

Входите, открыто!

Можно ли увидеть в российском ритейле открытое программное обеспечение? Выясняется, что потихоньку продукты open source проникают в корпоративный сектор, несмотря на инертность менеджеров. Причем есть основания полагать, что в ближайшее время ПО с открытым исходным кодом распространится на нашей территории еще больше из-за импортозамещения, поскольку отечественное программное обеспечение почти всегда open source.

АВТОР: Наталья Николаева



Еще недавно концепцию открытого ПО можно было смело считать чем-то вроде религии. Один из главных ее апологетов – Ричард Столлман – колесил по всему миру, проповедуя идею открытости и поясняя, чем свободный отличается от бесплатного. В родном языке «апостола» программной свободы было место для различий: по-английски свободный – free и бесплатный – free. «Free as a freedom (свободный от слова «свобода»), – объяснял Столлман. – Мы не говорим о цене». В 2011 году в московском конференц-зале гуру воздевал руки к потолку, говоря об ужасах проприетарного программного обеспечения и противопоставляя проприетарность открытости, а его русские фанаты в холле раздавали листовки, где употреблялись такие выражения, как «тиранические устройства» и «вредоносные программы». Роль силы зла в этой парадигме отводилась таким корпорациям-монстрам, как Microsoft и Apple, чьи приложения контролируют пользователей. Проповедники свободного ПО полагали, что все должно быть наоборот.

Сейчас все изменилось. И дело не в том, что религия по имени open source перестала существовать или люди разочаровались в открытости. Все началось с того, что пользователи упорно видели в слове free указание на бесплатность или по крайней мере дешевизну, как бы ни старался объяснить все Столлман. И в целом они не ошиблись. Стали появляться новости в духе «Мюнхен сэкономил 10 млн евро благодаря переходу на Linux» или «Во Франции общая стоимость владения компьютерным парком национальной жандармерии упала на 40% благодаря открытому ПО». Выглядит впечатляюще,

но линия развития явно отклоняется от того, о чем говорили отцы – основатели течения.

Вскоре ИТ-компании поняли, как можно не только сэкономить, но и заработать на свободном ПО. Софтверные гиганты – Google, Microsoft, Oracle и другие – обратили пристальное внимание на разработки открытых программ, приняли участие в общем деле, а также посчитали, что никто не может запретить добавлять в ПО с открытым исходным кодом закрытые участки собственной работы. Разработанные на базе open source программы становились вполне себе коммерческим продуктом, с которым компания могла делать все что душа пожелает.

Вместе с изменением парадигмы свободного программного обеспечения менялось и отношение пользователей к нему. Вначале open source казался интересной игрушкой и любимым хобби для отдельных увлеченных профессионалов из сферы ИТ. Из плюсов подобных программ называли качество и гибкость, открытость и безопасность – ведь код правили целые сообщества разработчиков по всему миру, ошибки каждого были на виду, и все (по идее), дорожа своей репутацией, старались их не допускать или быстро исправлять. Уязвимости искали и ищут. На деле подобное ПО для обычного юзера выглядело как набор разрозненных функций с непонятным интерфейсом. Корпоративный сектор – даже самые маленькие компании – и вовсе боялись смотреть в эту сторону. «Для коммерции в первую очередь важен результат, инструмент вторичен, – говорит Максим Андрианов, руководитель отдела продаж бизнес-решений и заказной разработки компании Softline. – А у open source есть ряд недостатков, например, слабая референтная база. Как правило,

в данной отрасли заказчики сразу же уточняют опыт внедрения подобного решения. И для открытого ПО такой список короткий. По этой причине заказчики не доверяют основные бизнес-процессы данным продуктам. С другой стороны, неключевые процессы, небольшие задачи могут быть реализованы и на open source».

Как поясняет Иван Шумовский, руководитель направления инфраструктурных решений компании «КРОК», open source не всегда содержит те функции, которые необходимы корпоративным заказчикам. В сообществах разработчиков чаще всего нет маркетологов, которые системно изучают потребности пользователей, формируют бренд продукта. Поэтому сообщество разрабатывает функционал по своему усмотрению. Это, как правило, ИТ-специалисты, у которых взгляд на ПО авторский, и этот авторский взгляд может существенно отличаться от мнения обывателей. Поэтому продукты open source редко используются в начальном виде, но на их основе можно разработать конкурентоспособные решения. Однако делать это должен либо сам заказчик (если у него есть собственная мощная ИТ-команда), либо локальные разработчики и системные интеграторы.

Также мешает внедрению решений open source консервативность и инертность менеджеров компаний. «Иногда у заказчика бывают и внутренние причины, о которых мало кто говорит, – делится Иван Шумовский. – Это такая позиция: зачем мне внедрять что-то новое, думать, нести ответственность, если существует проторенная дорожка? Еще с 1970-х годов есть отличное изречение на эту тему: «Nobody ever got fired for buying IBM equipment», которое можно перевести как «За покупку решений IBM еще никого не уволили».

Но можно ли быть так же спокойным относительно open source? Чтобы массово внедрились новые модели, должно пройти несколько лет. И должна быть явная выгода, которая перевесит опасения».

Однако в секторе открытого софта все же возникли организации, которые предлагают – и небезуспешно – корпоративные решения. Чем чаще проверенные временем вендоры вроде компании Oracle проявляли заинтересованность в open source-проектах, тем больше корпоративный сектор клиентов начинал считать, что эти решения достойны рассмотрения.

Еще один фактор доверия – появление системных интеграторов, готовых взять на себя ответственность за процесс перехода на открытое ПО. «ИТ все больше

стандартизируется и начинает напоминать классическое производство, – размышляет Иван Шумовский. – Приведу такое сравнение. Есть открытые разработки для сельскохозяйственной техники. В свободном доступе находятся чертежи, с помощью которых действительно можно собрать, например, грузовик. Для одиночного фермерского хозяйства это подойдет, а как организовать массовое производство, развитие, распространение, сервис – большой вопрос. То же и с открытым ПО. Именно поэтому российские заказчики не склонны доверять open source, по крайней мере до тех пор, пока в сообществе не появятся локальные специалисты с репутацией или посредник, например, в виде системного интегратора, обладающего репутацией. В конце

концов, с него можно спрашивать. А сообщество разработчиков открытого обеспечения – это чаще всего никнеймы в Интернете. Для корпоративного заказчика это не очень понятно. Он думает: «Кто все эти люди?»

«В целом портфель решений крупных вендоров выглядит более связно и понятно, – соглашается Геннадий Тарантасов, руководитель направления ритейла компании «КОРУС Консалтинг». – И наши заказчики используют в основном проприетарное ПО. Но open source-продукты также получают свое развитие, и нам кажется, что тут большую роль играют партнеры, которые внедряют эти решения. Потому что ими в значительной мере дорабатываются, русифицируются, адаптируются под специфику российского рынка решения

класса open source, которые только после этого внедряются у реальных заказчиков».

По его мнению, в случае с бизнес-приложениями есть как минимум три требования, которые предъявляются к такого рода решениям. «Первое – масштабируемость и производительность, так как очень малое количество ПО с открытым кодом могут поддерживать инсталляции с большим количеством пользователей и нагрузкой на систему, – делится Геннадий Тарантасов. – Второе – это поддержка такого решения. Если в случае с проприетарным ПО можно разместить заявку у вендора (Service Request) и получить поддержку от него, то в случае с открытым ПО это не всегда так. Третье – команда. Потому что команд, которые умеют делать большие, сложные, комплексные проекты, на самом деле в России совсем немного. Крупные компании это знают и взвешивают все риски при внедрении такого рода решений».

В конечном счете стандартному пользователю все равно, какой код лежит в основе программы. Ему важно, чтобы она работала. «Ритейлеры выбирают ИТ-продукты, которые прежде всего решают их бизнес-задачи, – говорит Геннадий Тарантасов. – И выбор продукта никак не зависит от технологической платформы, на которой он написан». Важный критерий выбора, по мнению Геннадия Тарантасова, – это совокупная стоимость владения (TCO, Total Cost of Ownership). Среди таких решений, безусловно, есть open source-системы, но клиент в первую очередь смотрит на то, насколько хорошо решение позволит закрыть ту или иную бизнес-задачу и TCO, а также насколько хорошо данное решение вписывается в целевой ИТ-ландшафт компании: не придется ли менять

это ПО через 1–2 года, так как, например, возникли сложности с производительностью и масштабируемостью решения. «Наши клиенты, как правило, не делают ПО на открытое, закрытое и прочее, – подтверждает Геннадий Тарантасов. – Есть ИТ-стратегия, в рамках которой выбираются те или иные ИТ-решения».

ГЛАЗА БОЯТСЯ, РУКИ ДЕЛАЮТ

Но несмотря ни на что эксперты отмечают: интерес к open source у ритейлеров растет. Раньше рискнуть и попробовать предпочитал в основном сектор среднего и малого бизнеса, бюджеты у которого небольшие, а бизнес молод и неавтоматизирован. Впрочем, даже с такими торговыми предприятиями не все было просто. «Мелкие компании, возможно, хотели бы иметь открытый продукт, главным образом, из-за бесплатности, – размышляет Александр Чавалах, исполнительный директор компании «Инфостарт». – Но, с другой стороны, для использования open source нужны квалифицированные ИТ-специалисты, а ресурсов у маленькой компании немного. И им может быть удобнее использовать дешевые корпоративные решения с гарантированной техподдержкой разработчиков».

Однако сейчас даже крупный ритейл все больше обращает внимание на открытые продукты. И причины здесь самые разные. Open source может быть даже средством давления на вендора. «У «КРОК» много обращений от ритейлеров, в основном это крупные игроки, которые заинтересованы в open source. Мы видим, что такой интерес периодически возникает и можно даже отметить его цикличность, – поясняет Иван Шумовский. – Обычно раз в три года заказчики

Запросы ритейлеров при выборе ИТ-решения

1. Решает ли система бизнес-задачу?
2. Поддерживает ли система необходимое количество пользователей (хорошая масштабируемость и производительность)?
3. В какую сумму выливается стоимость совокупного владения на 3–5 лет?
4. Есть ли команды, которые могут внедрять и поддерживать решение в России?
5. Есть ли примеры использования решения в ритейле в России и мире?



заклучают корпоративные соглашения (Enterprise agreement) с какими-либо производителями программного обеспечения. И когда у соглашения начинает истекать срок действия, ритейлер может начать искать новые варианты. Причем иногда это делается не для того, чтобы перейти на открытое ПО, а чтобы обосновать скидку у вендора. То есть такая экономическая причина интереса».

Может показаться, что в таком случае открытого ПО в России в серьезных организациях пока нет. Но это не так. «У нас сейчас есть проекты с двумя крупными продуктовыми ритейлерами, – говорит Игорь Скобелев, директор по развитию компании «Постгрес Профессиональный». – Для одного мы делаем полную автоматизацию магазинов, переводя торговые точки с проприетарного ПО на open



source-решения. Вся архитектура будет новая. У другого мы меняем проприетарную СУБД на свободное обеспечение Postgres. Ритейлу важна финансовая эффективность. Нет смысла тратить лишние средства на проприетарные решения, когда эти же задачи можно решить с помощью открытого ПО».

«Я бы хотел сделать важную ремарку, – парирует Геннадий Тарантасов. – Когда мы говорим про решения open source, я прежде всего подразумеваю бизнес-приложение. Если говорить про качество, то в топ-решения для ритейла ведущих вендоров, таких как Microsoft, SAP, Oracle, IBM и прочие, вложены человеко-годы разработки и НИОКР. Эти решения долго дорабатывались, апробировались, обкатывались. Качество этих решений и уровень надежности максимально высокий, который сейчас, в принципе, может предложить рынок. Кроме того, если говорить про надежность, то есть еще постоянная поддержка от вендора. В случае open source этот вопрос остается открытым».

«Крупный бизнес должен деньги зарабатывать, а не экспериментировать с ИТ, – добавляет Александр Чавалах. – Такие организации предпочитают экспериментировать с новыми товарами, методиками сбыта и прочими профильными задачами».

Однако во Франции, например, экспериментировать с программным обеспечением не боятся. «Некоторые сети за рубежом достаточно благосклонно смотрят на открытый софт, например, на офисное ПО – так у них сложилось исторически, в то время как их филиалы в России используют Microsoft», – подтверждает Иван Шумовский, а Игорь Скобелев добавляет: «Есть такая бельгийская разработка, сейчас она называется ODDO Open ERP – это достаточно сильное,

конкурентоспособное решение. Я думаю, что скоро эта разработка укрепит свои позиции не только на Западе, но и в России. Французские филиалы Auchan пользуются этой ERP. Франция вообще первая в Европе по использованию open source как в госсекторе, так и в ритейле. Им удалось победить предрассудки».

ОТЕЧЕСТВЕННОЕ ЗНАЧИТ ОТКРЫТОЕ

Сейчас в России появился еще один мощный фактор, который развивает пользователей лицом к открытому ПО, – курс на импортозамещение. Так, была принята поправка к Закону «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (сам закон подписан президентом и начнет действовать с 1 января 2016 года). Теперь при осуществлении госзакупки при выборе в пользу иностранного обеспечения нужно написать обоснование для данного решения.

А если обоснования нет, следует отдать предпочтение российским разработкам, если таковые имеются. Практика же показывает: отечественное ПО – это почти всегда open source. Есть мировые наработки, ими можно пользоваться, стало быть, почему бы и нет, справедливо рассуждают наши программисты. Кстати, на Западе думают примерно так же. «Западные производители с удовольствием включают в соощества разработчиков открытого ПО своих штатных работников, для того чтобы они тоже участвовали в общей деятельности: писали и правили код, отдавая его обратно в сообщество, – рассказывает Иван Шумовский. – Взамен эти корпорации используют наработки для собственных продуктов. Фактически они получают экономичное тестирование своих разработок большим количеством специалистов по всему миру. Код лежит в открытом доступе, его можно брать себе, пробовать, дорабатывать, изменять. Очень удобно».

» ПО ПОНЯТИЯМ

Свободное ПО (free software) – программа, которая (по идеологии Ричарда Столлмана), уважая пользователя, предоставляет ему четыре свободы: выполнять программу, изучать и править программу в виде исходного текста, перераспространять точные копии и распространять измененные версии. Свободное программное обеспечение может быть платным или бесплатным.

ПО с открытым исходным кодом (open source) – исходный код программы открыт для ознакомления, изменения, распространения. Однако практика показывает, что сами проекты, связанные с подобным обеспечением, могут быть закрыты от посторонних глаз, что неизменно удивляет горячих поклонников open source. Например, Oracle VM VirtualBox основывается на открытом исходном коде, но при этом компания не распространяется о своих внутренних процессах, связанных с разработкой. ПО

с открытым исходным кодом может быть платным или бесплатным.

Проприетарное ПО – программное обеспечение с закрытым исходным кодом: его нельзя изучать, править, распространять. Проприетарное ПО, являясь частной собственностью разработчика или компании, может быть платным или бесплатным.

Бесплатное ПО – может быть как с открытым, так и с закрытым исходным кодом. Очень часто определения «свободное ПО» и «ПО с открытым исходным кодом» употребляются в качестве синонимов, к которым присоединяется и аббревиатура СПО – свободное программное обеспечение. Идеологи считают, что это неправильно, так как несмотря на близость понятий, разные слова несут разные идеи. Но, как обычно, суха теория, а древо жизни зеленеет, поэтому термин open source и все его российские переводы становятся все более всеобъемлющими и широко употребляемыми.



Справедливо было бы возразить, что госзакупки – это для бюджетных государственных организаций, в то время как коммерческие компании вольны делать все, что считают нужным. «В ритейле основным драйвером является не столько политическая ситуация, так как большинство ритейлеров не боится «железного» занавеса или санкций, а, скорее, экономическая составляющая, – убежден Геннадий Тарантасов. – С другой стороны, в связи с ситуацией в России более активно на рынке появляются отечественные решения, построенные на СПО. Конечно, они в первую очередь будут востребованы государственными организациями и компаниям с государственным участием в рамках направления импортозамещения.

Однако когда на рынке таких решений будет накоплена экспертиза, коммерческие компании, в том числе и в розничной торговле, начнут к ним внимательно присматриваться».

По мнению Максима Андрианова, неизвестно, политическая ли ситуация влияет или стоимость денег, которая сейчас крайне высока. Однако он также отмечает, что заказчики на неосновные задачи рассматривают СПО чаще, чем раньше. «Хотя, конечно, коммерческие структуры в этом сильно отстают от государственных организаций и пока все это пресекается».

Игорь Скобелев предлагает взглянуть на ситуацию с такой стороны: «Даже если не говорить об импортозамещении и обо всем, что с ним

связано, а просто поразмышлять о бизнесе, то интерес к открытому софту растет как в ритейле, так и в финансовой отрасли. Это связано с тем, что любое проприетарное решение все равно нужно дорабатывать под индивидуальные нужды заказчика. Получается, что мы в любом случае имеем дело с кастомизированным решением и при этом весьма дорогим. Обычно причины перехода на открытое ПО следующие: низкая стоимость, контроль над кодом (эта причина больше характерна для государственных ведомств, но часто интересна любому крупному игроку рынка) и предсказуемость дальнейших затрат. Окупаемость инвестиций в случае, допустим, СУБД Postgres лучше, чем у проприетарных конкурентов в виде Oracle,



MS SQL или любой другой подобной базы данных».

Если у ритейлера свежий неавтоматизированный бизнес, то ему легко размышлять над вопросом, какому софту отдать предпочтение. Но ведь крупные торговые организации, как правило, уже оснащены каким-то программным обеспечением. Так ли легко перейти с одного вида решений на другое? «Конечно, если ритейлер – новый игрок рынка, то ему удобнее решать, какое программное обеспечение выбрать, – соглашается Иван Шумовский. – А если на предприятии уже стоят проприетарные системы, окончательное решение будет даваться не так легко. В большинстве случаев переход происходит лишь тогда, когда сам заказчик или

системный интегратор оценил для компании стоимость услуг по миграции, и выяснилось, что совокупная стоимость технической поддержки и этих услуг ниже, чем традиционная цена лицензий и услуг от вендора».

«Мы знаем, что некоторые наши клиенты уже используют или рассматривают возможность использования решений класса open source и частично их тестируют. По нашему мнению, они будут ими пользоваться. Это в значительной степени будет зависеть от присутствия на рынке готовых команд, а также от понимания того, как эти решения будут поддерживаться, распространяться, внедряться. Значительную роль играет и совокупная стоимость владения (ТСО), потому что может оказаться, что

стоимость владения пакетом open source может быть дороже, чем готовый продукт с учетом лицензий и поддержки», – добавляет Геннадий Тарантасов.

Игорь Скобелев делает смелое утверждение: «Стоимость миграции и совокупная стоимость владения открытым ПО чаще всего ниже в 3–5 раз. Для крупных заказчиков это действительно значительная экономия, потому что объем ПО у них большой».

Важно понимать, какой вид программного обеспечения мы имеем в виду, рассуждая о целесообразности перехода. Это отмечает Иван Шумовский: «В ритейле такая особенность: есть рабочие станции, рабочие места сотрудников офисов, а также кассы. И если ПО в этих кассах, допустим,

от Microsoft, то пересестись на open source очень сложно. Фактически надо будет заново покупать кассы для всей сети».

СМЕШАТЬ, НО НЕ ВЗБАЛТЫВАТЬ

В результате те компании, которые работают с open source, обычно используют разные платформы, комбинируя их в зависимости от задач. Геннадий Тарантасов приводит пример из своей практики. «Мы делали с сетью «Азбука вкуса» проект по бюджетному управлению, осуществляли внедрение системы класса open source Jedox Palo. В какой-то момент компания переросла это решение, и мы заменили его на Oracle Hyperion Planning, более «тяжеловесное», но которое позволило закрыть все их бизнес-задачи. Причем в ИТ-ландшафте этой компании прекрасно «уживались» разные виды ПО, – вспоминает он. – Также в линейке наших решений есть СПО-платформа Alfresco для автоматизации документооборота, и мы видим, что это open source-решение может хорошо вписаться в ИТ-ландшафт ритейлера». Как утверждает Геннадий Тарантасов, можно выделить две модели: первая, когда есть ИТ-стратегия и выбрана платформа одного вендора. Большую часть решений при этом стараются внедрять на этой платформе, это проприетарное ПО. И есть другая модель, когда есть конкретные бизнес-задачи, и руководство выбирает платформу, исходя из этих задач, и вписывает это решение в текущую ИТ-инфраструктуру. Как правило, эти две модели комбинируются между собой.

«В ситуации, когда появляется бизнес-задача, ИТ и бизнес совместными усилиями ищут, какими средствами ее можно решить. Если это открытое ПО,

Какое ПО open source ритейлеры могут попробовать без опасений (мнение компаний)

КОМПАНИЯ	ПРОДУКТЫ
«КОРУС Консалтинг»	✓ СПО-платформа Alfresco, которая позволяет автоматизировать процессы документооборота ✓ СУБД PostgreSQL
«Постгрес Профессиональный»	✓ ODDO Open ERP ✓ СУБД PostgreSQL
«КРОК»	✓ ETL Talend DI, Cloudera Hadoop, Pentaho DI – для обработки неструктурированных данных ✓ классические открытые BI-системы: Pentaho BA, Spago BI и JasperSoft BI ✓ СУБД PostgreSQL ✓ решения для организации кассовых АРМ, в частности Linux
«Инфостарт»	✓ СУБД PostgreSQL ✓ ряд CRM-систем, имеющих бесплатный функционал и доступных в облаке ✓ программное обеспечение для IP-телефонии

оно удовлетворяет всем требованиям, оно дешевое и есть команда, то почему бы не внедрить его? – говорит Геннадий Тарантасов. – Если такого решения нет, смотрят другое ПО. Наши заказчики рассматривают различные бизнес-кейсы: как конкретное решение позволит, к примеру, увеличить эффективность, снизить затраты, лучше работать с клиентами, увеличить точность прогноза, увеличить эффективность маркетинговых акций. В большинстве случаев нет привязки к тому, какое технологическое решение закроет их задачу».

«Чем меньше различных платформ используется, тем лучше, – уверен Александр Чавалах, – но если в бизнесе необходимо решать несвязанные между собой задачи, то для таких целей обеспечение вполне можно комбинировать».

Собственно, таким комбинированием и занимаются большие ритейловые компании. «Крупные игроки торгового рынка – например, X5 Retail Group – активно пользуются открытым ПО. Как правило, у крупных сетей получается микс

из проприетарного и открытого обеспечения», – поясняет Иван Шумовский. Однако стоит помнить, что все зависит от уровня зрелости организации. «Комбинирование влечет комплексность решения, увеличивая потребность в качестве ИТ-персонала», – считает Максим Андрианов.

Иногда остановиться на чем-то одном просто не получается. «У одной сети была такая сугубо утилитарная вещь, как служба каталога, – рассказывает Иван Шумовский. – Она базировалась на open source, в то время как рабочие станции оснащались системами Microsoft Windows. В связи с этим возникали проблемы с совместимостью. Но мигрировать на какую-то единую систему долгое время не получалось из-за критичности процессов. Операторы, которые пользовались приложениями в дистрибьюшн-центрах, просто не могли простаивать. Миграция в этом случае похожа на то, как если бы вы пытались перебрать двигатель машины прямо на ходу. Задача непростая, но решаемая. Вот только стоимость ее решения соответствующая». ♦