIAMES от других MES-систем?

Р.Щ. Некоторые, предлагаемые в настоящее время, MES системы являются системами с устаревшим интерфейсом и в классическом варианте являются средством сбора информации о цеховых задачах и станках – только в новой аббревиатуре. Некоторые из них до сих пор без он-лайн связи ERP. Некоторые из систем в нашем понимании являются только MAS (Система Производственного Администрирования) системами. Это означает, что эти системы являются системами сбора производственных данных, визуализируют эти данные и подготавливают отчеты о производстве для системы ERP – как это определено в ISA-95 стандарте.

Уникальность DIAMES заключается в том, что кроме того, что соответствуя стандартам ISA-95 и VDI-5600, эта система обладает проактивной возможностью управления производством. DIAMES оперативно

оповещает соответствующих ответственных работников о состоянии производства, возникших проблемах, чтобы они смогли максимально эффективно и оперативно исправить критические сбои (отклонения). Это особенно важно потому что сводит к минимуму «потери» доступных и в настоящее время необходимых производственных мощностей и ресурсов.

Касательно совершенно нового стратегического подхода, так называемого “Green MES”, CSM Systems AG поможет клиентам – пользователям DIAMES системы – более активно и эффективно решать аспекты, связанные с качеством продукции, безопасностью, эргономикой и экологической чистотой производственных процессов.

Для каких типов и масштабов производств применима DIAMES система?

Р.Щ. DIAMES как универсальная MES платформа была разработана для многих отраслей обрабатывающей промышленности. Отрасль может быть непрерывной и / или дискретной. Управление технологическими процессами – автоматизированное (с использованием АСУТП) и / или «ручное». Каждый завод может быть как одного типа, так и смешанного типа производства, равно как и по виду управления процессами.

DIAMES способна работать для одного завода или же для множества территориально разнесенных производственных единиц. Если говорить о масштабах производства, то DIAMES сервер может обрабатывать производственную систему с количеством станков не более 31 для платформы на базе Windows или до 240 станков – на платформе IBM AIX Power.

При большем количестве станков используется многозвенная серверная архитектура.

CSM Systems AG имеет многолетний опыт во многих отраслях промышленности на предприятиях разного размера и мы хотели бы поделиться этим опытом.

Вы примите участие в Заседании «Инженерного Клуба», посвященное обсуждению темы: «MES-системы – фокусное решение в проектах модернизации промышленных предприятий». Что Вы ожидаете от данного мероприятия?

Р.Щ. Во-первых, на Заседании «Инженерного Клуба» на тему: «MES-системы – фокусное решение в проектах модернизации промышленных предприятий» мы сделали официальное объявление о приходе DIAMES на рынок России, стран СНГ и Балтии – ведь мы уже реализовали русскоязычную версию системы, локализованную под российские стандарты и готовы осуществлять ее поставку.

Также от конференции я получил лучшее представление о российских промышленных предприятиях и их потребностях в управлении производством, в частности, получить информацию по конкретным потребностям потенциальных клиентов системы DIAMES.

Также я продемонстрировал систему и получил отзывы о ней. У меня есть интерес в обсуждении нашей системы и получении информации о специфических требованиях потенциальных клиентов системы DIAMES, для того, чтобы быть в состоянии предложить вместе с R-Про “индивидуальное” решение на базе стандартных компонент MES, чтобы максимально эффективно соответствовать потребностям сегодняшнего дня, так и иметь возможность для технического развития завтра.

Спасибо!

© Инженерный Клуб
© 12NEWS

ЛУЧШИЙ ОПЫТ

Новые возможности автоматизации производства строительных материалов

Чем могут ответить предприятия промышленности строительных материалов на вызов, брошенный новыми экономическими условиями. В своей статье Александр Вепринцев (компания «Институт типовых решений – Производство», г.Москва) рассматривает особенности оптимизации производственной деятельности предприятий отрасли опираясь на возможности отраслевого решения «1С:Производство строительных материалов».

У рынка строительных материалов существуют свои риски, большинство из которых связано с тем, что производство материалов напрямую зависит от активности строительной отрасли в целом, которая реагирует не только на локальные, но и на глобальные экономические факторы. Негативные результаты экономического кризиса и последовавшей за ним стагнации сказались на подавляющем большинстве отраслей и особенно сильно коснулась предприятий сферы строительства.

Когда в подобных условиях предприятие планирует автоматизацию, то к внедряемой системе предъявляются очевидные требования: для того, чтобы процесс запуска решения в эксплуатацию проходил максимально быстро и безболезненно, продукт должен полностью соответствовать отраслевым особенностям бизнес-процессов.

Несмотря на то, что платформенные системы класса «1С:Предприятие» обладают высокой гибкостью настроек под специфику заказчика, это, тем не менее, требует времени и ресурсов. И в таком случае типовое решение для отрасли производства строительных материалов может стать оптимальным выбором.

С учетом потребностей рынка, фирма «1С» и ее партнеры предлагают программный продукт - **«1С:Предприятие 8. Производство строительных материалов»** - совместную разработку фирмы «1С» и компании ИТРП на базе решения «1С:Управление производственным предприятием». Данный отраслевой программный продукт специально адаптирован к осо-

бенностям управления и учета на предприятиях промышленности строительных материалов и нацелен на оптимизацию процесса управления, что особенно актуально в условиях кризиса.

Особенности автоматизации бизнес-процессов производства строительных материалов

Принципы управления любым производственным предприятием в целом сходны, однако производство строительных материалов отличается рядом особенностей, характерных именно для этой отрасли. «1С:Предприятие 8. Производство строительных материалов» ориентировано в первую очередь на предприятия, занимающиеся производством железобетонных изделий (ЖБИ), различных строительных смесей, керамической продукции (кирпича, черепицы, облицовочной плитки, декора и т.д).

На предприятиях этой отрасли нормирование и отнесение расходов на производство продукции имеет такую особенность, как наличие большого количества позиций номенклатуры с идентичными нормами расхода материальных и нематериальных ресурсов. Расширение отраслевой функциональности заключается в развитии алгоритмов ведения норм расходов нематериальных ресурсов на продукцию (энергия для обжига керамики, производственные площади для формовки и сушки ЖБИ и т.д), гибкого распределения материалов на выпуск, что означает автоматическое заполнение документов распределения затрат в соответ-

ствии с нормами, введенными в систему. Это особенно актуально при наличии достаточно большого списка номенклатуры. Оптимизация нормирования и отнесения расходов на производство важна для предприятий, функционирующих в условиях кризиса, поскольку благодаря этим функциональным возможностям сокращаются затраты на ведение учета.

Следующим конкурентным преимуществом производителя строительных материалов может быть повышение оперативности и достоверности производственного учета. Для этого типовое решение поддерживает возможность регистрации производственных операций и выпуска непосредственно на рабочих участках. При этом сменный мастер может вносить технологические параметры смены, с учетом отраслевой специфики производственного процесса. Для оптимизации выполнения этих задач в системе предусмотрены специальные меры - формы диалогов имеют упрощенный вид, заполнение многих реквизитов выполняется автоматически. Кроме того, состав данных, которые доступны для ввода в конкретный документ оперативного учета, ограничен контекстом документа. Например, в документ, фиксирующий выпуск продукции, можно подобрать только ту продукцию, которая выпускается в данном цехе, при этом можно указать расход только того сырья, которое содержится в спецификации. При указании состава смены можно ограничить список только теми сотрудниками, график работы которых, совпадает с текущей сменой, и т.д. Простота форм ввода данных позволяет избежать затрат на длительное обучение персонала.

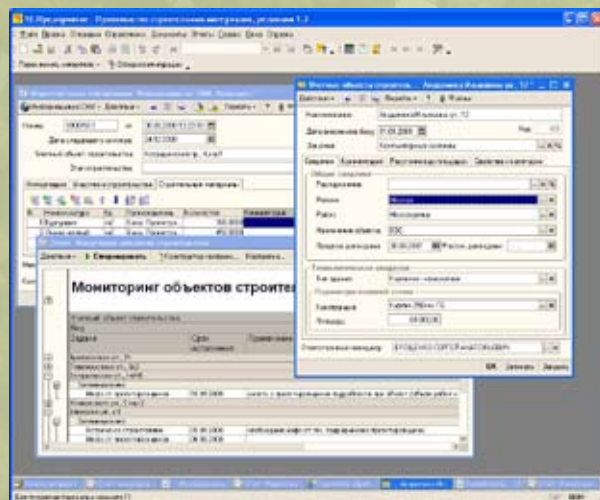
На основании документов оперативного производственного учета в системе формируются отчеты о выпуске полуфабрикатов, готовой продукции, о технологических параметрах производства, отчеты по расходу сырья на производство и др. В результате этого сроки закрытия месяца, расчета себестоимости, формирования регламентированной и управленческой отчетности значительно сокращаются, что позволяет в условиях кризиса постоянно «держать руку на пульсе» производственного процесса для принятия корректных решений.

Специфика бизнес-процессов сбыта готовой продукции предприятия, производящего

и реализующего стеновые материалы, и производящего и реализующих керамическую плитку, бордюры, декоры - различна. Однако рассматриваемое отраслевое решение учитывает специфику обоих видов продаж (задачи резервирования, планирование вывоза клиентами продукции и диспетчеризация отгрузок, комплектация продукции и т.д.).

Наряду с вышеперечисленными особенностями, решение охватывает основные контуры управления и учета, позволяя организовать единую систему управления производством, запасами, продажами, закупками, финансовыми ресурсами и персоналом. Внедрение системы в период стагнации, когда большая часть производств бездействует или выполняет минимальные заказы, позволит предприятию быстро и с минимальными затратами получить действующее решение, полностью адаптированное к отраслевым особенностям и ориентированное на снижение текущих издержек и общее повышение эффективности бизнес-процессов. Таким образом, будет осуществлена подготовка к активным действиям в тот момент, когда экономика вновь начнет демонстрировать положительную динамику.

Подсистема маркетинга: анализ рынка потребителей стройматериалов





Практические результаты внедрения

Для оценки практических результатов внедрения показателен опыт ОАО «Кудиновский комбинат», где уже введено в промышленную эксплуатацию решение «1С:Предприятие 8. Производство строительных материалов». До внедрения тиражного отраслевого решения «1С:Производство строительных материалов» на комбинате использовалось несколько учетных программ на платформе «1С:Предприятие 7.7» и собственные разработки для учета расхода материалов на выпуск продукции. Основные проблемы функционирования систем были связаны с разобщенностью учета, что приводило к излишним, непроизводительным трудозатратам персонала и становилось причиной возникновения ошибок. Также на предприятии существовал ряд особенностей учета сырья и производственного брака, которые необходимо было учесть при настройке системы.

По отзыву, предоставленному А.А. Корсаковым, главным бухгалтером ОАО «Кудиновский комбинат», система обеспечивает ведение более гибкого учета сырья, благодаря настройкам создания и управления спецификациями процессов, которые позволяют регулировать потребление сырья в зависимости от параметров процессов, качества исходного сырья, требований к готовой продукции. Комбинат смог полностью отказаться от использования ряда дополнительных программных решений, тем самым сократив затраты на ИТ-сопровождение.

В настоящее время решение «1С:Предприятие 8.

Производство строительных материалов» внедряется на ряде предприятий отрасли. Среди реализуемых проектов можно назвать внедрения в немецком концерне Heidelberg Cement, компании «Юником-Строй», ООО «ЖБИ Треста Мособлстрой №6» и другие.

Данные проекты имеют ряд общих черт, обусловленных в значимой степени и экономическими условиями, в которых они реализуются. Заказчики были заинтересованы в оперативной настройке и запуске информационной системы, способной интегрировать и централизовать информацию по всем основным бизнес-процессам предприятия. Выбранное решение должно внести свой вклад в снижение текущих издержек из-за неучтенных и неконтролируемых действия персонала, ошибок в логистической работе. Также важными решаемыми задачами являются вопросы финансового учета, задачи планирования, бюджетирования и осуществления сметных расчетов.

Внедрение «1С:Предприятие 8. Производство строительных материалов» позволит перечисленным выше предприятиям уйти от применения нескольких разрозненных программных продуктов, выполняющих отдельные контрольные функции и требующих больших усилий по поддержке, вводу информации и переносу данных из системы в систему, исправлению ошибок. А закономерным результатом автоматизации становится сокращение непродуктивных издержек и направление ресурсов именно на те направления, которые в настоящее время оказываются более рентабельны.

Некоторые вопросы обмена информацией между центральным офисом и магазинами при реализации дисконтной системы сети магазинов

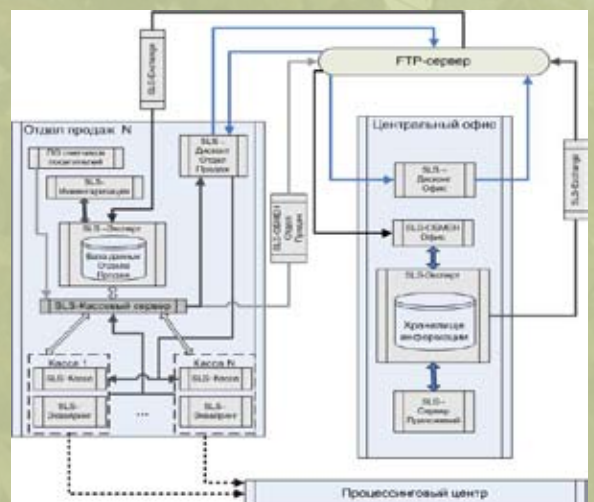
Все понимают, что дисконтная система – это один из наиболее сильных маркетинговых инструментов не только формирования лояльных покупателей, но и сбора информации о своих покупателях с целью ее дальнейшей обработки и реализации маркетинговых стратегий. Именно поэтому каждая розничная сеть уделяет огромное внимание внедрению дисконтной системы. Общий набор функций дисконтной системы приблизительно всем понятен, поэтому в этой статье в первую очередь будут рассматриваться вопросы реализации дисконтной системы «изнутри» и, в частности, вопросы реализации обмена информацией между центральным офисом компании и магазинами. Какие же общие вопросы возникают в этой части:

- *Дисконтная карта должна работать во всех магазинах сети*, при этом информация о скидке должна быть актуальна. Т.е. если покупатель совершает покупку в каком-либо магазине, то в течение ограниченного времени во всех остальных магазинах должна быть обновлена информация о покупках по данной конкретной карте;
- *Каналы связи (интернет) между офисом и магазинами могут иметь очень разное качество, в том числе может и не быть постоянного канала связи*. При этом нужно выстроить систему обмена информации таким образом, чтобы гарантировать, что новая информация из каждого магазина дошла до всех «адресатов», а по существующей информации не было дублирования. Т.е. решить

вопросы верификации данных при обмене.

Итак, предположим, что полная информация о покупателях хранится в БД дисконтной системы Центрального офиса. В каждом магазине распределенной сети регулярно обновляется и хранится только информация, необходимая для расчета скидки покупателю (одинаковой, в какой бы магазин сети он ни пришел), и рассылки информации покупателям о проводимых рекламных акциях, а также накапливаются покупки, сделанные покупателем в рассматриваемом магазине.

Также, будем считать, что Центральный офис является «мозговым центром» всей системы, т.е. вся информация обрабатывается в Центральном офисе, решения о скидках, акциях и т.д. принимаются в Центральном офисе и далее, в виде поручений направляются в магазины сети.



В магазинах покупатели заполняют анкету и получают карточку с персональным штрих-кодом. Новые анкеты, заполненные покупателями, с присвоенными покупателям штрих-кодами ежедневно в конце рабочего дня передаются (по факсу, письмом и пр.) в Центральный офис. В магазине, выдавшем карточку, покупка покупателя, получившего карточку, автоматически заносится в базу данных (БД) дисконтной системы магазина. При этом в БД формируется карточка нового клиента, в которой заполнен штрих-код и занесена сделанная покупка. В центральном офисе оператор либо оформляет новую карточку покупателя в базе данных (БД) дисконтной системы и заносит в карточку покупателя информацию из анкеты и присвоенный покупателю штрих-код, либо в карточку, пришедшую из магазина, заносит анкетные данные покупателя.

В БД центрального офиса подготавливается и вводится в действие таблица скидок, предоставляемых покупателям сети в зависимости от суммы покупок (в рублях), совершенных покупателем в магазинах сети.

Ежедневно после сбора и обработки информации от всех магазинов центральный офис готовит файл обновлений для каждого магазина. В файл обновлений попадает информация о новых покупателях, изменения в информации уже имеющихся покупателей, таблица скидок. Таким образом, новая информация по покупателям (новая карточка, новая общая сумма покупок и пр.) подготавливается для магазинов сети

в течение одного дня после свершения самого события (выдачи карточки с штрих-кодом, совершения новой покупки и пр.). И покупатель может воспользоваться полученной карточкой с штрих-кодом, или новой скидкой не раньше, чем через один день после совершения покупки.

Считается, что для каждого магазина сети есть список покупателей, за которых магазин «отвечает». Это означает, что при проведении маркетинговых акций этим магазином магазин должен связаться с покупателями, находящимися в его зоне ответственности, и проинформировать покупателей о проводящихся маркетинговых акциях. По покупателям, за которых магазин «отвечает», в магазин передается не только штрих-код и сумма покупок, но еще контактная информация.

Дисконтная система в магазине готовит для касс файл, определяющий текущую скидку для каждого покупателя. Когда покупатель совершает покупку в магазине сети и предъявляет на кассе свою карточку покупателя, кассовая программа отыскивает в файле по штрих-коду покупателя и соответствующую ему скидку. Если покупатель не найден, скидка не предоставляется, однако информация о покупке по карточке заносится в БД дисконтной системы магазина. В дальнейшем эта информация передается в Центральный офис, где оператор должен принять решение, будет ли эта карточка признана недействительной, и по ней покупатели обслуживаться не будут, либо необходимо карточку с неправильно читающимся кодом заменить на новую, либо что-либо еще. Соответствующие отметки делаются в БД дисконтной системы.

Периодически дисконтная система магазина считывает новую информацию о покупках из файлов, созданных кассами, и записывает эту информацию в БД дисконтной системы.

В конце рабочего дня (по времени магазина) дисконтная система магазина готовит файл со всеми покупателями, имеющими штрих-код, совершившими покупки с момента последней успешной отсылки информации в центральный офис. По каждому покупателю передается вся информация по чекам, пробитым для этого покупателя за рассматриваемый период. Подготовленный файл записывается по адре-



су файла экспорта, описанному в настройках системы. Если для записи такого файла необходимо активировать канал связи с удаленным ресурсом, то дисконтная система инициирует процесс подключения к этому ресурсу.

В конце рабочего дня (по времени центрального офиса) дисконтная система центрального офиса опрашивает все файлы импорта от магазинов (описанные в настройках системы) и считывает в БД дисконтной системы центрального офиса всю полученную новую информацию из магазинов о покупках, совершенных покупателями сети.

После успешного завершения импорта информации дисконтная система центрального офиса пересчитывает общие суммы покупок, совершенных покупателями, и рассчитывает новые значения скидок для покупателей.

Дисконтная система подготавливает файлы для всех магазинов сети с новой информацией. Каждый файл записывается по адресу, указанному для файла экспорта для каждого магазина в настройках системы. Если для записи файлов необходимо активировать канал связи с удаленным ресурсом, дисконтная система инициирует процесс подключения к этому ресурсу.

В начале рабочего дня (по местному времени) дисконтная система магазина считывает информацию из файла, подготовленного центральным офисом. Файл ищется по адресу, указанному в качестве файла импорта в настройках системы магазина.

и т.д.

Обмен данными между центральным офисом и каждым магазином проводится через два файла обмена: в один файл система записывает экспортируемую информацию, из другого считывает информацию, записанную второй системой. Данные об именах и месте расположения файлов на дисках компьютеров вносятся в параметры настройки систем, функционирующих в магазинах, и в справочник магазинов (по каждому магазину своя пара файлов), который ведется систе-

мой в центральном офисе. В каждой системе реализуются функции обмена информацией между системами. Эти функции вызываются операторами через меню каждой системы.

Каждая система отвечает за подготовку и запись, а также за чтение информации только на своей стороне. Для того, чтобы подготовленная одной системой информация попала в БД другой системы, в той системе также необходимо выполнить функцию «Импорт информации».

Схема обмена реализуется в предположении, что между компьютерами в центральном офисе и в магазине не существует прямой связи. Предлагается использовать протокол обмена файлами FTP и компьютер-посредник – FTP-сервер, к которому должны иметь доступ компьютеры в центральном офисе и в каждом магазине. При обмене данными каждая система будет считывать подготовленный для нее другой стороной файл обмена для чтения с FTP-сервера и записывать на него файл обмена для записи. В параметрах настройки всех систем сети задаются имя FTP-сервера, номер порта для связи с ним, имя пользователя и его пароль для доступа к FTP-серверу. При работе функции обмена данными в дисконтной системе программа выполняет команду записи или чтения информации с FTP-сервера.

Схема обмена также предполагает файловый обмен данными. Подготовленный файл может передаваться посредством внешнего электронного носителя или пересылаться по электронной почте. При обмене данными каждая система будет считывать подготовленный для нее другой стороной файл обмена и записывать новый файл.

Предложенная в статье схема обмена реализована в рамках систем **SLS-Дисконт-Офис** и **SLS-Дисконт-Магазин**.



В заключение, для развития кругозора и понимания нынешних тенденций, мы решили опубликовать одну из статей Алексея Иванова из цикла исторических очерков «Уральская матрица».

ГРАНИЦА ПРЕОБРАЖЕНИЯ

В 1829 году знаменитый натуралист Александр фон Гумбольдт после серии измерений и вычислений провозгласил: водораздельная линия Уральского хребта – это граница Европы и Азии. *«Ура! – закричала учёная Россия. – Нашли! Наконец-то!»* Мало кто вспомнил, что об этом же самом век назад уже сказал Татищев. Но кто будет слушать Татищева, русского? *«Произведите меня в немцы»*, – просил, кажется, Ломоносов.

Граница Европы и Азии почти незаметна, и всё же это не умозрительная черта, вроде Гринвичского меридиана. Разница есть, пусть даже неспециалисту её и не различить.

Уральский хребет – это линия, по которой тектоническая плита Европы «налезла» на тектоническую плиту Азии. Поэтому западный склон Урала относительно пологий, а восточный – относительно обрывистый. Малые меридиональные хребты Урала – это смятые в «гармошку» края европейской и азиатской материковых плит. И этот геологический удар имеет «феномен преобразования». Вывернутые наизнанку недра земли вывалили на белый свет толщи пестроцветных глин с костями древних звероящеров. По красным глинам в 1841 году английский геолог Родерик Мэрчисон открыл на Урале Пермский геологический период. Почему именно на Урале? Потому что только здесь «культурная матрица» позволила сойтись уму и артефакту, как Европе и Азии. Урал – место встречи, граница преобразования. И геологическая история Земли была «преобразена» Мэрчисоном, едва он попал в эту загадочную зону невероятного – на Урал.

Урал всегда – место встречи. Встречи Европы и Азии; Руси и Сибири; христианства, мусульманства и язычества; славян, тюрков и финно-угров. И зона этой встречи – зона преобразования. Появления чего-то нового – третьего, получившегося из первых двух. (Как в познании, где самые важные открытия делаются на стыках наук.) Такова «культурная матрица» Урала.

В уральских чащобах в XVII веке встретились беглые раскольники и местные язычники. Раскольникам нужна была «свежая кровь», и они крестили инородцев в свою веру. Что дала эта встреча? Не только выживание микроколлективов, а преобразование культа. Инородцы внесли в верования раскольников свои представления о поклонении божеству, и в раскольниковых храмах появились идолы Христа – Пермская деревянная скульптура. Это был откровенный вызов православию, где запрещено изображение святых в круглой скульптуре. Но церковь ничего не смогла поделать с этим новым явлением. В конце концов, церковь разрешила Пермской епархии иметь в храмах такие святыни. А сидящие «Христы в темницах» оказались настолько значимы и выразительны, что в 1974 году, пока в Москве демонстрировали «Мону Лизу», в Лувре залогом сидели четыре пермских Иисуса. Вот тебе и «код да Винчи».

Что Урал – «место встречи», многие народы поняли уже очень давно. В X-XIII веках на Каме и Волге расцвело государство Волжская Булгария. Древнерусские князья отлично знали болгарские города Бряхимов (столица Булгарии, он же «город Ибрагима», город Булгар), Биляр, Сувар, Джукетау (по-русски – Жукотин). На месте болгарского Казана теперь татарская Казань, на месте Ала-Буги – Елабуга. Булгары торговали с сибиряками, выменивали меха. Соваться в Сибирь, в страшную страну «яджуджей и маджуджей», они не рисковали. Они построили на Урале четыре города-фактории: Афкул, Чулман, Ибыр и Сибирь. Сюда приходили местные торговцы и выменивали здесь песцов и соболей на персидское серебро. На Ближнем Востоке воцарился ислам и запретил изображение людей и животных. Вот и поехали на Урал серебряные кубки и блюда, покрытые чеканными изображениями. А уральские шаманы нашли, куда приспособить посуду шахов.

Солнце финно-угров на рогах нёс по небу Великий Лось. Земля для него была скверна, и он не мог на неё ступить. На камланиях шаманы раскладывали по земле серебряные блю-

да - по четыре, под каждое копыто Великого Лося. На блюда высыпали подношения богам – в том числе и самоцветы. От персидских блюд стало серебряным копытце оленя из сказа Бажова. Этот олешек – переосмысленный русскими Великий Лось. И снова на Урале, на «месте встречи», является феномен преобразования. Булгарская торговля и уральское шаманство порождают новое и неожиданное, совершенно самобытное явление – сказки русских горняков.

Для людей, живущих на «месте встречи», дороги всегда имеют обострённую значимость. На чём взвилась народная любовь к Юрию Трутневу, главному «Петровичу» Пермского края? На том, что Трутнев занялся дорогами. Вечный сюжет наших СМИ – колдобины федеральной трассы Пермь-Екатеринбург. Для уральцев дороги важнее даже огородов и дач.

Не случайно «последним героем» уральской «эпохи титанов» стал не воин, а землепроходец. Соликамский житель Артемий Бабинов подкараулил вогулов у священной Чаньвинской пещеры и по следам их каравана проложил дорогу в Сибирь. В 1596 году Бабиновскую дорогу объявили Государевой. Был город Соликамск на Каме и были вогулы на реке Туре, а в сумме, встретившись, они дали не только дорогу, но и «сверхприбыль», бонус, носителя нового смысла – народного героя-землепроходца, уральского Микулу Селяниновича.

На перекрёстке Волжско-Камской речной дороги и Сибирского тракта маленький посёлок Егошиха раздулся до масштабов столицы гигантской губернии. На старинном перекрёстке расцвела Ирбитская слобода со своей ярмаркой – второй по значимости в России. Здесь Россия встречалась с Азией и Востоком: торговала, плутовала, глядела глаза в глаза.

Гражданская война на Урале носила «эшелонный» характер – по железным дорогам, среди гор, под прикрытием бронепоездов наступали белые и красные, китайские отряды и чешские легионеры. Да и сами железные дороги – Горнозаводская, Самаро-Златоустовская, Главная – были не просто событиями в истории края, а ключами к развитию территорий. Когда уральская промышленность впала в кому, по железным дорогам в 1899 году покатился спецвагон с экспедицией Менделеева, которая должна была поставить горным заводам диагноз и назначить лекарства. В конце концов, даже царская семья была расстреляна в доме железнодорожного инженера Ипатьева. Хотя к дорогам эта история не имеет отношения – и тем не менее...

...Народ двигался из северного Причерноморья куда-то на восток. Путь длился многие годы. Но вот остановились огромные деревянные колёса повозок, скрипнув последний раз. Волы потянулись к сочной траве. Женщины, шедшие пешком, спускали с рук детей, выводили из повозок стариков. Конные воины с высоты сёдел ещё тревожно оглядывали неизвестные просторы, но всем уже стало ясно, что они, великие арии, пришли. Конечно, это ещё не конец Исхода, но искать Земли Обетованные пойдут только следующие поколения...

И вовсе они не походили на Штирлица, а были смуглые и черноволосые. Они поклонялись солнцу и воде. Они чтили огонь, изображая его в виде свастики. У них был культ равенства и суровой простоты – женщины даже не знали украшений. Четыре тысячи лет назад арии пришли на южный Урал, в челябинские степи. Построили города и прожили здесь лет 50-100. А потом почему-то внезапно всё сожгли и ушли дальше. На Урале остались только могильники, заброшенные рудники и заросшие ковылём руины крепостей. Павел Глоба сказал, что Заратустра, пророк древних ариев, родился на мысе Стрелка – там, где Чусовая впадает в Каму.

Своё летоисчисление зороастрийцы, последователи Заратусты, ведут по календарю «фасли» с 1738 года до нашей эры. В том году царь Виштаспа в древнем Иране принял зороастризм от самого Заратустры. Ну, а Заратустра создал своё учение, упорядочив воззрения древних ариев. Он расставил по местам их богов, разделил всё сущее на добро и зло и написал гимны «гаты», которые составили древнейшую часть книги Ясны, – одной из четырёх книг Авесты.

Никто не скажет точно, когда родился Заратустра. Историки называют разные даты с диапазоном больше тысячелетия – с XVIII по VI века до нашей эры. Никто не скажет точно, где родился Заратустра. Предание утверждает, что «на слиянии двух великих рек». Никто не скажет точно, на какой территории впервые появился зороастризм. Называют и Восточную Европу, и Южный Урал, и Афганистан, и Иран. Никто ничего не скажет точно, кроме Павла Глобы.

Первый город ариев, Аркаим, обнаружил челябинский археолог Геннадий Зданович в 1987 году – и стал Шлиманом XX века. Зданович нашёл Аркаим, когда обследовал долину, предназначенную для затопления колхозным водохранилищем. Аркаим – словно гигантское тележное колесо, или даже колесо Зодиака, скатившееся с небосвода. По сути, весь город был единым круглым зданием-крепостью, в котором жило около двух тысяч человек. Сейчас археологи отыска-

ли уже 21 город ариев: Синташту, Чекотай, Берсуат, Исинея, Журумбай... Всех вместе, их называют Страной Городов. Может быть, в эту Страну Городов с устья Чусовой, действительно, пришёл Заратустра и объявил здесь своё пророчество, которое преобразило народ. Так говорил Павел Глоба. А «перереформатированные» Заратустрой арии обрели цель и тотчас снялись с места.

Но мало ли, что говорил Глоба. Дело не в том, где и когда родился Заратустра. Хотя мыс Стрелка – действительно, «место силы». Здесь в 1240 году объединённые войска уральцев разбили монголо-татар. Здесь в 1919 году полыхал гигантский пожар, в котором колчаковцы, спустив в Чусовую нефть, сожгли весь Камский флот. Но дело, повторимся, не в Заратустре. Дело в том, что слова Павла Глобы (наверное, неожиданно и для самого Глобы) очень точно попали в уральскую «культурную матрицу». Мгновенно всосались в сознание уральцев, как вода в песок. И тотчас стали мифом о том, что мыс Стрелка – родина Заратустры.

Стараниями Здановича и его единомышленников Аркаим с 1991 года стал заповедником. И сюда повалили разные эзотерики и экстрасенсы. На центральной точке городища археологи даже положили для них камень – чтобы эти паломники, отыскивая центр Аркаима самостоятельно, не вытоптали Аркаим, как табун. А на въезде на территорию заповедника эзотерики облюбовали сопку Огненную – базальтовый купол древнего вулкана. Они переименовали сопку в гору Шаманку (хотя у зороастрийцев и ариев не было шаманов), из бульжников выложили на вершине магические круги и спирали, и теперь проводят там свои доморощенные обряды. Входят в контакт с астралом.

Этот контакт с астралом – профанация, потому что мистика Урала не в том, что Урал – некий «портал» в иные миры. Да и мистики-то нету. Есть «культурная матрица», «культурный код», который подчиняет себе и людей, и народы, и явления истории. При чём здесь астрал, при чём здесь Зодиак?..

«Уральская матрица» производит сверх-продукт: новые идеи, образы, смыслы. Она работает как плавильная печь. То, что попадает в неё, выходит совсем иным. А процесс плавления в этой печи начинается как цепная реакция: тогда, когда в печи Урала сходятся какие-либо разнородные явления. Словно сливаются два цвета, например, жёлтый и синий, – и появляется не жёлто-синий цвет, а зелёный: новый, третий. Словно медь соединяется с оловом, и получается не медно-оловянный сплав, а особый металл – бронза. Словно металл натрия соединяется с газом хлором, и образуется не химически-абстрактный хлорид натрия, а драгоценная и незаменимая соль – новый минерал.

Особенность преобразования в том, что получается не механическое смешение исходных элементов, а нечто новое и неожиданное, со своими неожиданными качествами. Имеющее сугубо уральское происхождение и сугубо уральский смысл. Как Серебряное копытце. Как «Христы в темницах». Как соль-«пермянка». Как Пермский период. Как Аркаим и Страна Городов, где «уральская матрица» породила новые смыслы если и не для древних ариев, то для нынешних эзотериков. Как Ермак.

Кто он был, Ермак Тимофеевич? Мы не знаем. История «бросила концы в воду». Кама подмыла Орёл-городок, из которого Ермак вышел в путь, и подмыла Искер – сибирскую столицу, где путь Ермака завершился. Ермак как из легенды выплыл с Волги на разбойничьем струге и, одетый в царскую кольчугу, ушёл в воды реки Вагай, как в легенду. Достоверно мы знаем лишь то, что соответствует «культурному коду» Урала.

В северной Сибири нет ни полей, ни степей. Одни леса да болота. Но именно здесь при Иване Грозном в последний раз сцепились в схватке Русь и Орда, мир пашен и мир пастбищ. Они делили последний «ничейный» ресурс – пушнину. «Мягкая рухлядь» была одной из главных валют эпохи. Из Сибири меха утекали в Европу, где конвертировались в золото конкистадоров. Кто и как повезёт пушнину королям Атлантики? Бухарские ханы будут отсылать караваны верблюдов или московские цари – санные обозы?

В борьбе за пушнину Грозный не полагался на уральских воевод – ленивы, трусливы... Грозный сделал ставку на солепромышленников Строгановых. Грозный подарил Строгановым гигантские земли по Каме. А Строгановы подмяли под себя важнейший перекрёсток речных дорог Урала – устье реки Чусовой, и перехватили пушной торг. Отряды Кучума преодолевали невысокий Урал и громили крепости конкурентов. Грозный же истребил всё своё войско в бесплодной войне с Ливонией и Строгановым мог помочь только вольностями. И Строгановы – «взяв суверенитета столько, сколько смогли проглотить» – сами решили «проблему Сибири». Они призвали с Волги вольных казаков атамана Ермака.

Ермак был разбойником. Строгановы пообещали ему наживу – лишь бы он разгромил Искер. Ермак перешёл Урал и разгромил Искер. Но не вернулся к Строгановым за платой, а остался в Сибири и послал посольство Ивану Грозному – «подарил» Сибирь царю. Вольный

разбойник вдруг стал принимать «шерт» - присягу от местных князьков. На кой чёрт она разбойнику? Или разбойник вдруг сделался «государственником»? История не даёт ответа. Она очистила образ Ермака от подробностей, чтобы явить народу эталон в его законченном виде. Но кое-что про Ермака можно понять и домыслить, зная об «уральской матрице».

Что-то случилось с Ермаком, с его душой, пока он пересекал Урал. Не «выход в астрал», как у эзотериков с горы Шаманки, а преобразование. Дружине Ермака было не до астрала, не до медитаций: казаки прорывались в Сибирь с боем. Жестоко дрались с татарами у Берёзовского и Караульного яров, у Бабасанских юрт. Штурмом брали Тарханный городок, Епанчин и Карачин городки, город Чинги-Туру (нынешнюю Тюмень). И вот на одном из привалов меж казаками началась ссора. Ведь казаки и были казаками, а не суровыми древнерусскими богатырями, что стерегут покой родной земли на половецких курганах. Яростный атаман Иван Кольцо стремился к главной сокровищнице Сибири – к Искеру. Осторожный атаман Никита Пан предлагал вернуться: поживились уже довольно. А Ермак молчал.

Без сомнения, он уже принял решение: идти на Искер. Если бы он принял решение отступить, то присоединился бы к Никите Пану. Но вот с решением идти на Искер он не мог присоединиться к Ивану Кольцо. И потому молчал, не вмешивался в ссору. Атаманы чуть не изрубили друг друга. «Казачье сидение» продолжалось 40 дней. И всё: впереди замерцал скорый ледостав, а значит, что вернуться за Урал дружина не успеет. Надо идти на татарскую столицу. «Либо в тёплую избу, либо в мёрзлую землю», - как в декабре 1918 года говорили красногвардейцы, в седьмой раз штурмуя завод Кын. Своим молчанием Ермак добился, что казаки двинулись на Искер по собственной воле. Двинулись, преодолев искушение бегством, искушение спасением. Так поступить мог лишь тот, кто для себя уже сделал выбор и знал: такой выбор нельзя навязывать, люди должны делать его самостоятельно, лишь от себя самих. Кто уже был преображён и потому понимал, как это происходит.

В лице Ермака Европа встретила Азию, и эта встреча преобразила Ермака. Не было больше рвача и разбойника. Не было наёмника. Был человек, переросший собственную шкуру. Человек, которого от статуса народного героя отделял только пока не совершённый подвиг. Но и подвиг ждал не за горами. Разбойник и наёмник, перейдя Урал, преобразился. И в долгой, безнадёжной, кровавой и великой обороне Искера родился герой последних русских былин.

Урал и сам преобразует себя. Ермак первым увидел Сибирь, словно Данила-мастер – Каменный цветок. И, как Данила-мастер, Ермак обрёл небывалый дар: превратился в демиурга. Подарив Ивану Грозному вторую половину его державы, Ермак преобразил Урал. До Ермака Урал был окраиной, границей – то есть, пределом русских владений. А через полвека после Ермака русские землепроходцы уже стояли на берегу Тихого океана.

Применительно к временам Ивана Грозного мы говорим «Русь». Это 1580-ые годы. А в 1612 году поляков изгоняли уже из России. Что было такого в истории нашего государства между Грозным-Годуновыми-Мининым-Пожарским, отчего Русь преобразилась в Россию? Убийство царевича Дмитрия? Появление Лжедмитриев? Позорная возня Семибоярщины? Это события не могли сделать Русь Россией. Россией Русь сделало присоединение Сибири. Урал – скрепа на этом соединении.

Русь началась в Киеве, а её преобразование в Россию началось на Урале. Это не «гумилёвщина», не «перетягивание одеяла на себя», не «СССР – родина слонов». Это факт, который, как ни странно, всегда остаётся в подсознании русской истории и не озвучивается. Видимо, потому что Москве слегка стыдно, что Россия начала рождаться не в Кремле, где Гришка Отрепьев миловался с Мариной Мнишек. Ментально Русь преобразилась в Россию на костромских болотах, где шёл Сусанин, и на волжских берегах Нижнего Новгорода, где собиралось ополчение. А географически - на Урале, где Ермак распахнул ворота в Сибирь. И в новой, свежей России Урал из окраины державы преобразился в самый что ни на есть центр – в становой хребет.

АЛЕКСЕЙ ИВАНОВ

Публикуется с разрешения автора

www.arkada-ivanov.ru/ru/Uralskajamatrix/



Урал, Природный парк «Река Чусовая»
ФОТО: Маринин Д.А.