

30 декабря 2020

Сделай сам

Импортозамещение – это не только замена санкционных европейских морепродуктов на белорусские. Это еще и переход с импортного программного обеспечения на отечественное. Пока в этот процесс серьезно вовлечены государственные структуры, однако, по мнению экспертов, дело может пойти и до коммерческих предприятий, в том числе и ритейловых компаний. При этом переход на российский софт происходит и по экономическим причинам: он заметно дешевле на фоне падающего рубля. К чему быть готовым и куда бежать в случае чего, рассказал Геннадий Тарантасов, коммерческий директор ГК «КОРУС Консалтинг».

Новый смысл этого слова подкрался к торговым компаниям незаметно. Когда в 2015 году Минкомсвязи утвердило приказ об отраслевом плане импортозамещения программного обеспечения, поворот на новые рельсы касался лишь государственных предприятий. Это было вполне закономерно: правительство беспокоилось, что Запад может не только применить очередные санкции, но и просто остановить работу проданного нам ПО и устройств. Даже телефон и телеграф захватывать не придется – производства будут обездвижены.

Переход на отечественные программы и оборудование вызвал не меньше споров, опасений и проблем, чем замещение пармезана пошехонским сыром в торговых сетях. Крупнейшие компании только в этом году начали



отчитываться о том, что доля российского ПО в их проектах растет. Однако даже они не были готовы отказаться от западного софта раз и навсегда. Коммерческие компании в это время вздыхали с облегчением: это была не их головная боль.

Радовались не все и недолго: внезапно проблема, связанная с использованием западных технологий, растеклась: первыми начали подмокать операторы сотовой связи. В начале года они строили планы по проникновению в Россию сетей нового поколения 5G, а уже к сентябрю выяснилось: строиться можно только на отечественном оборудовании, внесенном в Единый реестр российской радиоэлектронной продукции.

Почувствовали на себе дыхание закона и магазины, торгующие электроникой. В декабре 2019 года Владимир Путин подписал закон о предустановке российского программного обеспечения на сложные электронные устройства. Ритейлеры попросили дать им хоть немного времени. Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ) направила в администрацию президента письмо, цитаты из которого опубликовал ТАСС: «Установленный законопроектом срок ...» приведет к серьезному дефициту бытовой техники и электроники на российском рынке. Срок оборачиваемости электроники в ритейле составляет в среднем 30-60 дней. Таким образом, старые остатки вымоются, а новые товары еще не будут произведены».

И все же причем тут продуктовая розница? Наше дело – сторона, скажете вы. Пока вы правы, но тенденция налицо. С самого начала было понятно, что распространение концепции перехода к импортонезависимости не

ограничится только госсектором. «Первыми к процессу подключились государственные организации, позднее – госкомпании, на которые было распространено требование по преимущественному использованию российского софта. Но уже два года назад эксперты Softline предсказывали дальнейшее распространение тренда на коммерческие организации и даже на частных пользователей», – отмечает Дмитрий Сорокин, руководитель отдела развития продаж отечественного ПО компании Softline.

Перекроем кислород

Действительно, даже автор этих строк как частное лицо столкнулся с тем, что можно в одночасье лишиться купленной у западного производителя программы. Вендоры уходят из России по разным причинам: кто-то присоединяется к санкциям, кто-то технически не может обеспечить все требования законодательства, например, хранит персональные данные россиян на серверах, физически находящихся за пределами РФ.

В моем случае я попросту не получила необходимого обновления от автора программы, и приложение, на котором выполнялись работы, встало. «Рад помочь, но у вас заблокирован доступ к серверам», – ответил на письмо разработчик. Так я лишилась и этого приложения, и заодно потеряла несколько рабочих дней в попытках решить проблему.

Бизнес себе такого позволить не может. Крупнейший ритейлер Amazon подсчитал, что минута простоя стоит им \$165 тыс. Аналитики «Инфосистемы Джет» в недавнем вебинаре заявляли: «Для отечественных торговых организаций средняя стоимость одного часа простоя составляет от 20 до 50

млн руб.».

Воспитание рублем

Страх внезапно потерять важнейшие для работы организации ИТ-системы – не единственный двигатель импортозамещения. Бизнес всегда считает деньги. В отличие от госсектора ритейлу пока не предъявляют таких строгих требований к переходу на российские системы. «В коммерческом сегменте мотивы к использованию российского или открытого ПО иные, – полагает Максим Березин, директор по развитию бизнеса компании «КРОК Облачные сервисы». – В первую очередь нужно снижать лицензионные отчисления вендорам. Стоимость валюты с начала года увеличилась более чем на 20%, это неизбежно привело к подорожанию всего проприетарного софта».

Подорожают и лицензии, и техническое сопровождение. «Вполне может произойти так, что ритейлеры сами захотят перейти на отечественное ПО, так как умеют считать деньги, – размышляет Павел Попов, директор по развитию бизнеса компании Bell Integrator. – Конечно, есть и определенные страхи. Новое всегда пугает. Что касается санкций и ухода из России поставщиков, пока это касается только некоторых организаций, в массе бизнес не затронут. Тем не менее мне кажется, что общая атмосфера, царящая вокруг импортозамещения, и вышеуказанные вещи могут просто выдавить со временем желание использовать импортный софт».

Уже сейчас ритейлеры пытаются превентивно снижать у себя долю иностранного ПО. Но пока делается это не ради импортозамещения, а из-за экономии. «Например, в части СУБД многие переходят на бесплатные версии

Postgres, в качестве ERP используют различные модификации 1С. Системы CRM многие пишут сами или используют российские. Западные CRM вообще не часто приживаются у нас как в крупном, так и в малом бизнесах, – говорит Павел Попов. – Мобильные приложения практически все пишут для себя сами. Сложно тем, у кого много бизнес-логики заложено внутри СУБД от Oracle или MS SQL. Также крайне сложно и дорого заменить ERP или CRM, если они стоят на предприятии давно и на них завязано большое количество бизнес-процессов. Очень сложно, например, «слезать» с SAP или Siebel. А своих аналогичных продуктов в России пока нет».

Перед стартом ИТ-проекта передовой ритейл опирается на бизнес-кейсы: просчитываются и доходы, и расходы. «Это и есть драйвер выбора относительно того, внедрять или нет то или иное решение, – говорит

Геннадий Тарантасов, коммерческий директор ГК «КОРУС Консалтинг».

По его мнению, основными критериями выбора ИТ-систем станет все-таки не страна производства, а совокупная стоимость владения, функциональность, риски и время, за которое решение внедряется.

«Из-за текущей экономической ситуации западные решения становятся только дороже, поэтому, если на российском рынке есть ПО, которое закрывает те же функциональные задачи, что и иностранные аналоги, розничные сети выбирают их», – подчеркивает **Геннадий Тарантасов.**

В России есть бизнес-приложения, которые по функциональности не уступают лучшим решениям достаточная доля заказных решений (например, продающие мобильные приложения), а также специализированного ПО и оборудования, которое на 100% отвечает отечественному законодательству и

оперативно следует его изменениям, вспомним те же мобильные кассы. Можно сказать, что в этих сегментах вопрос импортозамещения не стоит, потому что изначально используются отечественные программы».

«На мой взгляд, разумно заказывать разработку основного куска системы, а дальше сопровождать и развивать ее своими силами, – добавляет Павел Попов. – На пиковые загрузки или конечные задачи можно привлекать внешних разработчиков, забирая их код себе».

Открыты новому

Можно заказать свое программное обеспечение у подрядчиков, а можно доработать основу под себя, используя продукты с открытым исходным кодом, доступные разработчикам любых стран. «Мы видим тренд на уход ритейла от монолитных систем к созданию микро- и макросервисов на базе открытых технологий, – соглашается **Геннадий Таранасов**. – Вся экспертиза по подобным продуктам хранится у ритейлера. Он сам управляет созданием и развитием такого ПО».

Такой подход особо популярен у крупных и технологически развитых розничных сетей, например, у «М.видео», или у выходцев из рынка e-commerce (Wildberries, Lamoda). При этом у подобных компаний есть в ИТ-ландшафте и монолитные системы.

«На мой взгляд, эта стратегия оправданна, когда у бизнеса есть уникальная бизнес-задача, которую ранее никто на рынке не решал, а готовых ИТ-продуктов для этого нет, – комментирует **Геннадий Таранасов**. – Это может быть связано со специфической функциональностью или новыми

требованиями к производительности, когда требуется обрабатывать колоссальные объемы информации. Для типовых же задач, например, в области управления финансами, нет смысла в самописном решении».

Внутренняя сила

А что если вообще не обращаться к вендорам, вместо этого создавая необходимые ИТ-системы самостоятельно? Тем более что ритейл этим занимался и раньше. Некоторые настолько углубились в технологии, что даже открывают целые отделы, занимающиеся ИТ. Вспомним департамент по Data Science у X5 Retail Group.

Насколько это дальновидно и перспективно? Игорь Бонев, директор по развитию бизнеса департамента информационных технологий ИТ-компании «КРОК», предлагает быть осторожнее: «Опыт показывает, что самостоятельно заниматься разработкой целесообразно только в случае если на рынке категорически нет адекватного решения. В противном случае есть опасность стать в буквальном смысле заложником собственного ПО. Если ваш бизнес нацелен на развитие, то задачи будут постоянно усложняться, все больше загружая разработчиков и службу поддержки».

По его словам, очень важно учитывать, что самописное решение, скорее всего, не станет органичной частью экосистемы и будет мешать бесконфликтной работе. Сложности могут возникнуть и при интеграции такого ПО на имеющиеся вычислительные системы (зарубежные или российские).

Безусловно, компании сталкиваются с рисками использования самописных систем. Главный из них – трудности развития подобных решений, ведь все знания об ИТ-архитектуре остаются у разработчика, а некоторые самописные системы создавались не один год. «Когда нас привлекают как консультанта на подобные ИТ-проекты, это настоящий вызов – помочь ритейлеру быстро «вытащить» нужную функциональность и перенести в новый ИТ-инструмент», – делится опытом **Геннадий Тарантасов**.

При создании собственного ПО компания неизбежно сталкивается с целым рядом вопросов. Сергей Тиняков, партнер «Лиги цифровой экономики», объясняет, какие сложности предстоят на практике. По его словам, часть из этих вопросов относится к тому, что разрабатывать: какие бизнес-процессы заложить, как правильно их сгруппировать, как выстроить бизнес-архитектуру приложения. Это одна из основных вещей, за которую компании готовы платить вендору, обеспечивающему функциональность, проверенную временем.

Но и тут не все так просто. Подходит ли эта функциональность под ваши процессы? Может быть, дешевле изменить бизнес-процессы, сделать именно их подходящими «под коробку»? Или все же лучше доработать стандартное решение вендора под ваши процессы? Вполне может быть и так, что компания прекрасно знает свои процессы, они отлажены, и наличие негибкого коробочного решения только усложнит реализацию?

Вторая большая область, где надо определиться, это область вопросов о том, как создавать ПО. Нужно решить, какими силами будет вестись разработка: внутренними ресурсами или лучше сделать заказ внешнему подрядчику.

Если понадобится собирать команду, то лучше учитывать, что последние несколько лет этот процесс сам по себе является сложной задачей.

Отдельно стоит важнейший вопрос мотивации и удержания сотрудников, которые будут носителями знаний. Их нужно снабжать интересными задачами на современных технологиях, иначе они перестают развиваться, им становится скучно, и появляется высокий риск их потерять. «В Лигу цифровой экономики неоднократно обращались клиенты, у которых целая команда айтишников вдруг перешла в другую организацию», – рассказывает Сергей Тиняков.

Кроме того, нужно решить вопросы, относящиеся как к моментам выбора базовой технологии и архитектурных подходов, так и к процессам разработки ПО и правильной организации работы команды. Ведь под разработкой ПО подразумевается целый пласт процессов проектирования архитектуры и интерфейсов, аналитики, разработки, всех видов тестирования, последующей поддержки созданного софта. Все это можно делать самому, а можно на какие-то направления выбрать профильные аутсорсинговые компании, которые закроют основную часть процессных и ресурсных вопросов, при этом передадут заказчику право на интеллектуальную собственность на создаваемое ПО.

Здесь важно честно ответить себе на вопрос: хотите ли вы частично сделаться ИТ-компанией, заниматься наймом, обучением и мотивацией профильных специалистов? Преференции от такого варианта понятны – вы получаете полный контроль над решением, меняете его как нужно и когда нужно, не завися от релизных циклов вендоров. Но нужно понимать, что это отдельный

сложный мир, требующий постоянных значительных инвестиций.

«Иными словами, если вы беретесь за собственную разработку, нужно быть готовыми к сопутствующим высоким затратам, растягиванию сроков, рискам сбоев и снижению производительности. Конечно, можно разрабатывать ПО на базе хорошо зарекомендовавших себя средах разработки, но в этом случае мы уже говорим все-таки о наличии специализированной поддержки», – резюмирует Игорь Бонев.

На практике

Крупные сети к этому готовы. Так, на CNews Forum 2020 представители продуктовой сети супермаркетов «О'Кей» рассказали, почему решили заняться разработкой. Для продуктовой розницы очень важно точно и качественно собрать корзину по онлайн-заказу. Ничего не забыть и не пропустить. «Мы подошли к вопросу сборки и доставки очень серьезно, поэтому разработали уникальное программное обеспечение, которое, с одной стороны, позволило лучше понять и реализовать на практике все запросы клиента, а с другой – отразило потребности и пожелания сборщиков, – поделилась Елена Ременникова, директор по электронной коммерции сети гипермаркетов «О'Кей». – Приведу пример из практики. Что если в заказе молоко одной марки, а мы заменим ее на другую? Пустяк ведь. Но нет. Выяснилось, что для 70% наших покупателей бренд принципиально важен, тогда как оставшиеся 30% больше обращают внимание на состав продукта, поэтому готовы взять другую марку, лишь бы состав или процент жирности был тот же».



В результате компания провела опросную работу по каждой категории товаров, задала определенную логику и включила все наработки в собственное ПО. Теперь оно стоит на терминалах сбора данных, сборщики пользуются им при составлении корзины заказа. «Благодаря этому внедрению мы в несколько раз увеличили производительность сборщиков, а также оставили клиентов довольными. Высокие показатели сервиса для нас очень важны», – отмечает Елена Ременникова.

Из-под полы

Если ритейл в любом случае занимается своим софтом, то не стоит ли здесь воспользоваться тактикой: не можешь победить – возглавь? Одно из направлений госплана по импортозамещению предполагает государственную поддержку отечественных производителей в сегментах рынка ПО, связанных с отраслевой спецификой. Ритейл часто разрабатывает внутреннее ПО для себя – это во-первых. Во-вторых, мы видим тенденцию: все становится всем. Почта – банком, поисковик – таксопарком, таксопарк исчезает в мобильных приложениях. Не открывают ли эти тренды широкую перспективу нового развития для розницы? Ритейл уже превращается в высоко-технологичную отрасль и думает над захватом новых рынков. Может быть, он будет наработывать и продавать свои компетенции, коли уж это поддерживается государством? Сдают же сотовые операторы свои юридические отделы в b2b-аренду.

«Идея того, что розничные сети станут разработчиками софта не только для себя, но и вовне – достаточно сложная история, – оценивает перспективы

Геннадий Таранасов. – Я думаю, что ритейлеры, которые обладают

подобной экспертизой и создают действительно что-то новое, будут смотреть в первую очередь на собственные нужды. Подобные разработки – их конкурентное преимущество, которым они вряд ли захотят поделиться с рынком».

Однако, считает **Геннадий Таранасов**, на рынке могут появляться отдельные продукты, которые создает и использует ритейл. Но ценность будет не в этих решениях, а в информации, которой владеют крупные розничные компании. Сети могут монетизировать данные с помощью высокотехнологичных решений, предлагая рынку аналитику.

Некоторые ритейлеры уже используют сервисы, которые помогают проанализировать работу поставщиков, сделать выводы об эффективности и продать эту информацию этим же контрагентам. Другие решения помогают партнерам розничных сетей настраивать маркетинговые кампании. «Подобные аналитические системы будут развиваться и набирать популярность, однако в ближайшие годы все равно не займут большую долю в выручке компаний», – говорит **Геннадий Таранасов**.

Сложности касаются и формы продажи наработанных ИТ-компетенций. «Я считаю, что каждый должен заниматься своим делом. У ритейлера всегда будет в приоритете свой бизнес, и это будет мешать развивать ИТ-направление, требующее особых подходов и по части работы с персоналом, и в работе с клиентами, – говорит Сергей Тиняков. – Отдельные точечные переиспользования ресурсов во время недозагрузки – может быть, но массово вряд ли. Не являюсь специалистом в юридических услугах, но предполагаю, что по сравнению с ними в ИТ-услугах слишком мало

отделяемых коротких задач и слишком много командной работы. Из-за этого стоимость входа сотрудника в проект очень большая – он тратит массу времени на погружение до момента, когда начинает приносить пользу. То же можно сказать и про передачу знаний при выходе из проекта».

Если же говорить про создание конечных ИТ-продуктов или облачных услуг на базе текущей ИТ-инфраструктуры, то это еще более специфичная вещь со своей продуктовой культурой. «В общем, удачных примеров переиспользования ИТ-подразделения на внешнем рынке я не видел, по крайней мере у нас в России, – рассказывает Сергей Тиняков. – Думаю, это возможно, но потребует полного отделения от основного бизнеса, по сути, речь тогда пойдет уже, скорее, об организации новой компании, и тут для переиспользования опыта я бы подумал о партнерстве с профильными ИТ-организациями».

Ритейл изначально был одной из наиболее высокотехнологичных отраслей экономики, и поэтому именно эта сфера бизнеса одной из первых внедряет технологические новинки. Однако тенденции к превращению ритейлеров в такие межотраслевые технологичные экосистемы пока нет. Даже WalMart до сих пор акцентирует внимание и ресурсы на развитии именно своего основного бизнеса. Почему так, объясняет Дмитрий Смирнов: «Дело в том, что ритейл сам по себе, с точки зрения основополагающих бизнес-процессов, достаточно простой вид бизнеса. И развитие технологий, Интернета, переход всех в онлайн и цифру ничего не изменили в основной процессной конструкции работы таких компаний. Это обеспечивает силу и устойчивость ритейла как отрасли, с одной стороны. Но с другой – простота и очевидность

процессов привлекают сюда массы желающих из других отраслей: с деньгами, технологиями, историей и даже собственными ритейл-нишами. Тем не менее, на наш взгляд, вряд ли ритейл отойдет от своего основного бизнеса в сторону продажи услуг по автоматизации бизнес-процессов на базе собственных платформ, в том числе и в сторону продажи или аренды готовых бизнес-процессов «из облака».

Спасательный круг

Меж тем облака в 2020 году оказались на коне. Компании массово кинулись в объятия облачных провайдеров, которые пообещали обеспечить рабочие места, защитить периметр компаний от многочисленных угроз корпоративной безопасности. Если слушать то, что рассказывают о себе сервис-провайдеры, то приходит ощущение, что мы нашли панацею.

Логично предположить: если вдруг проблема импортозамещения встанет стеной и перед розницей, то всех спасут облака. Можно бросить все: инфраструктуру, приложения – всю головную боль, связанную с собственными ИТ-системами, и перейти в облако, а уж облачные провайдеры пускай заботятся о том, как соблюдать букву закона, на какой территории хранить персональные данные и каким ПО это делать.

«У ритейлера не получится так просто обойти ответственность по обработке персональных данных, – сразу отменяет наш план по потенциальному спасению утопающих Сергей Тиняков. – В любом случае он эти данные получает от клиента и обрабатывает, таким образом, является оператором со всеми вытекающими обязанностями согласно Федеральному закону No152 «О

персональных данных».

Несмотря на бурное развитие облачных технологий в мире, в России подобные решения не так популярны, как на более развитых рынках. В нашей стране доля облачных решений низкая. «Отчасти это связано с ограниченной функциональностью некоторых облачных сервисов – к сожалению, не все из них имеют такие же широкие возможности, как у продуктов on-premises, которые можно буквально сразу использовать, а это особенно важно лидерам рынка с уникальными бизнес-процессами», – говорит **Геннадий Тарантасов**.

По его мнению, какие-то сервисы перейдут в облако, но не все. Сама миграция – процесс, который растянется на долгое время, ведь разговор с бизнесом, попытки переубедить крупные компании довериться облачным сервисам – дело ближайших 5-10 лет.

Тем не менее доля облачных технологий растет, на рынке появляются и развиваются серьезные сервисы, которые не уступают on-premises-платформам по функциональным возможностям. «Это, к примеру, облачные системы финансового планирования и бюджетирования, CRM и другие. У них есть существенные конкурентные преимущества, связанные со скоростью, гибкостью и поддержкой решения. Все это способствует развитию облачных продуктов, в том числе и в России», – смотрит в будущее с оптимизмом **Геннадий Тарантасов**.

Импортозамещение касается составных частей корпоративных информационных систем, некоторые из которых не могут быть перемещены в облачную среду, по крайней мере без дополнительных настроек и доработок.

Кроме того, размещение некой системы в облаке отнюдь не означает, что импортозамещение произошло: например, если система требует лицензионной авторизации через Интернет с сервера вен-дора, то при закрытии российского сегмента Интернета система попросту не заработает или же к ней не будет доступа, если она размещена физически в облаке за рубежом. «Тут выходом действительно могут стать облачные системы автоматизации, работающие по модели SaaS, например, – развивает мысль Дмитрий Смирнов. – Однако ритейлер должен быть готов перевести в одночасье свои процессы и данные для работы в облачной среде. Можно таким образом реорганизовывать бизнес-процессы, начиная со вспомогательных, постепенно переводя их все в облачную экосистему и импортозамещая информационное ядро бизнеса частями. Чему способствует, несомненно, тенденция к постепенному отходу от тяжелых монолитных информационных систем к микросервисным «экосистемам».

Да или нет?

Если смотреть на положение дел у западных компаний, то там в облако переводят до 30% задач, оставшиеся 70% решают своими внутренними силами. Можно ли ритейлу перейти в облако целиком? Тут мнение наших экспертов разделилось.

«Круг задач, которые компания из сферы ритейла может безопасно для бизнеса и комфортно для ИТ-службы отдать в публичное облако, очень невелик, – говорит Сергей Сидоров, директор департамента инфраструктурных решений и сервиса компании Oberon. – Ключевые для бизнеса задачи: учет складских остатков, движение товара, аналитику по

видам продукции, маркетинговые акции, управление инфраструктурой магазинов, складов – все это ИТ-служба ритейлера предпочтет оставить в рамках собственной инфраструктуры. Даже если предположить, что облачный провайдер обеспечит все законодательно закрепленные и внутренние требования компаний к ИБ, то стоимость покупки серверов и команды инженеров будет равна двум годам эксплуатации подобного публичного облака. Однако использовать собственные мощности компания сможет гораздо дольше. Поэтому, на мой взгляд, большой бизнес, в том числе ритейлеры, не пойдут в облака массово, применяя эти технологии для решения какой-то части своих задач».

«Я думаю, что целиком перебраться в облако торговой организации невозможно. Действительно, 30%, может быть, можно перевести, но помимо персональных данных есть еще и корпоративная тай- на и много других проблем. В облаке не знают, что есть mission critical для каждой отдельно взятой компании. Облако можно банально взломать. Даже чисто психологически свое выглядит надежнее», – уверен Павел Попов.

«Как показывает наш опыт, полностью перейти в облако ритейлеру не составляет проблемы, – парирует Максим Березин, директор по развитию бизнеса компании «КРОК Облачные сервисы». – Но важно отметить, что далеко не всегда это нужно. Схема использования внешних ресурсов зависит от специфики работы, частоты проведения акций, вызывающих резкий всплеск потребления вычислительных ресурсов, наличия унаследованных систем. Часто в облако выносят сервисы с динамичной нагрузкой, также используют облако как среду Test/Dev, все остальное держат либо у себя, либо на выделенном оборудовании в ЦОД провайдера. Это позволяет

добиться максимальной эффективности утилизации ресурсов».

По мнению Максима Березина, обращение к облачным провайдерам можно считать некой формой импортозамещения. При этом важно, чтобы подобные облака соответствовали регуляторным нормам РФ. Одно из ключевых – локализация хранения данных в России. За это обоюдно отвечают и провайдер, и клиент, доверивший свои данные и системы публичному, частному или гибриднему облаку.

«Здесь еще вопрос, что считать облаком, – предлагает договориться о терминах Сергей Тиняков. – Если мы говорим о том, что компания может не иметь свой ЦОД, то, думаю, да, такое для ритейлера возможно. Если же говорить о том, что большой ритейлер пользуется только стандартными облачными решениями для поддержки цифровизации всех своих процессов – то вряд ли. Ведь каждый бизнес уникален, всегда найдется что-то, что требует специфичной функциональности, дающей конкурентное преимущество».

Конечно, пока паниковать рано. Ни о каком ближайшем переселении в облако и выбрасывания за борт мировых софтверных гигантов речи не идет. К самим торговым сетям, как и к другим коммерческим компаниям, вряд ли будут предъявляться жесткие требования в отношении перехода к импортонезависимости. Тем не менее, как верно заметил Дмитрий Сорокин из компании Softline, на фоне повышенного внимания и поддержки со стороны государства решения отечественных вендоров развиваются достаточно быстро. Если до недавнего времени внедрение российских импортонезависимых продуктов было обусловлено прежде всего

соображениями безопасности, то сегодня многие коммерческие заказчики используют их в реализации собственных ИТ-проектов, там как это оказывается выгоднее с экономической точки зрения.

Источник: журнал «Мое дело. Магазин»

