

# Дитмар САЛЕВСКИ: «Российский рынок профессиональных мониторов по своим темпам развития догоняет Европу»

Российский рынок мониторов переживает бурный рост, и во многом это связано с увеличением спроса на ЖК-дисплеи и дорогие профессиональные модели. Марка NEC/Mitsubishi, хорошо известная в нашей стране, особенно в среде использования профессиональных мониторов, появилась в 2000 году в результате объединения соответствующих бизнесов компаний NEC и Mitsubishi. О том, с какими итогами компания подошла к концу 2004 года в России, и перспективах местного рынка мы побеседовали со старшим менеджером по экспорту в страны Восточной Европы подразделения NEC-Mitsubishi Electronics Display-Europe Дитмаром Салевски (Dietmar Salewski).

**Дитмар, как сейчас развивается бизнес NEC/Mitsubishi в России?**

Для начала хотел бы сказать, что мы имеем достаточно давнюю историю присутствия в России — мониторный бизнес NEC и Mitsubishi развивался здесь задолго до их слияния и появления NEC-Mitsubishi Visual Systems. Надо отметить, что это был весьма логичный шаг — если Mitsubishi была одним из лидеров на мировом рынке ЭЛТ-дисплеев, то NEC активно занимался ЖК-технологиями. Основные инжи-

нинговые мощности нового производителя (более 80%) расположены недалеко от Токио, где находится наша штаб-квартира. У нас есть филиал в Тайпее, который отвечает за дизайн мониторов. Производство, как и у других игроков рынка, вынесено в Китай.

В России обновленное предприятие начало работать в апреле 2001 года, с созданием европейского подразделения NEC-Mitsubishi Electronics Display-Europe GmbH. Здесь наши основные партнеры —

это «ЛАНК» в Санкт-Петербурге и «Белый Ветер» в Москве. Ряд продуктов под брендом Mitsubishi распространяется еще через одного партнера в Северной столице — компанию «Легион».

Мы нацелены на постоянное опережение рынка, поэтому стремительно переходим с ЭЛТ-технологий на ЖК, от 15-дюймовых мониторов к 17-, а затем и 19-дюймовым и т. д. Сейчас на глобальном рынке среди «чистых» производителей мониторов мы занимаем третье место. На рынке США, где NEC-Mitsubishi активно конкурирует с ViewSonic, мы занимаем то первую, то вторую позицию — смена происходит практически каждый квартал. На общеевропейском рынке мы на седьмом месте, что совсем неплохо, учитывая очень высокую конкуренцию. В Японии мы — компания номер один, за-

нимающая 40% рынка, правда, там мы существуем в виде одного бренда — Mitsubishi.

На российском рынке та же картина, что и во всем мире: мы расширяем свое присутствие в сегменте высокопрофессиональных мониторов. Это не случайность, это стратегия компании. В России наш бизнес вырос, если считать в поставленных юнитах, на 10%. В денежных объемах цифра несколько иная в силу ряда обстоятельств: например, мы ведем расчеты в евро, кроме того, цена на ЖК-мониторы сейчас постоянно падает.

**Какие базовые линейки вы продвигаете?**

На данный момент в России компания NEC-Mitsubishi представляет две линейки мониторов под маркой NEC: NEC AccuSync и NEC MultiSync. Первые более доступны

для массового рынка, вторые предназначены для применения там, где есть специальные требования по спецификации.

**Какие тенденции вы бы отметили на рынке мониторов?**

Для начала я хотел бы заметить, что мы работаем в достаточно узкой нише IT-рынка, так как занимаемся исключительно мониторами. С этой точки зрения мы отмечаем очень интересные тенденции в России, которые свидетельствуют о зрелости здешнего рынка. Главная из них — со стороны пользователей появляются специфические требования к мониторам.

Еще одна тенденция, затрагивающая другой сегмент рынка, — обыкновенные мониторы становятся более «умными», т. е. часть функций компьютера переносится в монитор. Это, например, изменение кри-

Исполнительный директор компании «Фронтстеп СНГ» Сергей Питеркин отвечает на вопросы редакции IT News.



**При анонсе своих продуктов вы заявляете о создании предприятия мирового класса. Поясните, пожалуйста, что это означает?**

Оценку уровня предприятия как мирового класса может дать только экспертное заключение. В том определении, которым мы пользуемся, порядка двадцати показателей, охватывающих уровень, который необходим для предприятия мирового класса. Сама классификация была разработана, конечно же, не MAPICS, но мы ее активно применяем, дабы задать возможный вектор развития своим потенциальным клиентам, показать, на что надо ориентироваться и в каких направлениях улучшать бизнес, чтобы выйти на мировой уровень.

**«Предприятие мирового класса» — звучит внушительно. Значит ли это, что компания должна быть очень крупной?**

Нет, это совсем не так. Поясню, что предприятие мирового класса — это не только и не столько предприятия, работающие и конкурирующие на мировом рынке. Это даже не обязательно предприятия, соответствующие критериям WCM (World Class Manufacturing). Это, прежде всего, те, кто активно и постоянно улучшает свой бизнес, свои методы управления, качество продукции и прибыльность и стремятся к показателям WCM. Таким образом, эти критерии (актуальные для предприятий мирового класса), которые мы озвучиваем, вполне приемлемы и для чисто российских предпри-

## Frontstep: создавать предприятия мирового класса

ятий, не относящихся к каким-то крупным корпорациям. В любом случае, достижение таких показателей может послужить определенными ориентирами для перспективного развития, тем более что некоторых из них в России достаточно сложно добиться. В частности, среди показателей определен оборот на одного сотрудника, и он достаточно высок, но при нынешних оборотах наших машиностроительных предприятий среднего и не очень крупного разряда достичь заданного уровня этого показателя достаточно тяжело. К тому же мы пытаемся, причем достаточно успешно, формировать соответствующие амбиции у наших заказчиков. Всем интересно, чтобы эти амбиции не ограничивались стремлением стать лучшими лишь в России — любая компания должна стремиться к такому уровню, чтобы ее можно было сравнить и с западными предприятиями, пусть и не самыми крупными. Это очень важно, т. к. сегодня многие российские промышленники уже не считают себя хуже, не говорят, что, мол, у нас в России такая тяжелая специфика, что все очень плохо. Они уверены в своем «светлом будущем», как бы наивно это ни звучало, уверены в том, что сегодня действительно можно меряться силами с игроками на западных рынках.

**Вы хотите сказать, что в России действительно нет этой пресловутой «специфики»?**

В России есть свои специфические проблемы, которые мешают работать с максимальной эффективностью, но они есть и в любой другой стране — мы имеем опыт работы с предприятиями многих стран и вполне уверенно можем это заявлять. Причем те аспекты, которые актуальны, скажем, для Германии, могут быть совершенно незаметны у нас. Принято считать, что в России, к примеру, невозможно планировать производство, потому что поставщики всегда срывают все сроки. Но планировать в любом случае

можно, просто нужно закладывать в планы подобные нюансы. В той же Италии тоже нет точности в поставках. В Германии поставки делаются четко, однако там возникают другие проблемы. Поверх этого накладываются еще и различные ментальные аспекты, которые несколько выделяют Россию на фоне европейских предприятий. Россия лежит между Азией и Европой, и это проявляется определенными особенностями даже в структуре управления промышленными предприятиями. Так, сегодня достаточно четко видны артефакты в структуре управления, связанные с постсоветским прошлым. Но тогда все предприятия работали по плану, а на местах не было никакого планирования. Оно было попросту не нужно, сверху спускался план на определенный период, иногда он выполнялся, а иногда перевыполнялся, что поощрялось в СССР, а в условиях капитализма всегда было совершенно неприемлемо. Ведь перевыполненный план — это избыточные запасы готовой продукции или комплектующих, полуфабрикатов, которые сложно продать и порой они просто занимают место на складах. К счастью, сегодня появляются все больше и больше прогрессивно мыслящих промышленников, которые умеют считать свои деньги и производить только то, что востребовано рынком. Они в состоянии понять, каким образом эффективно построить систему управления.

**Назовите конкретные внедрения системы SyteLine, которые принесли российским предприятиям реальную прибыль?**

Нам приятно отметить, что среди наших успешных заказчиков совершенно разные предприятия, даже не с точки зрения отрасли, а скорее с точки зрения менталитета и территориального расположения. Один из них — Корневский завод низковольтной аппаратуры. Это небольшое предприятие в Курской области, заброшенное в сельскую местность далеко от районного цен-

тра. До начала внедрения SyteLine на всем заводе был всего один компьютер. Притом что на предприятии работало 650 человек. Уровень проникновения информационных технологий был очень низок, IT-службы как таковой и не существовало.

В советское время завод входил в объединение «Электроаппарат», головное предприятие которого находилось в Курске, и финансирование происходило по остаточному принципу, так что им практически ничего не доставалось. Мне кажется, именно это помогло им выжить в наше время, они со всеми проблемами умели справляться своими силами. На момент внедрения решение от Frontstep было для них достаточно серьезным шагом и выглядело достаточно авантюрным, ведь никто из сотрудников не привык работать в таком ключе. Вообще говоря, в том, что внедрение осуществлено, огромная заслуга генерального директора и главного инженера. Система внедрялась довольно долго, процесс происходил поэтапно в течение двух лет. Сначала была реализована подготовка к производству, управление запасами. Система начала работать в этой области, а уже после получения результатов мы двинулись дальше. Сейчас SyteLine функционирует в полном объеме. На предприятии появился небольшой отдел АСУ — всего один-два человека. При этом предприятие смогло посчитать, какие реальные результаты были достигнуты в процессе эксплуатации системы и какой экономический эффект получен.

В первую очередь компании удалось увеличить оборачиваемость запасов. До этого очень большое количество комплектующих, расходных материалов лежало на складах месяцами, а то и годами, но так и не было востребовано. Фактически, внедрив систему, предприятие смогло сделать такой банальный шаг, как постоянное проведение реальных периодических инвентаризаций (не путать с обязательной бухгалтерской инвентаризацией),

что без системы было практически невозможно, учитываявазимоментальность запасов. В результате было принято решение о продаже неликвидных активов. Второй важный шаг, который предстояло сделать заводу, — повышение уровня обслуживания клиентов. Надо сказать, эта проблема стоит достаточно остро для многих наших заказчиков. До внедрения системы из 100 заказов лишь порядка 70 принимались и выполнялись в срок. По современным меркам западных предприятий это очень низкий показатель. Остальные заказы или не могли быть выполненными вообще, потому что было невозможно оперативно составить правильную позаказную производственную спецификацию, либо выполнялись с опозданием, потому что при приеме заказов планирование не учитывало свободных производственных мощностей, свободных ресурсов и, соответственно, сроки выполнения отодвигались в туманное будущее. Недовольный заказчик обычно больше не обращался к этому производителю. Сейчас соотношение удачных заказов ко всем поступившим составляет 97:100. Это очень неплохой показатель даже для успешных западных предприятий.

Еще одним итогом внедрения стало повышение производительности за счет совершенно банальных организационных мер, которые стали возможны именно с момента внедрения системы. Уже на самом первом этапе реализации проекта предприятие получило возможность ежедневно создавать отчеты о пополнении цеховых запасов, причем делалось это с вечера. До внедрения системы мастер цеха или мастер участка шел в цеховые кладовые, подбирал материалы и подносил их к станкам. Практически час в начале рабочего дня терялся. Но теперь, когда появилась возможность видеть текущую производственную программу на следующий день, руководство реформировало эту службу: на каждое рабочее место с вечера достав-





вых гамма-коррекции, когда монитор сам распознает исходный сигнал и динамично настраивается под него — будь это работа с текстом, видео, контрастные изображения и т. д.

Так, в области, где требуется очень четкая передача цветов (потребители — дизайнеры, рекламисты, полиграфические фирмы), ранее мы представляли в основном

ЭЛТ-мониторы, и одна из моделей — Mitsubishi PO2070 — была очень популярна. Однако сейчас в этой нише мы более активно продвигаем ЖК-мониторы, которые постепенно вытесняют своих электронно-лучевых собратьев. И если прежние ЖК-мониторы не могли конкурировать с ЭЛТ-мониторами по качеству передачи цвета, то сейчас это отставание сходит на нет.

ляются необходимые комплектующие — и рабочее время в рамках нормального восьмичасового рабочего дня увеличилось на целый час, а это фактически повышение производительности.

В качестве второго примера я бы хотел отметить «Свердловский завод трансформаторов тока». В отличие от Корневского завода это предприятие достаточно крупное, оно имеет очень высокий кредитный рейтинг по системе СКРИН (система комплексного раскрытия информации). В рамках системы предприятия ранжируются начиная с категории «А+». В этом рейтинге учитываются только российские предприятия, и мне отроду отметить, что из производственных предприятий среднего звена только две компании попали в категорию «А+»: Свердловский завод трансформаторов тока и Самарский завод «Электроштит», причем они оказались на одном уровне с крупными нефтяными компаниями, «Аэрофлотом». Внедрение системы было осуществлено в очень короткие сроки во многом благодаря тому, что на заводе уже была сформирована своя IT-группа. За 10 месяцев реализовано управление запасами, управление производством, диспетчерское наблюдение производства, снабжение, сбыт, управление финансами.

По признанию технического директора, инициатора и идеолога проекта, а также одного из крупнейших собственников этого предприятия, удалось существенно сократить запасы. В отличие от той операции, которую проделали на Корневском заводе, здесь речь шла о реальном сокращении, а не об увеличении ликвидности. В результате реализации нормального планирования удалось добиться сокращения примерно на 30%. При этом посредством использования системы планирования удалось увеличить и выработку. Любопытно, что, когда мы начали внедрение, утверждалось примерно следующее: «Наше предприятие загружено на 100%, на этом оборудовании производят больше невозможно». Сейчас оборот предприятия и выпуск продукции увеличились примерно вдвое при тех же самых мощностях. Вот что дало внедрение системы планирования. И сегодня есть мысли на тему того, как еще повысить производительность на том же самом оборудовании.

Здесь мы могли бы привести конкретные цифры, так сказать, озвучить финансовую эффективность,

но это было бы не совсем этично. Конечно, в результате внедрения мы всегда стараемся сделать аудит произошедших изменений, можно сказать, расписывая по двум колонкам: что было — что стало. Иногда это напрямую не связано с проектом, а произошло благодаря каким-то организационным преобразованиям, которых потребовал проект. Однако в 80–90% случаев полученная эффективность — именно результат выполненного проекта.

И наконец, третье предприятие — это «Метран» — крупная промышленная группа, включающая в себя 15 предприятий, а также 9 региональных представительств. Здесь внедрение проекта осложнялось, с одной стороны, распределенностью структур, а с другой — их разнородностью. 15 предприятий — это не только производственные площадки, это торговые и бытовые структуры, управляющие компании. Как следствие, постановка задачи подразумевала интеграцию информационного пространства в единую систему, создание условий для осуществления оперативного управления и планирования, так как различные производственные площадки связаны в единый технологический цикл. Подобная задача намного сложнее, чем обычная финансовая консолидация на уровне холдинга, здесь речь шла именно о сквозном планировании на уровне нескольких юридических лиц. Численность сотрудников на предприятия составляет 2–2,5 тысячи человек, а филиалы разбросаны по всей стране — от Санкт-Петербурга до Новосибирска. Основной этап, который был начат еще в 2003 году, был закончен в 2004-м, и сейчас предприятие практически самостоятельно занимается дополнительным расширением системы. Например, не так давно была внедрена система штрих-кодирования, причем не такого банального, как в кассах супермаркетов. Речь шла о штрих-кодировании на уровне производственных заданий в рамках сборочного цикла производства. Это существенно сократило количество ошибок операторов — отпала необходимость вводить вручную такие данные, как номер производственного задания, фактический номер выпуска изделия, различные счета. В то же время штрих-кодированные изделия позволяют передавать всю информацию, занесенную в штрих-код, на следующую ступень производственного процесса.

Сегодня в планах «Метрана» вне-

дрение системы статистического прогнозирования, системы управления взаимоотношениями с клиентами. Что касается показателей, особым вниманием компании было отмечено повышение уровня обслуживания заказчиков. Он возрос с 40% в начале проекта до 97–98% на сегодняшний день. Это сказалось на уровне обслуживания клиентов и, как следствие, дало существенные рыночные преимущества. На заре проекта руководство предприятия говорило о 40% рынка датчиков давления, сегодня компания имеет уже 55% рынка России.

Сколько проектов вы можете вести одновременно?

Сегодня у нас выполняется параллельно примерно 12 проектов, из которых наиболее интенсивно разрабатываются три проекта, касающиеся полиграфической отрасли. Два проекта задействованы в кабельной отрасли и три — в машиностроении. Среди объектов в машиностроении можно выделить Тихорецкий машиностроительный завод имени Воровского. На нем работает порядка 3 тыс. человек, которые занимаются производством железнодорожных ремонтных платформ. Естественно, при такой крупной продукции речь может идти исключительно о производстве под заказ. Кроме того, мы начали один проект в мебельной отрасли.

Кого вы считаете конкурентом на российском рынке?

Честно говоря, практически никого, за исключением, пожалуй, Microsoft Business Solutions. Вообще говоря, в мире есть и другие игроки, но здесь, в России, они очень слабо представлены, мы видим их очень редко.

Кроме того, мы — компания, узконаправленная на определенные сегменты рынка, которая занимается только промышленными предприятиями, причем только с дискретным типом производства. И это наша сильная сторона. В сфере нашей компетенции не входят ни нефть, ни газ, ни другие непрерывные процессы производства.

Как взаимодействуют компании MAPICS, Frontstep и «Фронтстеп СНГ»?

«Фронтстеп СНГ» — компания с небольшим участием западного капитала. Компанию «Фронтстеп СНГ» можно назвать представительством, тем более что интересы

козкранные ЖК-дисплеи, которые не имеют ярко выраженного эффекта выгорания пикселей и начинают постепенно вытеснять плазменные модели.

Около года назад, когда на мировом рынке, включая Россию, возник ажиотажный спрос на ЖК-мониторы, вызвавший некоторый их дефицит, многие вендоры в своих поставках отдавали нашей стране предпочтение по сравнению с другими странами Восточной Европы. Не могли бы вы прокомментировать эту ситуацию?

Не могу говорить за других поставщиков, постараюсь изложить нашу позицию. Мы стремимся к справедливой оценке всех рынков, на которых работаем. И большой опыт в том, как начинать работу на бурно развивающихся рынках, очень помогает нам в нашей деятельности. Я не могу подтвердить ваши наблюдения в той части, что мы отдавали России предпочтение в своих поставках — мы стремились распределять их равномерно. Но так как ваша страна является для нас фокусным рынком, который характеризуется не только масштабами своего прироста, но и качественным сдвигом, о котором я говорил выше, то вполне логично, что мы соблюли здесь необходимый паритет, стараясь выделить нужную квоту.

MAPICS даже в финансовом отношении представляется именно компанией «Фронтстеп СНГ».

Если говорить об истории, то в свое время компания Sumix изменила свое имя на имя Frontstep и приняла решение развиваться в направлении электронной коммерции, которое было популярно в Штатах на тот момент, примерно восемь лет назад. Кстати говоря, именно этим объяснялась перемена названия — таким образом компания афишировала смену стратегического направления. Примерно два года назад был выпущен новый продукт на платформе Microsoft .Net, на тот момент это было практически первое серьезное программное обеспечение на этой платформе среди решений для рынка средних промышленных предприятий.

С другой стороны была MAPICS, которая продвигала тяжелые решения на платформе IBM iSeries — эта компания достаточно долго была частью IBM. Но в последние, до поглощения компании Frontstep, годы MAPICS испытывала определенные сложности. В это же время у Frontstep вышел многообещающий продукт SyteLine 7, собственно, именно это стало основной причиной приобретения компании. Для MAPICS такой ход был равносильен вливанию свежей крови и сулил возможности новых продаж. С момента покупки компанией было продано во всем мире порядка 400 проектов на основе SyteLine 7 (по данным на сентябрь 2004 года). Сейчас, я думаю, уже более 500.

Если не касаться вопросов поддержки, вы имеете какое-нибудь отношение к продвижению продуктов MAPICS?

Как сказал господин Готье (директор по продажам и маркетингу европейского отделения MAPICS), у компании есть две линейки решений, одна из которых основана на Microsoft .Net, — это SyteLine 7, новая версия применяемой в России ERP системы SyteLine (инсталлированы и используются предприятиями версии 2 и 6), а также решение MAPICS, работающее на IBM iSeries. Мы пока не планируем развивать вторую линейку в России.

На какой платформе работала система SyteLine до перехода на Microsoft .Net?

Предыдущая версия, которую мы поддерживаем и еще долго будем поддерживать, работала на СУБД Progress. Пока мы не отказываемся

Какова же специфика российского рынка?

Я называю это качеством спроса — российский потребитель, в сравнении с покупателями из других стран, показывает себя очень обучаемым и восприимчивым к новым технологиям, а соответственно и более требовательным. Он разбирается в технике, изучает ее и задает такие вопросы, на которые нам, честно говоря, очень приятно отвечать. Здесь мы чувствуем свои возможности удовлетворить специальный спрос на hi-end технику.

Как сегодня выглядит Россия по сравнению с развитыми рынками, на которых работает NEC/Mitsubishi?

Рынок России активно развивается и становится все более зрелым. В этом смысле он догоняет развитые рынки США и Европы, причем отставание быстро сокращается. Когда мы начинали здесь работать, российский рынок следовал за европейским с отставанием в два года. Через год этот интервал уже равнялся 12 месяцам, а сейчас его можно оценить, например по сравнению с Центральной Европой, всего в шесть месяцев. То есть тенденции, характерные для европейского рынка, с небольшим опозданием проявляются и в России — это увеличение диагонали, использование новых технологий и т. д.

Александр Янкевич

ся от нее. Следует отметить, что Progress — очень надежная система управления, с ней работают многие банки России. Она поддерживает большие объемы информации, к тому же СУБД Progress очень устойчива, я бы сказал, она более надежна, чем Microsoft SQL. Однако за плечами Microsoft .Net есть рынок, и именно рынок диктует нам свои условия. Кроме того, Microsoft SQL также развивается, и мы уверены в надежности этой нашей второй платформы.

А у ваших клиентов не возникло никаких проблем с переходом на новую версию?

Мы не настаиваем на переходе, поддерживаем наших клиентов на старых версиях и будем продолжать это делать. Миграция — очень сложный процесс, в особенности для промышленных предприятий. Порой даже в рамках одной платформы перейти на новую версию оказывается проблематично. Да, в новых системах добавляется определенная функциональность, но это тоже не всегда нужно. Многие заказчики работают на одной и той же версии системы уже по 15–20 лет и даже не планируют мигрировать на новую версию. Их вполне устраивает то, что у них есть сейчас, поскольку это позволяет им нормально и эффективно работать. Да, есть заказчики, которые захотели мигрировать с Progress на Microsoft SQL, поскольку там много дополнительных продуктов, которые должны быть в скором времени интегрированы или уже интегрированы с SyteLine, однако мы не настаиваем ни на каком варианте.

С чем сегодня интегрируются ваши продукты?

Для ведения налогового бухгалтерского учета у нас есть несколько партнеров. Во-первых, сегодня мы интегрируемся с продуктами фирмы «1С». По результатам анализа рынка, у 70% промышленных предприятий в бухгалтерии стоит «1С». Обычно бухгалтерия — это наиболее консервативный отдел, который сложнее всего «пересадить» на новую платформу. Кроме того, система «1С» сама по себе очень хорошо разработана, пожалуй, мы не сможем сделать ничего лучше для поддержания налогового учета.

(Окончание на стр. 25)



## Frontstep: создавать предприятия мирового класса

(Окончание. Начало на стр. 10)

Вообще, мне кажется, что ни одна западная компания, ни один западный продукт не будут поддерживать бухгалтерию лучше, чем локальная система. Таким образом, мы действительно убили двух зайцев. В нашей системе все первичные документы делаются на SyteLine. По требованиям российского законодательства мы перестали поддерживать, именно на уровне отчетности, налоговую часть, интегрируясь при этом с «1С», с системой «Флагман». Здесь сыграл роль тот факт, что интерфейс для поддержания налоговой отчетности, который есть в SyteLine, достаточно универсален. Довольно часто мы интегрируем наши продукты и с собственными разработками предприятий.

С другой стороны, наша ERP-система должна интегрироваться и с производственными системами для разработки. Здесь мы имеем плотные контакты с компанией «Аскон» (система «Компас»). Речь идет об интеграции с PDM-системой, а не с САД-пакетом, потому что конструкторская информация должна сначала поступать в PDM, а уже потом в систему управления предприятием ERP. В случае с «Метраном» мы работаем с системой «ЛОЦМАН», в Коренево используется SolidWorks, в ряде случаев работать приходится с AutoCAD. В принципе особых ограничений нет, в частности сейчас идет интеграция с достаточно известной системой InterMech.

**Проводятся ли вами какие-либо обучающие мероприятия для заказчиков?**

Да, мы проводим пользовательские конференции, однако их целью является скорее не обучение — это клуб пользователей. Существует мировой клуб пользователей Frontstep, создан также европейский клуб. Помимо этого уже три года, как существует российский клуб пользователей. Как я уже сказал, цель такого мероприятия — не только обучение людей, но и обмен опытом. Как показала практика, в России присутствует 90% наших заказчиков из СНГ, и помимо выступлений с нашей стороны, анонсов новых продуктов заказчики сами представляют свои проекты и имеют возможность обмениваться опытом, новыми идеями, которые могут быть приемлемы для других компаний. Как мы часто подчеркиваем, целью нашего клиента должно стать стремление к завоеванию статуса компании мирового класса, что практически невозможно без обмена опытом.

Андрей Шуклин

### (Новые продукты)

## Новая модель в линейке плееров Creative MuVo

Оборудованный карусельным роботом на восемь картриджей, ленточный автозагрузчик CLL 6400 LTO Ultrium 3 позволяет хранить до 6,4 Тбайт данных и обеспечивает скорость резервного копирования до 490 Гбайт/час. Автозагрузчик LTO Ultrium 3 от Certance обратен совместим с картриджами LTO Ultrium 1 и LTO Ultrium 2. Устройство доступно в настольном варианте и в варианте высотой 2U для установки в стой-

ку. CL 6400 поставляется с полной версией программного обеспечения для резервного копирования Backup NetVault.

В автозагрузчиках Certance CLL 6400 объединены возможности технологии LTO и характеристики продуктов Certance:

- технология MediaShield — совокупность элементов, обеспечивающих охлаждение и керамические направляющие ленты, увеличива-

ющие срок эксплуатации картриджей;

- технология SmartVerify одновременно проверяет все данные, записанные на ленту, фактически устраняя потребность в традиционном проходе в течение резервных действий и уменьшая необходимое резервное окно наполовину;
- функция Dynamic Powerdown защищает картридж и привод в случае внезапного отключения электро-

энергии, замедляя движение обеих катушек картриджа до полной остановки, предотвращая размотывание ленты и ее разрушение, а также обеспечивает сохранение целостности данных;

- функция 13-Speed Transfer сопоставляет одну из 13 скоростей накопителя со скоростью передачи данных от host-устройства, гарантируя плавную запись без задержек и рывков.



IT news • № 1-2 (26-27) • 25 января 2005

# Инвестируйте капитал в надежные решения.

Процессор Intel® Pentium® 4 с технологией HT в компьютере марки «BelAVM Tempo» уменьшает риски снижения производительности, связанные с работой антивирусного ПО в фоновом режиме.

**Довольные сотрудники** + **повышенный уровень безопасности предприятия** = **эффективное использование инвестиций.**

**ВЕЛ АВМ**

**220002, г. Минск,**  
ул. Варшавени, 77, оф. 624  
Тел. (017) 283 19 20  
Факс (017) 210 12 05

**Брест:** (0162) 215 888  
**Гродно:** (0152) 470 375  
**Могилев:** (0222) 257 669

**Витебск:** (0212) 373 506  
**Гомель:** (0232) 558 601

Intel, логотип Intel, Intel Inside, логотип Intel Inside, Intel Centrino, логотип Intel Centrino, Celeron, Intel Xeon, Intel SpeedStep, Itanium, Pentium и Pentium III Xeon являются товарными знаками или зарегистрированными товарными знаками корпорации Intel и ее подразделений в США и других странах.