

Веб-Аналитик.ИНФО

www.web-analitik.info

ХОСТИНГ

Битва облачных хостингов: Amazon EC2 против Rackspace cloud.

VMware Cloud Foundry: куда пойдут развиваться PaaS-сервисы?

Внутри десяти самых больших в мире датацентров.

ВЕБ-РАЗРАБОТКИ

Разумная стоимость веб-разработок. Как знать за что платишь?

Веб-разработка: пора вырасти из коротких штанишек.

CMS

MotoCMS – система создания и управления флеш сайтами.

CMS своими руками. Теория велосипедостроения.

Рейтинг лучших CMS за 2010 год.

СТАРТАП

Три дня Startup Weekend в Петербурге.

Дневник репатриантов: как мы подняли 1 млн. \$ инвестиций.



Интервью

с Матисасом Хенце
создателем Jimdo



Бизнес

Аркадия Морейниса
Генерального директора
«Главстарт»



Выступление

Игоря Ашманова на
iForum 2011

Путеводитель в мир
Интернет-Технологий
Веб-Аналитик.ИНФО

Журнал выходит ежемесячно
и распространяется бесплатно

Издательская группа

ООО «РЕЗОНАНС.НЕТ»

www.rezonans.ru

Журнал Веб-Аналитик.ИНФО

www.web-analitik.info

Издатель и руководитель проекта

Олеся Гавриленко

alesya@rezonans.ru

Дизайн и верстка

Валентин Стынкэ

Обложка номера

Андрей Сиренко

Авторы

Александр Богданов

Александр Левин

Александр Тодосийчук

Александр Туник

Анатолий Денисов

Артём Голиков

Владимир Юнев

Гамильтон Чан

Дэвид Виллан

Игорь Савчук

Константин Максимов

Марина Теодори

Николай Гришин

Сергей Фаге

Станислав Сидристый

Иллюстрации

design-mania.ru

habrahabr.ru

internetno.net

microgeek.ru

news.cnet.com

ru.jimdo.com

ru.wikipedia.org

www.datacenterknowledge.com

www.flickr.com

www.informationweek.com

www.kommersant.ru

www.nytimes.com

www.spbit.ru

Реклама в журнале и на сайте журнала

siteweb@web-analitik.info

Для пресс-релизов и информации о

пресс-конференциях

siteweb@web-analitik.info

Авторам

<http://web-analitik.info/autors/>

За достоверность рекламной информации ответственность несут рекламодатели. Рекламные материалы не редактируются и не корректируются. Редакция ждет ваших откликов и писем читателей. Фотографии, рукописи и другие печатные материалы не редактируются и не корректируются. При цитировании при перепечатывании материалов журнала ссылка на сайт www.web-analitik.info и название журнала Веб-Аналитик.ИНФО обязательна. Полное или частичное воспроизведение материала журналов возможно только с письменного разрешения ООО «РЕЗОНАНС.НЕТ». Мнение редакции журнала может не совпадать с мнением авторов статей, публикуемых в журнале. Все товарные знаки принадлежат их владельцам.



НОВОСТИ

ХОСТИНГ

Битва облачных хостингов:

Amazon EC2 против Rackspace cloud12

VMware Cloud Foundry: куда пойдут развиваться

PaaS-сервисы?15

Внутри десяти самых больших в мире датацентров17

ВЕБ-РАЗРАБОТКИ

Интервью с Матиасом Хенце создателем Jimdo21

Разумная стоимость веб-разработок.

Как знать, за что платишь?23

Веб-разработка: пора вырасти из коротких штанишек ...24

NET

Анонсы новых технологий Microsoft на MIX'1127

Ликвидатор велосипедов: часть 234



CMS

MotoCMS – система создания и управления флеш сайтами	36
CMS своими руками. Теория велосипедостроения	39
Наш опыт работы с Django Framework или 10 полезных модулей, облегчающих жизнь	41
Обзор плагинов jQuery	44
«Рейтинг Рунета» опубликовал рейтинг лучших CMS за 2010 год	46

СТАРТАП

Как стартап-конвейер раскручивает проект – Бизнес Аркадия Морейниса	48
Три дня для начала. Startup Weekend прошел в Петербурге	51
Дневник репатриантов: как мы подняли 1 млн. \$ инвестиций. Часть 1.	53
Иллюзии и ловушки стартапов. Выступление Игоря Ашманова на iForum-2011 в Киеве	56

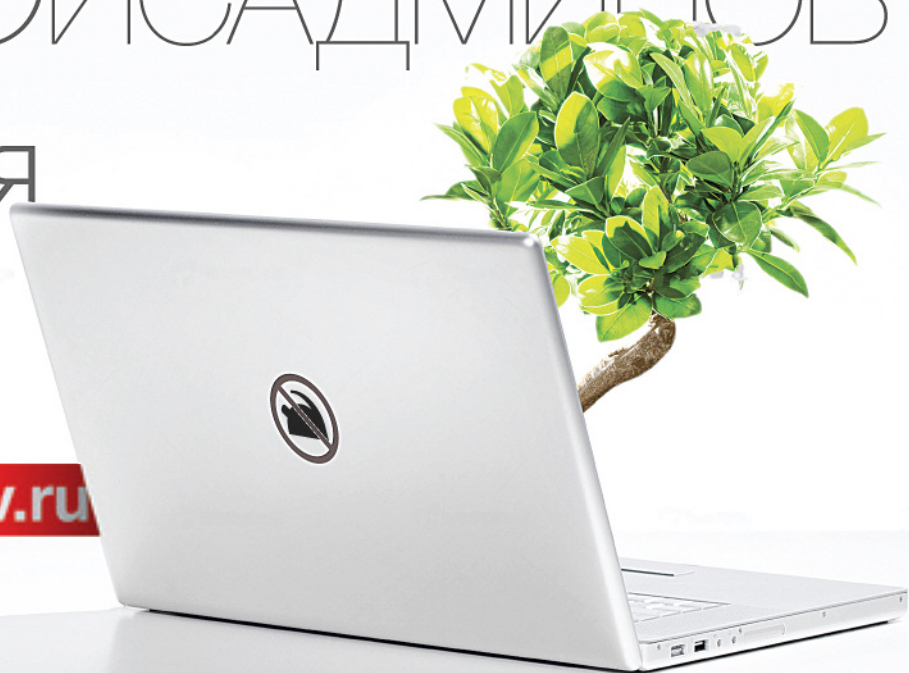
ИНТЕРНЕТ

Интервью к пятилетию Twitter	63
Сделайте ваши QR-коды более красивыми	64

6-й



ВСЕРОССИЙСКИЙ
СЛЁТ СИСАДМИНОВ
29–31 ИЮЛЯ



www.sletadminov.ru

ОРГАНИЗАТОР

ПАРТНЁРЫ

softline[®]

 Softcloud

 allsoft.ru[®]

active

KASPERSKY[®]

Mail.Ru открыл протокол ICQ для неофициальных клиентов

Новый владелец сервиса обмена сообщениями ICQ, компания Mail.Ru наконец сделала серьезный шаг и в направлении пользователей, и разработчиков. Согласно тексту нового лицензионного соглашения об использовании протокола ICQ, теперь этот протокол может использоваться альтернативными клиентами в том случае, если такие клиентские приложения соответствуют ряду условий. В частности, речь идет о том, что клиентские приложения должны быть некоммерческими. Таким образом, разработчики бесплатных программ для работы с ICQ получили четко прописанные правила работы, а пользователи могут больше не бояться того, что в их прекрасный день приложения перестанут работать.

Кроме того, от владельцев таких клиентских приложений требуется выполнение следующего условия – они не должны заниматься массовой рассылкой нежелательных сообщений, не извлекать информацию из каталогов и баз данных ICQ и не вводить пользователей в заблуждение.

Комментируя изменения в лицензионном соглашении, в Mail.Ru сообщили, что "легализация всех существующих на сегодняшний день неофициальных ICQ-клиентов – одна из важнейших задач для Mail.Ru Group на текущем этапе развития продукта". В компании заявили, что они готовы "к переговорам и поиску приемлемых вариантов сотрудничества с другими игроками рынка".

В качестве примера успешного взаимодействия с разработчиками неофициальных клиентов, представители Mail.Ru назвали взаимодействие компании с приложением Nimbuzz.

Что же касается коммерческого использования протокола, то разработчикам таких приложений нужно будет в индивидуальном порядке вести переговоры с Mail.Ru Group.

Напомним, что до недавнего времени ICQ принадлежала компании AOL. Около года назад сервис приобрела российская компания DST (позже Mail.Ru Group). Сервис ICQ на дан-



ный момент теряет популярность в мире, однако остается популярным в России и в странах бывшего СНГ. Однако пользователи все чаще выбирают не официальный клиент ICQ, а альтернативные приложения, в частности QIP, QIP Infium, Adium, Pidgin или ряд других. Это приводило к оттоку аудитории основного клиентского приложения сервиса и, как результат – к потере доходов компании AOL от рекламы. Использование в таких приложениях протокола ICQ было незаконным, потому что разработчики ICQ изменяли протокол таким образом, что альтернативные клиенты не были работоспособны.

Новое лицензионное соглашение об использовании протокола ICQ направлено на решение этой проблемы с альтернативными клиентами.

Примечательно, что в сообщении о новом лицензионном соглашении не упоминается название самого популярного в Рунете клиента для обмена сообщениями QIP, принадлежащего компании РБК.

Чем закончилась история с доменом .рф?

В России завершилась скандальная история с продажей доменов .рф. Итоги аукционов на домены в кириллической зоне Рунета пересмотрят, а желающим вернуть потраченные на их покупку деньги, если установят факт «накрутки» цены. В то же время Ru-Center, который и провел многомиллионную аферу, перейдя под управления РБК, больше не рискует потерять аккредитацию.

Регистрация доменных имен в кириллической зоне .РФ началась 11 ноября 2010 года. И буквально в первые несколько часов после начала открытой регистрации крупнейший регистратор Ru-Center (не без сговора с другими компаниями) оформил заявки на 62 тыс. доменов. Среди всех заявок было и такие популярные как цветы.рф, дом.рф и другие. Понятное дело, желающих на такие домены было немало, и как только подавалось больше одной заявки, регистратор записывал эти имена на себя, а затем выставлял на закрытые аукционы. При стоимости домена в 70 рублей цена одного лота поднималась выше 100 тысяч долларов. Таким нехитрым способом Ru-center заработал 366 млн рублей. Стоит отметить, что координационный центр (КЦ) запретил аукционы, постановив, что домен должен доставаться тому, кто первый подал заявку.

Гендиректор КЦ Андрей Колесников тогда напомнил, что регистратор не имеет право регистрировать домены на себя и потребовал прекратить аукционы. Ru-Center требование Колесникова проигнорировал. Делом заинтересовалась ФАС, после того как туда обратился совладелец прямого конкурента Ru-Center – регистратора Reg.ru, Филипп Гросс. А

пока ФАС только собирается рассматривать это дело (намечено на 13 апреля), в Ru-center сменился владелец. В середине марта стало известно, что регистратор теперь существует под хостинг-провайдером Hosting Community, который, в свою очередь, входит в группу компаний РБК. Новое руководство признало ряд ошибок, сделанных Ru-Center, и предложило ряд мер по урегулированию конфликтов. И это при том, что регистратору-аферисту грозила вовсе потеря аккредитации. Суть нынешних предложений Hosting Community в том, чтобы провести аудит систем регистрации доменов. Этим займется входящая в Hosting Community компания «Гарант-Парк-телеком» и аттестованная ФСТЭК сертифицирующая организация НПО «Эшел». Эксперты проверят, например, использовались ли во время спорных аукционов специальные роботы, которые накручивают цену. Если такие факты подтвердятся, и в то же время окажется, что победитель такого аукциона купил домен «незаконно» (например, подал заявку позже чем конкурент), то не исключено, что результаты этих торгов аннулируют, а домен поменяет владельца. В этом случае Ru-center придется выплатить деньги. Однако в Hosting Community заверили, что ждать передела доменного рынка не стоит. За тем, как проходят проверки, будет следить специально созданная комиссия, которая также в течение 2 месяцев будет принимать жалобы пользователей Ru-Center и передавать их в Hosting Community. Сейчас уже есть более 100 обращений. Ожидается, что на улаживание всех проблем и вопросов уйдет год.



Wordpress подвергся жесткому взлому

Сервера блог-платформы Wordpress были взломаны с получением низкоуровневого (root) доступа, под угрозой оказались миллионы пользователей. Скорее всего, взломщики получили доступ к исходным кодам сайтов, паролям пользователей и прочим личным данным. Компания Automattic, владеющая блогхостингом, сообщила о том, что она активно анализирует записи о взломе. Разработчики платформы пытаются понять какая именно информация оказалась в руках злоумышленников и предотвратить подобные проблемы в дальнейшем.

Сейчас Automattic может только посоветовать владельцам аккаунтов на Wordpress.com поменять пароли на максимально взломоустойчивые, особенно если они используются на других сайтах.

Интересно, что в этот же день, год назад Wordpress также был взломан, с использованием структурной уязвимости платформы. Злоумышленники воспользовались тем, что данные пользователей хранились в незашифрованном виде. Тогда под угрозой оказались сотни аккаунтов.



Как "падали" облака Amazon

Amazon упал. Не весь целиком, а только часть инфраструктуры, входящей в Amazon Web Services. Однако этого оказалось достаточно, чтобы в результате последствия ощутили не только рядовые пользователи, но и крупные порталы.

21 апреля 2011 года в 12.41 один из американских «облачных» центров обработки данных Amazon Elastic Compute Cloud (Amazon EC2), который предоставляет вычислительные мощности в облаке, вышел из строя. В результате новостной сайт Reddit перешел в режим «только для чтения», а сервис обмена знаниями Quora, геолокационная сеть Foursquare и портал Formspring работали с перебоями.

Однако другие компании, пользующиеся услугами компании Amazon (например, Netflix и Zynga), не пострадали. По всей видимости, данные этих порталов располагались в других ЦОД.

По прошествии 24 часов большая часть проблем была решена, однако в



полном объеме сервер в Виржинии (США) так и не заработал. Необходимо отметить, что в прошлом году Amazon EC2 выстоял под атакой сторонников WikiLeaks, когда данной организации было отказано в предоставлении хостинга.

В связи с происшествием некоторые конкуренты Amazon (Microsoft Azure,

Rackspace Hosting, готовящийся к выходу музыкальный «облачный» сервис Apple) уже поспешили объявить о том, что сбой весьма серьезный и негативно повлияет на имидж компании.

Лидия Леонг (Lydia Leong), эксперт компании Gartner отметила, что данный сбой показывает необходимость создания не только резервных копий данных, но и необходимости использования «резервного» облачного сервиса для крупных компаний. Впрочем, это может пригодиться и обычным пользователям.

Примерно месяц назад Amazon приступила к следующему этапу развития «облачного» сервиса, запустив на его базе онлайн-хранилище музыки Cloud Drive, которое позволяет пользоваться загруженной на сервера компании музыкой с любого устройства. Вряд ли владельцы музыкальной коллекции будут рады потерять годами собираемые треки.

Twitter получил русский интерфейс



Сервис микроблогинга Twitter наконец получил русский язык интерфейса. Пользователи могут установить этот язык в мобильной версии и в обычной веб-версии сервиса. Для установки русского языка интерфейса пользователям нужно зайти в настройки сервиса, выбрать нужный язык и повторно ввести пароль доступа к сайту. Список рекомендаций фолловеров в русскоязычном интерфейсе назван «Близкие по духу», а в правой части окна сервиса пользователям доступны два списка – «Читает» и «Читатели». Записи сервиса называются «твитами» – при появлении новых записей на сайте можно увидеть сообщение, например, такое: «1 новый твит».

Впервые информация о русском языке интерфейса появилась еще осенью прошлого года.

Примечательно, что одновременно с переводом интерфейса сервиса на русский язык администрация сервиса не представила раздел «Актуальных тем» (Trending Topics) для России.

Обсуждение русского языка интерфейса можно отслеживать по тегу #rutwitter.

Топ рекламодателей Рунета возглавили Мегавон, Volkswagen и Билайн



Компания TNS Россия обнародовала данные о последних тенденциях развития русскоязычного сегмента интернета и впервые представила рейтинг ведущих рекламодателей.

Согласно данным исследований TNS Web Index, аудитория интернета в России продолжает расти – прирост на март 2011 года за год составил 13%, при этом общая численность аудитории составляет 60% от населения страны (жители городов с населением от 100 тысяч жителей в возрасте 12+). При этом в Москве прирост аудитории практически прекратился, составив всего 5% за год. По последним данным 68% москвичей выходят в Интернет хотя бы 1 раз за месяц.

Что касается демографических характеристик аудитории, то самые активные пользователи – это молодые россияне в возрасте от 12 до 24 лет (94% из них – пользуются интернетом хотя бы 1 раз в месяц). В группе 25-44 таких пользователей

80%, в возрастной категории от 45 и старше – 31%. По мнению экспертов TNS, в будущем прирост аудитории будет происходить именно за счет данной категории граждан.

Исследователи отмечают, что за последний год стала стремительно расти аудитория мобильного интернета, которая каждый месяц пополняется на 10,7 миллиона россиян (жители городов с населением от 100 тысяч жителей, возраст – 12+). Всего в интернет с мобильного выходит 18% населения. По мнению экспертов TNS, что этот сегмент будет продолжать расти и станет одной из ключевых точек роста в интернет-среде.

Самыми популярными площадками в марте 2011 года стали: бесспорный лидер по численности аудитории – Яндекс (37 проектов) с аудиторией в 16,6 миллиона человек, Mail.ru (33 проекта) с аудиторией 14,6 миллиона человек и V Kontakte.ru (13,2 миллиона человек). Также в Топ-10 интернет-ресурсов попали Odnoklassniki.ru, Google (ru+com), Rambler (30 проектов), Wikipedia.org, Youtube.com, LiveJournal.com, Gismeteo.ru. При этом больше всего времени пользователи проводят на сайте V Kontakte.ru – в среднем 43 минуты в день, чуть меньше россияне тратят на сайте Odnoklassniki.ru (26 минут в день), на проекты Mail.ru – 16 минут в день.

В целом, интерес россиян к социальным медиа находится на неизменно высоком уровне. По данным международного проекта TNS Digital Life 2010 (онлайн опрос интернет-пользователей в 45 странах мира), 85% российских пользователей хотя бы 1 раз в неделю заходят на сайты социальных сетей. Для сравнения, примерно столько же – 87% и 85% от населения Китая и Бразилии соответственно также являются завсегдатями соцсетей. В Германии и США эта цифра значительно ниже – 61 и 70% от населения соответственно.

Также TNS Россия представила результаты нового исследовательского проекта по мониторингу рекламы в интернете. Согласно результатам исследования за 2010 год лидерами среди рекламодателей Рунета по бюджету стали компании Мегавон, Volkswagen и Билайн.

Сколько стоит Яндекс

Инвесторы оценили стоимость российской интернет-компании Яндекс, готовящейся к IPO, в 6 - 9 миллиардов долларов. Об этом написала газета The Wall Street Journal со ссылкой на источник, близкий к руководству компании.

Крупнейший отечественный поисковик готовится к первичному размещению акций на Nasdaq.

IPO запланировано на конец мая – начало июня 2011 года, Яндекс разместит на бирже 10-20% акций. Организаторами IPO являются Deutsche Bank, Morgan Stanley и Goldman Sachs.

Оценка в \$6-9 млрд справедлива, «Яндекс» зарабатывает в интернете больше всех в России и у него самая большая аудитория, говорит аналитик «Финама» Леонид Делицын.

Яндекс по итогам прошлого года получил выручку по US GAAP 12,5 миллиардов рублей против 8,7 миллиардов рублей годом ранее.

В структуре доходов компании за 2010 год традиционно лидирует выручка от контекстной рекламы – на ее долю приходится 88% доходов.



LinkedIn проводит успешное IPO



LinkedIn, социальная сеть для делового общения, успешно разместила 4827804 своих акции на фондовой бирже в Нью-Йорке. Еще 3012196 ценных бумаг выставили на продажу акционеры сети. Всего в рамках IPO компании удалось привлечь 352,8 млн. долл.

В ходе IPO было размещено 10% (7,8 млн.) акций по цене 45 долл. за штуку, что значительно превысило ожидания аналитиков. Ранее предполагалось, что акции будут торговаться по цене в 32-35 долл. за штуку. Таким образом, оценку общей стоимости LinkedIn повысили до 4,5 млрд. долл. Таким образом, IPO LinkedIn стало крупнейшим по числу акций выходом на биржу среди интернет-компаний со времен IPO интернет-гиганта Google.

В 5 раз может вырасти рынок социальных игр к 2015 году

В 2010 году доходы разработчиков социальных игр составили 1 млрд. долл. и, вероятно, вырастут до 5 млрд к 2015 году. Parks Associates, специализирующаяся на маркетинговых исследованиях утверждает, что рост доходов будет обеспечиваться как рекламой, так и продажами виртуальных товаров.

"Игры в социальных сетях быстро стали наиболее заметной категорией онлайн-игр, — говорит Пьетро Макиарелла (Pietro Macchiarella), аналитик Parks Associates, — в настоящее время более 250 миллионов человек играет в такие игры, как CityVille Zynga и FarmVille ежемесячно на платформе Facebook, что привлекает внимание как разработчиков, так и маркетологов. Крупнейшие бренды, такие как McDonald's и 7-Eleven уже провели кросс-акции с существующими социальными играми". Pietro Macchiarella утверждает, что разработчики социальных игр пришли к выводу, что наилучшие результаты по монетизации в целом достигаются при бесплатной игре с возможностью покупки некоторой части виртуальных товаров.



За 8,5 млрд. долл. Microsoft покупает Skype

Согласно совместному пресс-релизу компаний, Microsoft подписал соглашение о покупке сервиса интернет-телефонии Skype за 8,5 млрд. долл. денежными средствами. Новый владелец готов оплатить и все долговые обязательства Skype, которые на данный момент составляют уже 686 млн. долл. Главой нового отдела Microsoft Skype будет нынешний исполнительный директор Skype Тони Бэйтс. «Skype — феноменальный сервис, который обожают миллионы людей по всему миру. Вместе мы создадим будущее общения в реальном времени, где люди смогут оставаться на связи с семьей, друзьями, клиентами и коллегами, где бы они ни находились», — прокомментировал сделку исполнительный директор Microsoft Стив Баллмер.

Skype будет в полной мере поддерживать приставку Xbox, устройство Kinect, операционную систему Windows Phone, а также будет интегрирована в программный пакет Outlook, сеть Xbox Live и другие сервисы и устройства компании Microsoft.



Сделка стала самой дорогостоящей покупкой Microsoft за всю его 36-летнюю историю. На сервис Skype также претендовали интернет-поисковик Google и социальная сеть Facebook.

На 1,6 млрд. долл. Bessemer собирает фонд

Bessemer Venture Partners сообщил о запуске своего нового фонда объемом 1,6 млрд. долл., направленного на инвестирование компаний на ранней стадии по всему миру.

«Bessemer является одной из первых фирм венчурного капитала, создавших действительно глобальные платформы», — заявляет партнер Эд Коллотон. Компания работает в Северной Америке, Израиле, Европе и Латинской Америке и планирует инвестировать четверть объема нового фонда в индийские компании.

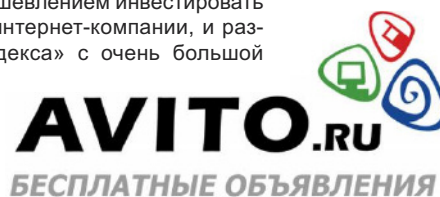


Партнер Bessemer Роб Чандра сообщил New York Times, что фонд инвестирует в регионы с долгосрочной перспективой прежде, чем их рынки достигнут насыщения.

До 1 млрд. долл. подорожает Avito?

Сервис бесплатных объявлений Avito, который рассчитывает в этом году собрать всего 6,7 млн. долл. выручки, по мнению его совладельца, шведской инвесткомпании Vostok Nafta, «переживает чрезвычайно впечатляющую стадию развития и имеет великолепные перспективы, в ближайшие годы компания может быть оценена в 1 млрд. долл.»

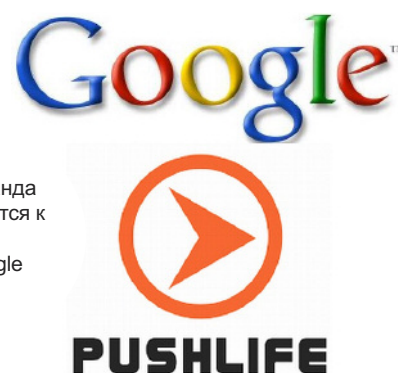
Подорожание Avito, по мнению Vostok Nafta, может быть спровоцировано интересом к Рунету в целом, в частности, к состоявшемуся выходу на IPO Mail.ru Group и ожидаемому — «Яндекса»: «Инвесторы сейчас готовы с воодушевлением инвестировать в российские интернет-компании, и размещение «Яндекса» с очень большой долей вероятности вызовет небывалый интерес».



За 25 млн. долл. Google приобретает мобильный стартап PushLife

Компания Google заключила сделку по покупке канадского стартапа PushLife, специализирующийся на разработке мобильных приложений в музыкальной сфере. Инструменты компании, в частности, позволяют синхронизировать медиатеку iTunes и Windows Media с портативными устройствами под управлением операционной системы Android и коммуникаторами RIM BlackBerry.

Сумма сделки, по информации источников, близких компаниям, составила порядка 25 млн. долл. Ожидается, что команда PushLife присоединится к канадскому подразделению Google для дальнейшей разработки мобильных приложений.



30 тыс. долл. получил второй российский стартап от Microsoft

Волгоградский стартап Ajatix, занимающийся разработкой и продвижением модулей расширения для инструментов web-разработки, получил грант на развитие бизнеса в размере 30 тыс. долл. от компании Microsoft.



«Поддержка малого инновационного бизнеса — необходимое условие экономического развития нашей страны. Фонд посевного финансирования Microsoft является как раз одним из инструментов такой поддержки. Мы стремимся всячески способствовать становлению начинающих инновационных компаний, предоставляя не только финансирование, но и технологическую и экспертную поддержку», — говорит Николай Прянишников, президент Microsoft в России.

2,5 млн. долл. вложил Open Capital в «Профессионалы.ру»

Первой сделкой фонда прямых инвестиций Open Capital стало заключение соглашения о приобретении миноритарной доли в российской деловой социальной сети «Профессионалы.ру» (Professional.ru) за сумму 2,5 млн. долл.

Привлеченные средства компания направит на развитие платформы, обеспечивающей доступ к сайту с любых устройств, b2b-сервисов, функций онлайн-рекрутинга и контентной составляющей сайта. «Мы намерены значительно усилить свои позиции в регионах России, тем самым увеличив качественные и количественные аудиторные показатели сети, а также запустить новые сервисы, дающие пользователям важный бизнес-инструментарий для решения повседневных и долгосрочных задач», — сообщил CEO «Профессионалы.ру» Дмитрий Ситников.

Профессионалы.ru®

100 млн. долл. получают Android-стартапы от DCM

Венчурная компания DCM создала фонд объемом 100 млн. долл. для начинающих предпринимателей, сосредоточенных на Android.

"Пост Android предоставляет исключительные и огромные возможности — такие, которые бывает только единожды в цикле развития технологии", — говорит Дэвид Чао, один из основателей и генеральный партнер DCM.

"Фонд будет искать наиболее перспективные компании для укрепления и расширения богатых возможностей Android — в мобильных системах и за ее пределами, включая приложения, услуги и прочие возможности" — добавил он.

Фонд, вероятно, будет иметь международный характер с заметной азиатской долей, DCM назовет основных партнеров в ближайшие недели.



android

На 130% выросло число сделок в секторе видео-игр в 2010 году

Сделки по приобретениям и привлечению капитала в секторе видео-игр выросли на 130% до 1,89 млрд. долл. в 2010 году, по сравнению с 819 млн. долл. в 2009 году, по данным исследований рынка IHS Screen Digest. В течение года было зафиксировано 123 сделки по финансированию и 87 приобретений, то есть 20-24 приобретения в квартал, что в 2 раза больше, чем годом ранее.

"Две ключевые тенденции наметились в сфере поглощений и финансирования в секторе видеоигр в 2010 году," — сказал Стив Бейли, игры аналитик IHS, — «Во-первых, обусловленность растущей активностью в быстроразвивающейся сфере онлайн-игр, с особым упором на социальный игровой сети. Во-вторых, рост финансирования и поглощений также возрос между западными рынками и азиатскими компаниями, главным образом на рост повлияли различные аспекты онлайн-игр".



«Яндекс» планирует инвестировать в зарубежные стартапы

«Яндекс» объявляет о запуске нового проекта инвестиций в российские и зарубежные стартапы, которые потенциально интересны компании и находятся на «посевной» или ранней стадии развития. «Наш бюджет на инвестиции довольно обширен. В программе «Яндекс.Фабрика» речь идет об инвестициях с верхним пределом до нескольких сотен тысяч долларов. В среднем команды с качественными идеями смогут рассчитывать на объем финансирования от 50 тыс. до 150 тыс. долл.», — поясняет пресс-секретарь компании Очир Манджиков. Ранее компания интересовалась только стартапами из СНГ.

Недавно сооснователь холдинга Mail.Ru Group Юрий Мильнер также объявил о создании фонда Start, вкладывающегося в молодые интернет-проекты за рубежом, проекты для которого подбирала экспертная группа Y-Combinator.

Яндекс

46% сайтов монетизируются платными ссылками

46% монетизируемых веб-ресурсов в рунете зарабатывают на продаже ссылок, согласно результатам совместного опроса Партнерской сети Миксмаркет, интернет-изданий SEOnews и AdmitAd.

В ходе опроса, проводившегося с 28 апреля по 15 мая, на вопросы анкеты ответили 452 респондента, из которых 81% заявили, что посещаемость их сайтов ниже 5 тыс. посетителей в день, т.е. это молодые и/или нишевые тематические сайты.

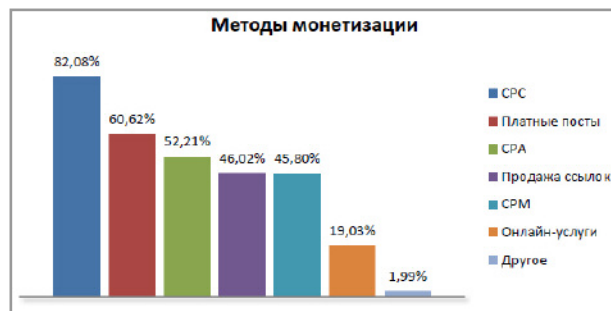
Самый распространенный вариант заработка на сайте – контекстная реклама (СРС), считается, что этот формат оплаты рекламы является "золотой серединой" и позволяет учесть интересы рекламодателя и веб-мастера. 60% вебмастеров ответили, что зарабатывают на платных постах, довольно большая доля сайтов (52%) монетизируется в том числе по схеме CPA (оплата за действие), на четвертом месте по популярности продажа ссылок (46% респондентов), а только после них стоят баннеры (оплата за показы с 45%).

Большинство сайтов зарабатывают сразу несколькими способами и только 5-7% респондентов ответили, что монетизируются только 1 или 2 способами.

При этом при выделении категорий сайтов (новостные, комьюнити, блоги, коммерческие сайты, контент-ресурсы и т.д.), выясняется, что на платных ссылках чаще зарабо-

тывают комьюнити, а на платных постах – новостные сайты. Модель оплаты CPA наиболее популярна на развлекательных сайтах.

Реклама с оплатой за показы активно вытесняется рекламой с оплатой за клики, а также ее начинает вытеснять реклама с оплатой за действия. Продажа SEO-ссылок и платных постов до сих пор приносит партнерам существенный доход, и он составляет 40-50% от общего дохода веб-мастеров. Другие методы монетизации почти не используются, но некоторые веб-мастера продают с помощью сайтов свои услуги и инфо-продукты.



10% всего трафика на сайты приводят кнопки «поделиться»

Сервис ShareThis опубликовал исследование о том, как влияет распространение информации с помощью кнопок «поделиться» на трафик веб-ресурсов. В рамках исследования были проанализированы 300 миллионов пользователей, которые в течение месяца совершали клики по кнопкам ShareThis примерно на миллионе сайтов, сгенерировав, таким образом, около 7 млрд. дополнительных просмотров страниц для этих ресурсов.

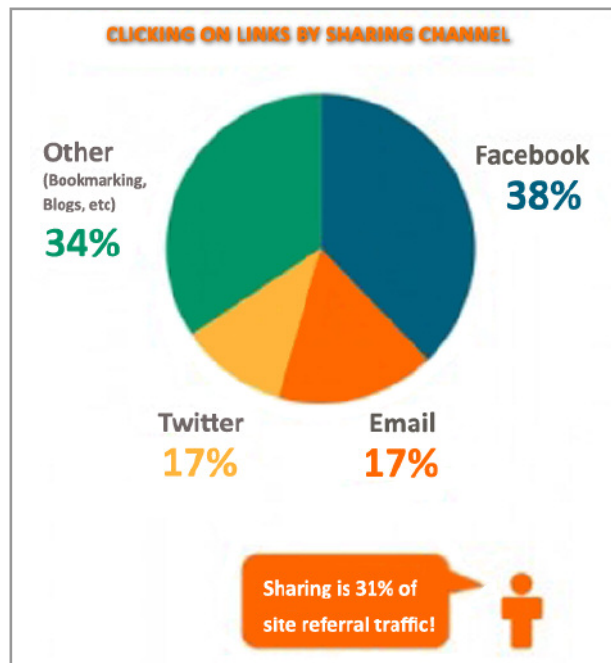
«Поделившиеся» аккаунты приносят сайтам в среднем около 10% всего интернет-трафика на сайта и 31% трафика от трафика с внешних ссылок.

Выяснилось, что в функции «поделиться» чаще, чем другие, пользуются аккаунтами Facebook (38% всего трафика, который привели различные кнопки «поделиться»). Но эти цифры отражают уже непосредственно трафик, т.е. количество переходов с разных соцсетей.

Также есть данные о том, что 56% всего контента, которым поделились пользователи, проходит через кнопки Facebook (что на 11 п.п. выше, чем год назад – в августе 2010 цифра составила 45%), и всего 8% - через Твиттер (причем, против 12% на август 2010 года). Эти данные по Facebook, с одной стороны, положительно характеризуют рост популярности этой соцсети, но с другой, оказывается, что довольно большая доля ссылок, которыми делятся через Facebook, не получает ни одного клика.

Ссылки, которыми поделились в Twitter, в среднем получают 4.9 кликов, в Facebook – 4.3, а в email – только 1.7 клика. Как видно, функция «поделиться» не имеет вирусного эффекта, как многим казалось. Вероятность клика по ссылке тем выше, чем ближе к первому кругу поделившегося пользователя ссылка находится.

Интересно также, что 80% пользователей делятся только ссылками, относящимися к одной тематической категории и 70% - совершают переход по ссылкам только одной категории (будь то бизнес, политика или развлечения).





ХОСТИНГ

**Битва облачных хостингов:
Amazon EC2 против
Rackspace cloud**

**VMware Cloud Foundry:
куда пойдут развиваться
PaaS-сервисы?**

**Внутри десяти самых
больших в мире датацентров**

Битва облачных хостингов:

Amazon EC2 **ПРОТИВ** Rackspace cloud

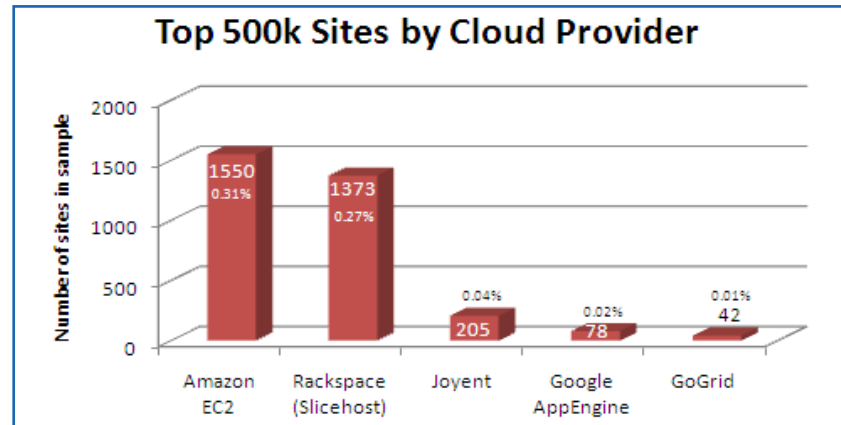


Автор

Игорь Савчук
internetno.net

Популярность облачного хостинга растет не по дням, а буквально по часам. Для бизнеса важны критерии цены и качества — облачный хостинг дает и то и другое сразу, позволяя получать сравнительно дешево неограниченные вычислительные мощности, в то же самое время 100% работоспособность ваших облачных сервисов гарантирована, т.к. все ресурсы многократно дублируются в рамках облачной среды. И если это так, то настало время для выбора PaaS-провайдера для своего бизнеса, давайте попробуем сделать это сегодня вместе, рассмотрев в нашей битве два абсолютных мировых лидера этого рынка через призму цифр и фактов.

Давайте начнем со статистики продаж, чтобы выделить лидеров этого рынка. Мы воспользуемся исследованием InfiBase (начало 2010 года), которое утверждает, что 1,550 наиболее загруженных сайтов в мире (исследование велось по срезу из 500 000 самых посещаемых сайтов в мире) хостится у Amazon EC2. Тогда как 1,373 из этой же группы рассматриваемых сайтов хостит компания Rackspace Cloud Servers. Как видим, разница по VIP-клиентам между этими двумя игроками совсем невелика, даже более того, самые последние косвенные данные за 2011 год свидетельствуют, что Rackspace начинает уже даже обходить Amazon EC2 по количеству VIP-кли-



ентов. Ближайшие соперники к этой «большой двойке»: Joyent, у которого 205 VIP-сайтов, за ним следует Google App Engine (всего лишь 78 сайтов-гигантов), и замыкает раскладку GoGrid — 42 VIP-клиента.

Итак, как видно, на рынке облачного хостинга доля всех компаний кроме Amazon и Rackspace — практически ничтожна, тогда как между этой «большой двойкой» идет просто жесточайшая конкуренция с практически полным паритетом по клиентской базе. И хотя в интернете сейчас великое множество хвалебных статей, как за Amazon, так и за Rackspace, мы решили сегодня провести собственную битву между лидерами, и с цифрами на руках определить, кто же лучший из этой двойки на самом деле?

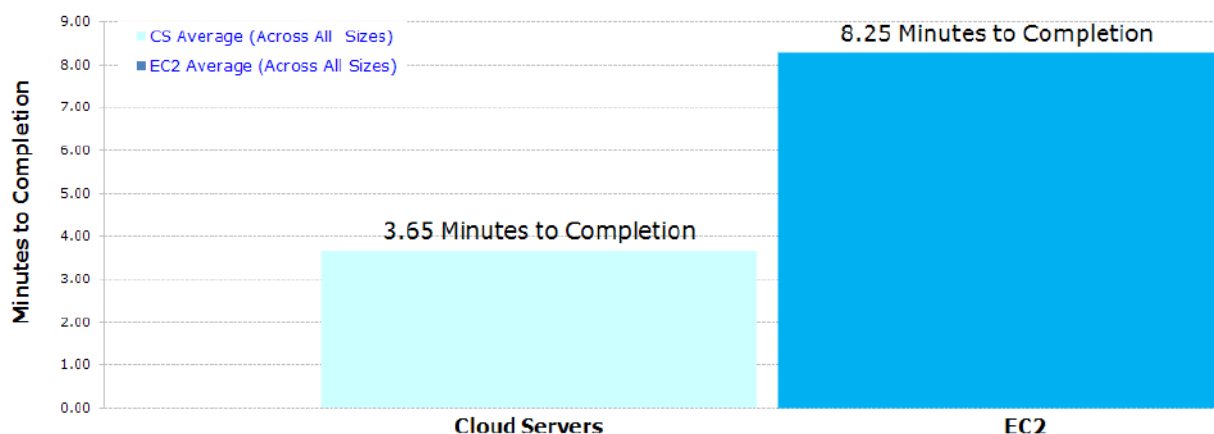
Производительность

Существует большое количество подобных независимых замеров, здесь же

мы приведем только один тест из подробного доклада о тестировании лаборатории BitSource (тем более результаты других тестов свидетельствуют об этом же). В качестве задачи нужно было скомпилировать последнее ядро Linux со всеми его модулями и составляющими, при этом использовались во всем полностью сопоставимые тарифы этих двух хостингов. Как видно по результату — Rackspace Cloud Servers опередило EC2 почти в два раза.

И хотя часто звучат голоса противников, что подобные тесты носят «синтетический характер» и далеки от реальных задач, другой эксперт Дэйв Винер (Dave Winer), постоянный и старый клиент Amazon EC2, решил купить для теста аналогичную установку в Rackspace. И если его финансовое приложение под Windows всегда потребляло 100% ресурсов на Amazon EC2, то при его переносе на полный аналог в Rackspace — система показала среднюю нагрузку близкую к 10%. ➔

CloudServers vs. Amazon EC2 Linux Kernel Compilation Time Platform Averages



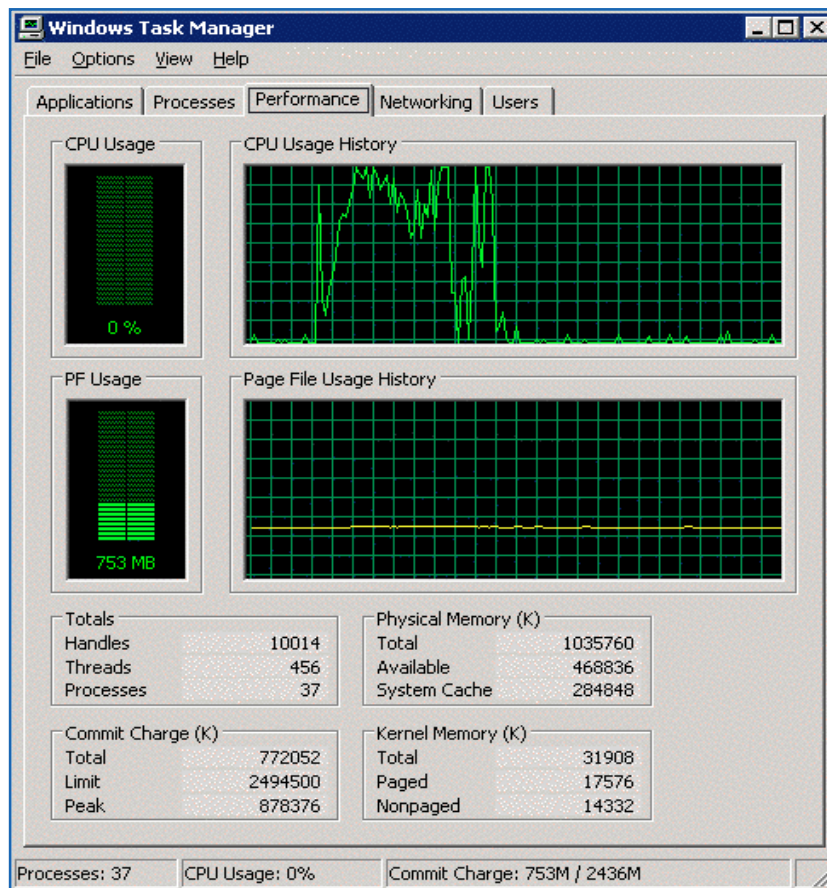
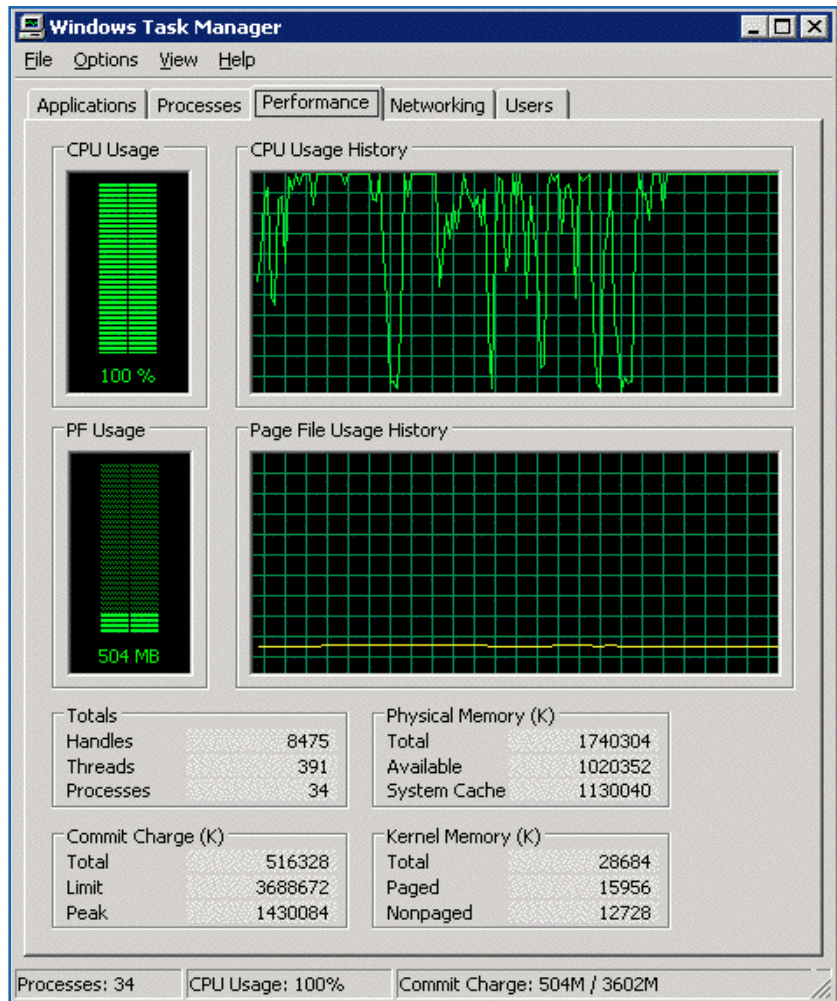
Вывод Дэйва звучит вполне логично: «Я просто в шоке... Моё окончательное решение — я перенёшу свои сервера на Rackspace». Конечно, пользователи EC2 могут использовать «Elastic Block Storage» для повышения производительности, но это будет стоить дополнительных денег.

Стоимость

Стоимость — один из важнейших факторов. И если речь идет об облачных сервисах, построенных на базе концепции «оплачивай только то, что использовал» — хочется, чтобы эта формула позволяла нам экономить. Поэтому давайте сравним непосредственно цены, но для определенности хочу сказать, что цены ниже взяты для Linux-варианта хостинга (Ubuntu), цены на Windows-хостинг с набором различных баз данных будет немного дороже рассмотренных ниже.

Начнем с рассмотрения Amazon. Amazon предлагает три разновидности инсталляций (instance):

- **Small Instance (по умолчанию):** 1.7GB RAM, 1 CPU Core, 160GB свободного места, доступна только 32-битовая платформа;
- **Large Instance:** 7.5GB RAM, 2 виртуальных ядра, 850GB свободного места, доступны как 64-битовая, так и 32-битовая платформы;
- **Extra Large Instance:** 15GB RAM, 4 виртуальных ядра, 1.7TB места, доступны как 64-битовая, так и 32-битовая платформы;

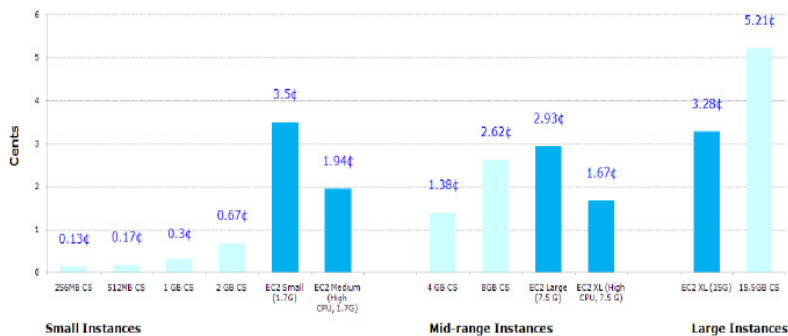


Amazon может предоставлять дополнительно и другие премиум-тарифы, но они предназначены для сверхнагруженных систем, и мы не будем рассматривать здесь эти экстремальные случаи.

Эти три тарифа поставляются через 3 модели оплаты:

- **On Demand** — почасовая оплата за работу одной инсталляции (\$0.085/в час за Small, \$0.34/в час для Large, \$0.68/ в час для Extra Large);
- **Reserved** — оплата сразу на год вперед (\$227.50/за год для Small, \$910/ за год для Large, \$1820/за год для Extra Large), есть дополнительные бонусы для дополнительных предоплаченных годовых циклов;
- **Spot** — этот режим оплаты определяет т.н. спотовую цену, т.е. вы ставите максимальную цену в час, которую вы готовы платить за данную инсталляцию, и все время пока средняя цена по системе будет ниже вашей цены — ваша инсталляция будет работать, как только рост предложения на вашу инсталляцию превысит средние спотовые цены — ваша инсталляция будет отключена. Для ориентировки я привожу средние текущие спотовые цены по системе: \$0.031/за час для Small, \$0.14/ за час для Large, \$0.233/ за час для Extra Large (обычно 1/3 от цены пакета On Demand). ➔

CloudServers vs. Amazon EC2 Linux Kernel Compilation Cost by Instance



Учитывая существенные колебания этих цен, нужно очень осторожно использовать эту возможность, т.к. сайт может быть в любой момент внезапно отключен.

У Rackspace Cloud нет и близко такой сложности в тарифной политике, но, несмотря на более простой метод оплаты, они обеспечивают достаточно мелкий шаг в ценовых предложениях, чтобы каждый мог выбрать подходящее именно для его случая:

- 256MB RAM, 10 GB места на диске: \$0.015/ч
- 512MB RAM, 20 GB места на диске: \$0.03/ч
- 1024MB RAM, 40GB места на диске: \$0.06/ч
- 2048MB RAM, 80GB места на диске: \$0.12/ч
- 4096MB RAM, 160GB места на диске: \$0.24/ч
- 8192MB RAM, 320GB места на диске: \$0.48/ч
- 15872MB RAM, 620GB места на диске: \$0.96/ч

Анализ при пересчете по сопоставимым тарифам показывает, что Rackspace Cloud предлагает услуги по чуть более низкой стоимости, при условии, что вы не «играете в рулетку» на Amazon по спотовым ценам.

Безопасность

Узкое место облачных вычислений, которое часто записывается им в минус — это безопасность и вопросы приватности данных в облаке. Давайте сравним положение по этому вопросу в этих двух компаниях.

При создании инсталляции в Amazon EC2 вам в рамках создания key pair выдается свой собственный частный ключ, потеряв который, вы не сможете попасть в свою инсталляцию.

Второй аспект безопасности — это наличие Security Zone — брандмауэра, который запущен поверх вашей собственной инсталляции, он будет находиться поверх всех внутренних правил и ограничений вашей установки, нивелируя любые возможные ошибки безопасности в настройке вашей частной установки. Кроме этого имеются настройки VPN.

Create a new Security Group

1. Name your Security Group: Secure EC2

2. Describe your Security Group: Standard Ports

3. Define allowed Connections

Application	Transport	Port	Source Network (IPv4 CIDR)	Actions
SSH	tcp	22	All Internet	Remove
HTTP	tcp	80	All Internet	Remove
MySQL	tcp	3306	All Internet	Remove
Select...	-	-	All Internet Change	Add Rule

В Rackspace понятие безопасность понимают по-своему. Во-первых, ваши параметры входа, хост, пароль и логин вам любезно вышлют в открытом виде на ваш e-mail, что, мягко говоря, очень плохая идея. Во-вторых, устанавливаемый по-умолчанию «случайный» пароль всегда содержит часть вашего хоста, т.е. его можно попробовать подобрать. Никаких брандмауэров и прочих опций безопасности у Rackspace не существует и в помине. Поэтому в плане безопасности — у Amazon EC2 дела намного лучше.

Вывод

Многие дополнительные важные параметры остались за бортом этого обзора, попробуем учесть их и подвести черту, сформулировать краткий вывод исходя из всех приведенных фактов. Сайты, размещенные на Amazon EC2, показывают более быстрое время отклика, чем сервера Rackspace: Amazon имеет дата-центры, разбросанные буквально по всему миру, тогда как дата-центры Rackspace сосредоточены преимущественно в США, поэтому из России Amazon открывается заметно быстрее (впрочем, с марта этого года Rackspace заключил партнерство с CDN-сервисом Akamai, поэтому скорее всего ситуация изменится к лучшему). Что касается выгоды по ценам, то Amazon однозначно выгоден только в одном, несколько необычном случае — если вы храните свои объемные базы данных за пределами облака, размещая в облаке Amazon только критическую часть сайта. В противном же случае, Rackspace смотрится более выгодно по стоимости, чем Amazon (за аналогичную вычислительную мощность). Rackspace также перевешивает в возможностях панели управления и славится очень компетентной и терпеливой круглосуточной

поддержкой (в том числе и по телефону). Преимуществом же Amazon является то, что она предлагает множество продвинутых технологий для сегмента высоконагруженных сайтов-гигантов, таких как: auto-scaling, load balancing, elastic map reduce и многое другое, что пока отсутствует у Rackspace для подобных VIP-сайтов. ■

Create a new Key Pair

1. Enter a name for your key pair: My Amazon Key Pair (e.g., jdoekey)

2. Click to create your key pair: [Create & Download your Key Pair](#)

Save this file in a place you will remember. You can use this key pair to launch other instances in the future or visit the Key Pairs page to create or manage your key pairs.

From: Rackspace Cloud Support <support@rackspacecloud.com>
Subject: Cloud Server Alert Notification
Date: July 30, 2010 10:13:02 PM EDT
To: [redacted]

Your Cloud Server build is complete.

IP: 184.106.228.18
root/Administrator password: cirrus2VuKs0N5x

Resources:
Knowledge Base: <http://cloudservers.rackspacecloud.com>
API Developer Guide: <http://docs.rackspacecloud.com/servers/api/cs-devguide-latest.pdf>
Cloud Tools: <http://tools.rackspacecloud.com>

If you have any questions or received this message in error, please let us know.

Best Regards,
The Rackspace Cloud
US Toll Free: 1.877.934.0407
International: +1.210.581.0407
UK: 0800-083-3012

VMware Cloud Foundry: куда пойдут развиваться PaaS-сервисы?

Автор

Игорь Савчук
internetno.net

Конкуренция между облачными платформами усиливается с каждым годом, и чем более популярной становится концепция PaaS, тем более притягательным становится этот рынок для все большего числа крупных IT-компаний. Поэтому все уже привыкли, что на рынок регулярно выходят все новые игроки, предлагающие свое видение концепции облачных вычислений. Но совсем недавнее появление Cloud Foundry от компании VMware — сразу обратило на себя всеобщее внимание: стало понятно, что на этом тесном рынке внезапно появился новый сильный игрок, а, значит, на облачном олимпе грядут новые большие перемены. Сегодня мы попробуем по горячим следам разобраться, что же собой представляет Cloud Foundry, и что нового она привнесла на рынок PaaS-хостинга.

Готовая среда разработок

Как уже было сказано выше, совсем недавно VMware запустила уникальную инициативу названную Cloud Foundry. С точки зрения разработчика, это PaaS-сервис, в котором можно бесплатно за-

регистрироваться, залогиниться и начать сразу писать в удобном редакторе код нового приложения на множестве популярных языков программирования: на Java, на языке Ruby, на группе языков работающих поверх JVM. Фактически, предоставляется уже готовый набор различных сред программирования, подобно тому, как это сделано в Engine Yard или Heroku. Кроме того, для полноценного развертывания и сопровождения приложения на выбор доступен целый набор из баз данных, это MySQL, Redis, MongoDB, в самое ближайшее время ожидается появление поддержки RabbitMQ. Короче говоря, для программиста это даже больше, чем MS Visual Studio, — это целая готовая инфраструктура, для создания приложений любых масштабов. Если учесть её реальную мультиплатформенность и облачность, то о таких возможностях раньше только можно было мечтать, впрочем, давайте обо всем по порядку.

Редакции предлагаемых облаков

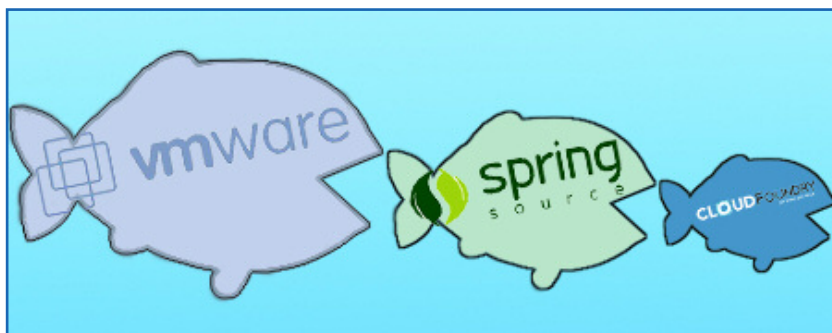
Главная особенность всех редакций — это полная независимость от кон-

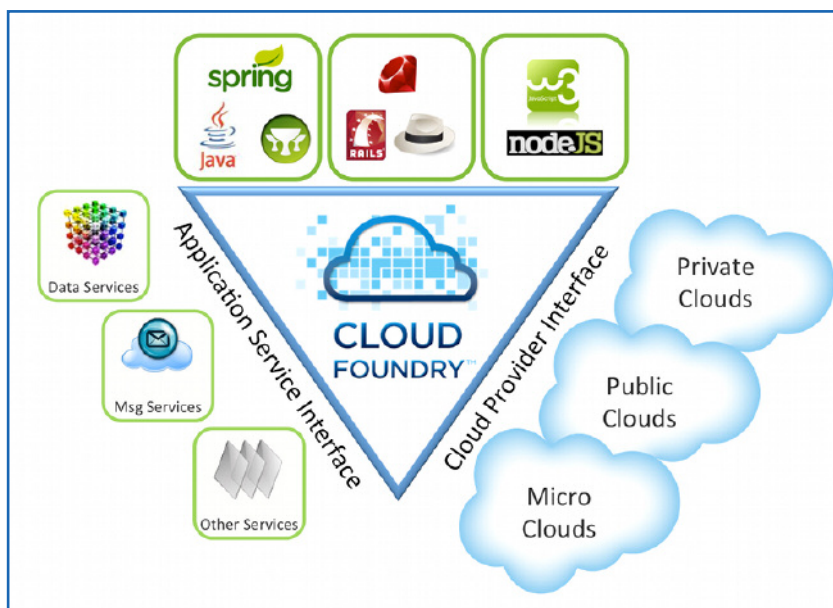
кретного проводника платформы, т.е. в любой момент вы можете запустить эту платформу самостоятельно, перенести её целиком или только ваше приложение отдельно к другому cloud-хостеру. При этом всего существует четыре варианта работы с Cloud Foundry:

1 коммерческий хостинг от родоначальника этой платформы — VMware, — cloudfoundry.com. Пока этот сервис находится в стадии тестирования, на хостинге можно зарегистрироваться и пользоваться им и его сервисами бесплатно. Компания VMware заявляет, что пока у неё нет даже примерных цен на будущие услуги этого хостинга.

2 Любой другой облачный хостинг, располагающий соответствующей серверной инфраструктурой, может бесплатно и независимо развернуть эту платформу на своих мощностях. И хотя технически эта платформа исполняется «на верхушке» коммерческих инфраструктур vSphere и vCloud, она вполне может быть запущенной на базе других подобных облачных инфраструктур. Партнер VMware, компания RightScale, уже продемонстрировала удачный запуск приложений Cloud Foundry во внешних сервисах, таких как Amazon Web Services. Но поскольку это открытая технология, она может быть запросто адаптирована для запуска на базе таких сервисов, как Eucalyptus or OpenStack. Уже буквально сегодня, о подготовке к запуску этой услуги заявил крупный облачный провайдер Joyent.

3 Поддерживаемая концепция частных облаков позволяет запустить эту среду на своих мощностях, решая все вопросы по сопровождению инфраструктуры и обеспечения безопасности информации своими силами — вы вправе сами выбирать какой вариант вас устроит. ➔





4 Дополнительно поддерживается создание собственных локальных cloud-инфраструктур (micro-cloud), которые можно будет запускать на своем рабочем компьютере, даже без подключения к сети интернет. В этом случае технически система будет поставляться в виде образа операционной системы, т.е. разработки будут иметь возможность запустить локально тестовый узел на базе Ubuntu 10.04 для любой разработки и отладки своих приложений для Cloud Foundry. Пакет Cloud Foundry Micro Cloud позволит максимально упростить создание локальный cloud-окружений на базе Cloud Foundry и технически будет оформлен в виде образа виртуальной машины, который можно запустить под управлением бесплатного VMware Player.

Языки разработки

На данный момент в cloud-инфраструктуре Cloud Foundry поддерживается запуск нативных приложений, разработанных на языке Java с использованием Spring, на языке Ruby с использованием Rails и Sinatra, JavaScript (Node.js) и языков, работающих поверх JVM, включая Grails. В качестве сопутствующих баз данных имеется возмож-

ность использовать MySQL, Redis и MongoDB, RabbitMQ. Для подготовки такой впечатляющей поддержки среды Java, ранее VMware пришлось поглотить компанию SpringSource, что и дало ей возможность реализовать полную поддержку этого языка и популярного фреймворка Spring. Давнее партнерство с Joyent привело к реализации Node.js и т.д. Таким образом, видно, какую огромную предварительную работу провела VMware по созданию самой возможности реализации этой платформы.

Вторая важная особенность, что VMware провозгласила Cloud Foundry открытой технологией, при этом под открытостью здесь понимается в первую очередь отсутствие привязки разработчиков к одному фреймворку — определенному набору приложений или сервисов, как это делают другие подобные сервисы. Иными словами, VMware дает возможность выбора из почти десятка популярных технологий, не навязывает использование какого-то строго определенного фреймворка для разработки облачных приложений, давая возможность использовать программистам популярные и привычные для них инструменты.

Главные отличия Cloud Foundry

Cloud Foundry — это первый Open-Source-проект в сегменте PaaS промышленного уровня: в отличие от других похожих открытых cloud-платформ, таких как [OpenStack](#), [CloudStack](#), [Xen Cloud Platform](#), [OpenNebula](#) и [Eucalyptus](#), PaaS-платформа Cloud Foundry ориентирована на запуск в облаке конечных приложений, а не образов операционных систем. То есть Cloud Foundry впервые сделала акцент на PaaS (платформа как сервис), тогда как до этого все подобные инициативы были нацелены на сегмент IaaS (инфраструктура как сервис), что усиливает эффект новизны. Cloud Foundry выполнена в виде мультиоблачной платформы, которая позволяет выбрать каждому игроку на рынке наиболее удобный ему вариант облачного хостинга. Чтобы стимулировать адаптацию и минимизировать трудности по переносу своей платформы на конкурирующие облачные площадки, технологию решено сделать открытой, тактически жертвуя привязкой клиентов к себе, но стратегически выигрывая на потенциальной популярности и привлекательности такой открытой платформы.



Топ-менеджер VMware Джерри Чен резюмирует: «Мы верим, что существующие облачные платформы (в первую очередь такие, как Azure and App. Engine) — концептуально неполноценны. До сих пор не существует ни одной мультиоблачной платформы — одновременно в публичной и частной версии, — и при этом ни одна из платформ изначально не проектировалась быть открытой сразу множеству фреймворкам и языкам программирования. Мы даем разработчикам свободу выбирать удобные им средства разработки, мы даем возможность провайдеру выбирать удобный ему способ размещения инфраструктуры, мы даем покупателям выбирать подходящего им провайдера».

Внутри десяти самых больших в мире датацентров

Датацентры затрагивают все аспекты нашей жизни. Бизнес доверяет датацентрам важную информацию и всю работу в организациях. Сегодняшние большие дата-центры находятся на острие технологий, они занимают тысячи квадратных метров и могут содержать миллиарды килобайт информации для бизнеса или обычных пользователей. Поскольку

необходимость в «облачных» сервисах растёт, эти центры содержат десятки или иногда сотни тысяч серверов, мультитерабайтные системы хранения данных и всё чаще располагаются в местах, где есть доступная и дешёвая электроэнергия.

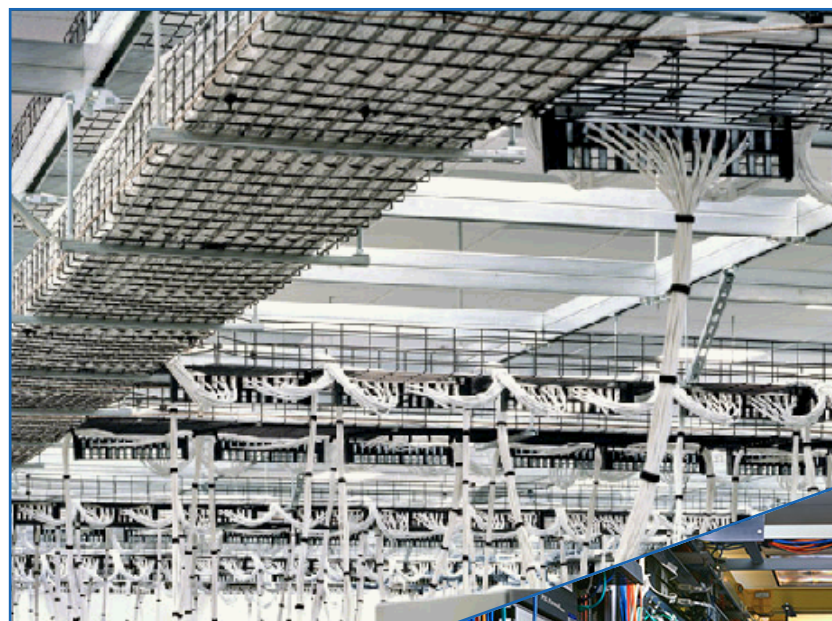
В этой статье в картинках представлен взгляд изнутри на десять крупнейших датацентров.

Автор

David Vellante
<http://wikibon.org/>

NJ2 в Вихакен (Weehawken), Нью Джерси

Внутри NJ2 в Нью-Джерси. Теперь больше уделяют внимание меньшему потреблению энергии серверами и инновациям в дизайне и формах самого датацентра. ➔

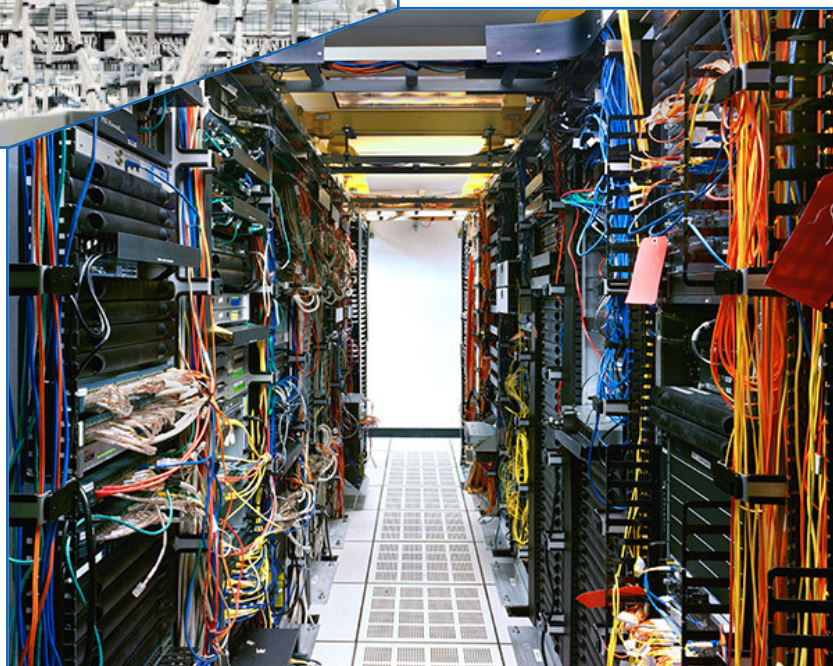


Датацентр Microsoft в Квинси (Quincy), Вашингтон

Слайдшоу [технологий датацентров](#) от Нью Йорк Таймс показывает нам, как впечатляюще могут выглядеть дата-центры, и как они важны в нашей повседневной жизни.

Сервера становятся всё мощнее и всё больше киловатт надо, чтобы они работали и нормально охлаждались. Датацентры по всему миру потребляют на данный момент больше энергии, чем целая Швеция.

Датацентр Microsoft в Квинси может хранить около 6,75 триллионов фотографий.



«Зелёный» датацентр IBM

Датацентры IBM расположены на площади 8 миллионов квадратных футов (~743 224 квадратных метров) на шести континентах. Следуя своей инициативе «зелёных» датацентров, они ожидают, что смогут сэкономить более 5 миллиардов киловатт-часов в год, используя устройства и сервера, экономящие энергию. ➔



Датацентр Микрософт в Чикаго

Открытый в конце 2009, в стадии первой фазы строительства, включающей первый этаж, содержащий до 56 контейнеров, способных разместить от 1800 до 2500 серверов. ➔

Датацентр Токио

Центр японского интернета. Это крупнейший датацентр в мире (по крайней мере они так заявляют). На этом фото запечатлён вход в центр. ➔

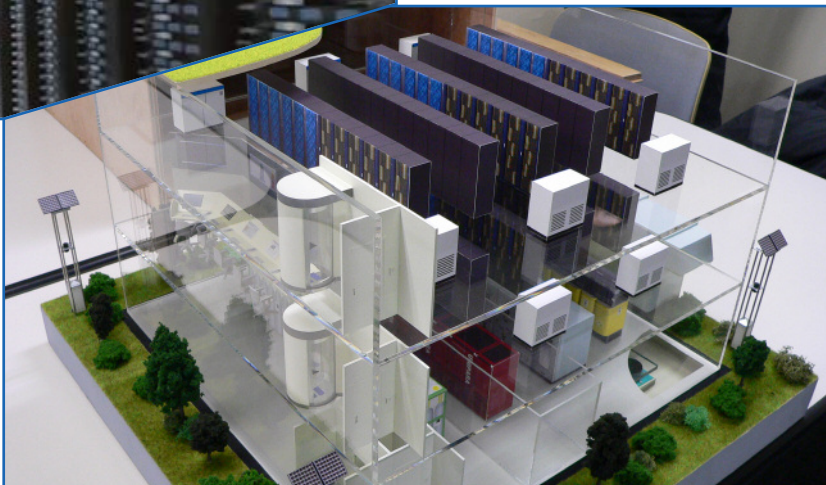


Датацентр Facebook

В датацентре Facebook хранится более 40 миллиардов фотографий, а пользователи загружают ежедневно 40 миллионов новых — около 2000 фотографий в секунду. Не удивительно, что тут всё забито. ➔

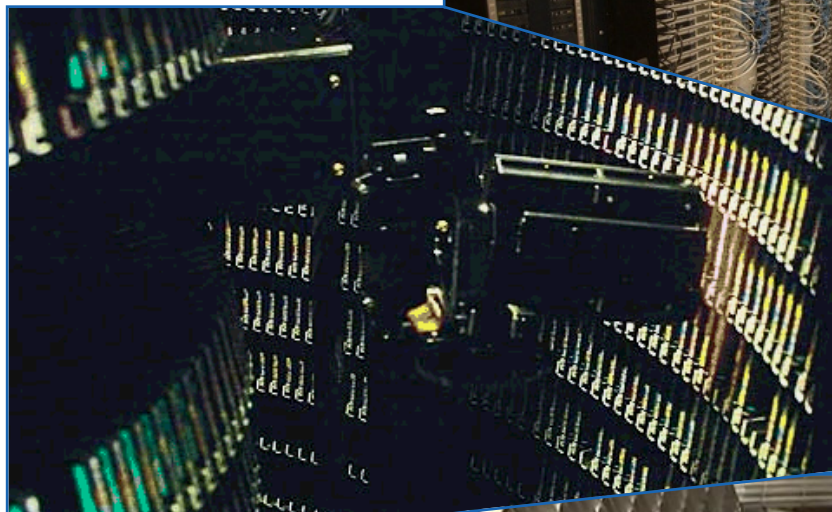
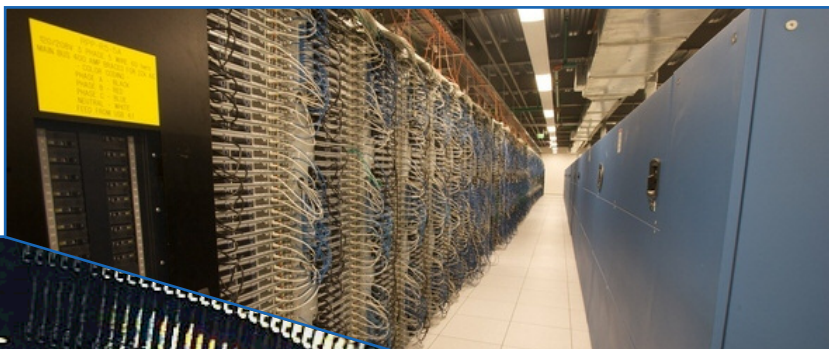
«Зелёный» датацентр HDS (Hitachi Data Systems) в Йокогама

Открытый в августе 2009, датацентр HDS в Йокогама занимает площадь в 10 000 квадратных метров. Из пресс релиза, этот «зеленый» датацентр использует берегающие технологии, разработанные чтобы достигать рейтинга в 1.6 PUE. ➔



Датацентр 1&1

Датацентр 1&1 находится в городе Ленекса (Lenexa) в Канзасе, недалеко от Канзас-Сити. В пяти серверных комнатах размещаются 860 стоек и может быть размещено по крайней мере 40 000 серверов. ➔



Центр супервычислений в Сан-Диего

Новое здание Центра супервычислений в Сан-Диего имеет холодный бетонный вид, специально обработанные окна и окна, которые действительно открыты. Эта картинка показывает как, используя роботизированную виртуальную ленточную библиотеку, SDSC может уменьшить потребление энергии. ➔

Датацентр Google

В октябре 2008 Google получили патент на модель портативного датацентра. Этот датацентр содержит «крючок», на котором находятся 25 контейнеров, в каждом из которых размещается до 1600 серверов, и используется 250 киловатт энергии. Датацентр А расположен на площади 7500 квадратных футов (~6 500 квадратных метров) и потребляет 10 мегаватт энергии. ➔



Хотите больше?



Создание датацентра за 26 недель

Digital Realty Trust строит здания датацентров по всему миру. Эта фотография показывает, как выглядит процесс строительства датацентра в Санта Клара (Santa Clara), Калифорния. ➔

Многие мили труб охлаждающей системы Recovery Point

Это небольшая часть труб охлаждающей системы, находящейся под полом датацентра Recovery Point, в котором расположено множество блейд-серверов. Это конструкция соответствует третьему классу сертификации по классификации Uptime Institute и предоставляет отказоустойчивую инфраструктуру. Это означает, что сервера никогда не будут остановлены для обслуживания, и что инфраструктура может быть обслужена «на ходу», без остановки. ■





ВЕБ-РАЗРАБОТКИ

**Интервью с Матиасом Хенце
создателем Jimdo**

**Разумная стоимость
веб-разработок.
Как знать, за что платишь?**

**Веб-разработка: пора вырасти
из коротких штанишек**



Интервью с Матиасом Хенце создателем Jimdo

Онлайн-конструкторы сайтов пользуются все большей популярностью во всем мире. И не случайно, ведь они дают возможность любому неискушенному пользователю попробовать себя в роли веб-дизайнера.

Мы решили поговорить с одним из основателей такого конструктора сайтов – Jimdo, являющегося на сегодняшний момент одним из лидеров в мире, о том, когда стоит создавать сайты на таких сервисах, и почему это может быть выгодно.

Автор

www.cmsmagazine.ru

1. Добрый день, господин Хенце. Пожалуйста, расскажите немного о себе.

Я являюсь одним из трех основателей Jimdo. Наш сервис предлагает пользователям возможность создать себе сайт с помощью всего нескольких кликов. Для этого им не нужно обладать знаниями программирования. Созданный ими сайт будет обладать свойствами сайта эпохи Web 2.0, такими как блог, галереи изображений, возможность вставки видео с Youtube и многое другое. Примерно год назад стало возможно создание на своем сайте интернет-магазина так же всего за пару кликов. Jimdo поддерживает 11 языковых версий (русская версия стартовала в 2008 году). На базе нашего сервиса было создано уже более 3,5 миллионов сайтов во всем мире, из них на более чем 30 000 были созданы интернет-магазины.

2. Как Вы пришли к идее создания этого сервиса?

Мы основали фирму Jimdo в 2007 году. Сначала я и два моих друга работали над созданием простейшего конструктора сайтов, CMS, управлять которой смог бы совершенно любой человек. Затем, наши знакомые, которые попробовали наш софт в действии, натолкнули нас на идею создания онлайн-сервиса, доступ к которому был бы возможен из любой точки мира. Так и родилась идея Jimdo.

3. Что отличает Jimdo от других конструкторов сайтов?

Совершенно простая система управления, не требующая абсолютно никакого знания программирования для создания своего сайта.



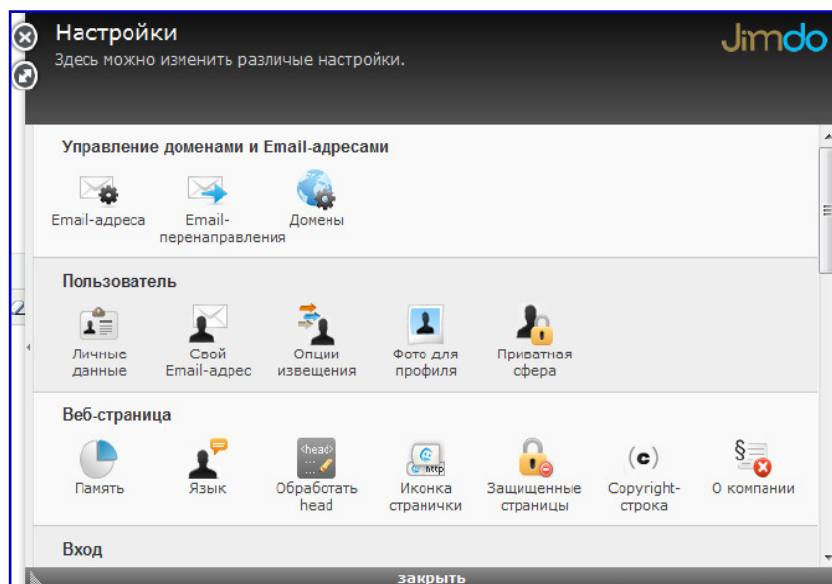
Для создания интернет-магазина нужно всего несколько кликов.

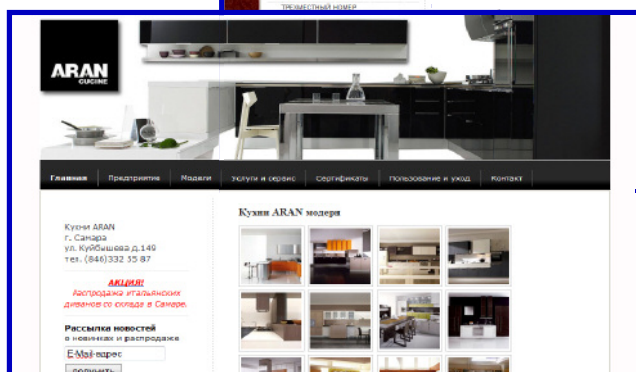
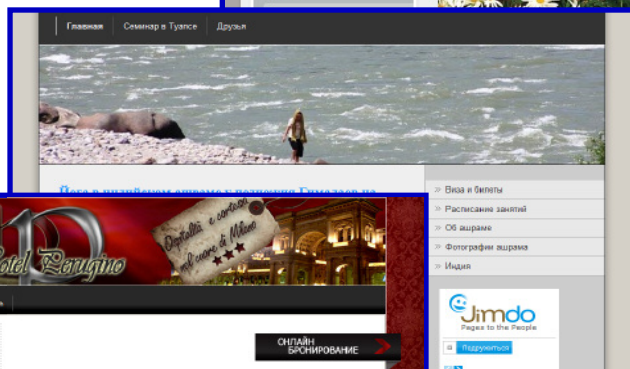
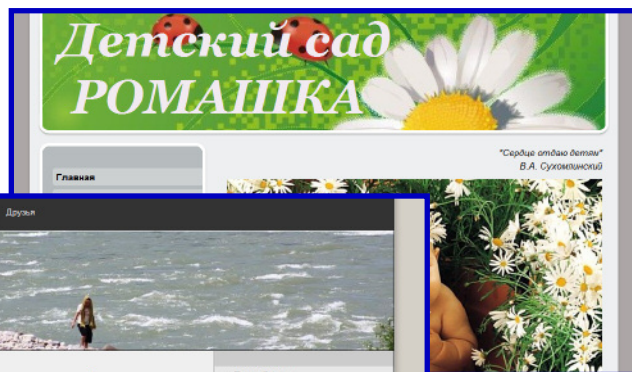
Все в одном: сайт, блог, интернет-магазин.

Дружелюбный сервис, подробные инструкции на сайте и в панели управления сайтом, работает служба техподдержки для пользователей всех версий.

4. Вы заявляете, что у вас уже более 3,5 миллионов сайтов онлайн, как Вы думаете, для чего используются сегодня сайты?

Причин для создания сайта может быть очень много: от ведения своего дневника в интернете, до создания полномочного представительства фирмы в сети. Особенно важно для сайтов фирм – быть найденными в интернете, я убежден, если у фирмы нет своего сайта в сети – этой фирмы просто не существует. Ведь профессиональный сайт повышает доверие пользователей и доверие партнеров к фирме. ➔





5. Кто в основном пользуется услугами Jimdo?

Бесплатной версией JimdoFree пользуются в основном для создания личных сайтов.

Фрилансеры, фотографы, малые предприятия и частные предприниматели, веб-студии и веб-дизайнеры и многие другие пользуются платными и бесплатными версиями Jimdo для создания своих сайтов-визиток, сайтов-магазинов, которыми они могут управлять самостоятельно без помощи дорогостоящих специалистов.

У нас есть программа для партнеров (ru.jimdo.com/партнерам/), которая позволяет веб-студиям заработать на продажах платных версий Jimdo. Эта программа очень успешно работает на Западе: веб-студии разрабатывают сайты, работающие на нашей системе и имеющие уникальный шаблон, которые затем продают своим заказчикам.

6. Господин Хенце, пожалуйста, расскажите подробнее о модуле, позволяющем создать интернет-магазин на Jimdo.

Как я уже говорил, этому модулю недавно исполнился 1 год.

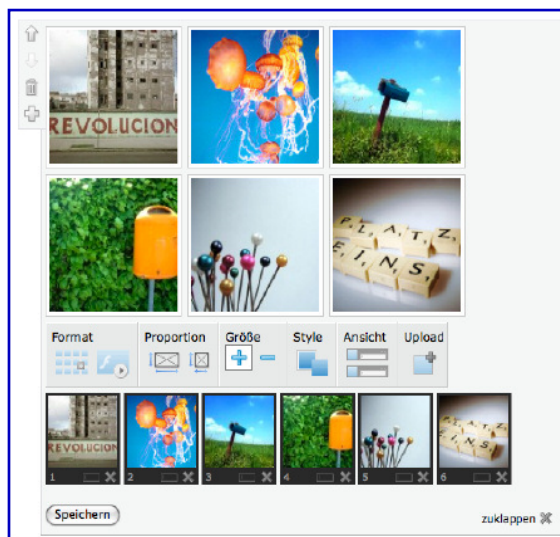
Когда мы его задумывали — для нас была важна простота его реализации и подключения к сайту, т. к. основной принцип Jimdo — это простота в использовании. В то же время, этот модуль должен был соответствовать принятым во всем мире правовым нормам торговли, нормам безопасности в интернете. Мы провели исследование и выяснили, что первым по частоте использования способом оплаты за товары, приобретенные в онлайн, является оплата через кредитные карты, затем идут другие способы оплаты, такие как банковский перевод, оплата

наличными курьеру и т. д. Частота их использования зависит от конкретной страны, в которой совершают покупки пользователи интернета. Поэтому мы выбрали основным способом оплаты, который доступен даже в бесплатной версии JimdoFree — оплату через PayPal. Остальные способы оплаты можно активировать в платных версиях Jimdo-Pro и JimdoBusiness. Также для нас была важна правовая безопасность интернет-магазина, т. к. в Германии, в отличие от России, действуют строгие законы, регулирующие интернет-торговлю. Поэтому владельцы интернет-

магазинов могут задавать правила работы своих магазинов, а также, правила возврата товаров, ссылки на которые будут автоматически показаны в процессе оформления заказов и в футере сайтов.

С момента запуска этот модуль стал пользоваться большой популярностью у всех пользователей Jimdo. Мы получили много отзывов со всего света с предложениями улучшения и критикой, к которой мы всегда прислушиваемся. Он уже пережил два обновления, и мы готовим последующие улучшения в его работе.

Большое спасибо за разговор, господин Хенце. С Вами было приятно пообщаться! ■





Разумная стоимость веб-разработок. Как знать, за что платишь?

Автор

Александр Богданов
Агентство интернет-маркетинга
AGIMA (Директор)
www.agima.ru
bogdanov@agima.ru

Все началось с того, что почти 2 года назад, когда вокруг заговорили о кризисе, мы провели исследование, с целью выяснить основные причины, по которым заказчики веб-разработок меняют подрядчиков. Основной причиной расставания оказалось банальное «недоверие» заказчиков к компаниям разработчиков, вызванное просрочкой установленных сроков разработки или высокими неоправданными бюджетами. Пытаясь найти свой выход из кризиса, мы определили свою основную цель – выстроить доверительные отношения с существующими и новыми клиентами. Для этого нам понадобилось работать над организацией прозрачных методов работы: разработать условия и инструментарий, позволяющие заказчику контролировать все этапы разработки его проекта.

... мы определили свою основную цель – выстроить доверительные отношения с существующими и новыми клиентами ...

Прозрачные взаимоотношения на этапе разработки сайта можно организовать, используя общедоступные программные инструменты обмена задачами, в которых фиксируются все требования заказчика, выкладываются промежуточные наработки и происходят структурированные обсуждения задачи. Для укрепления доверия между заказчиком и исполнителем также полезно внедрение системы учета времени разработчиков на проекте и предоставление Заказчику возможности контролировать время разработки.

Времена, когда единственными инструментами для обмена задачами между заказчиком и исполнителем были телефон и электронная почта прошли. Поэтому для организации эффективного обмена информацией необходимо было обзавестись правильным инструментариумом.

Во время организации подходящего решения мы пытались ответить на несколько вопросов:

- Система должна учитывать и запоминать все задачи, поступающие от клиента.
- Должна существовать возможность распределять задачи по кругу лиц.
- Система должна отображать текущее состояние задачи/этапа (ее статус).
- Клиент должен иметь возможность выкладывать любые материалы в систему и привязывать их к соответствующей задаче.

... система должна учитывать и запоминать все задачи, поступающие от клиента ...

- Ну и желательно, конечно, чтобы эта программа была серверным приложением, т.к. через нее проходит конфиденциальная информация наших клиентов.

Но, как только мы интегрировали систему учета времени специалистов на разработку проекта, нам понадобилась система, где не только распределяются задачи, но и фиксируется время их реализации каждым отдельным сотрудником.

Логика простая: разработчик, для того чтобы приступить к решению задачи, авторизуется в системе и включает таймер той задачи, над которой он работает. Время пошло! Задача выполнена – таймер останавливается. Разработчик перешел к решению другой задачи, не закончив предыдущую – таймер первой задачи приостанавливается и запускается таймер новой задачи. Получается, что один специалист может параллельно работать только над одной задачей, т.е. ни о какой накрутке времени здесь и речи быть не может.

Организовав отлаженный процесс обмена задачами, мы пошли дальше, AGIMA попробовала раскрыть все карты перед своими клиентами. Мы стали рассчитывать бюджет на разработку проектов, исходя из времени, затраченного на их реализацию.

Многие так и поступают на этапе поддержки готового продукта. Но мы убедились, что такой способ тарификации очень эффективен и на этапе Production. За счет него удалось не только повысить лояльность клиентов, но и существенно снизить издержки при разработке продукта.

В результате данного подхода у заказчика появилась возможность самостоятельно принимать решение о качественном уровне продукта, который ему нужно получить. Теперь заказчик понимает, что, двигая бегунок времени, он автоматически двигает бегунок цены и рентабельности своего продукта. Что также интересно – заказчик стал более вдумчиво подходить к формированию списка правок.

За последние 1,5 года с внедрением нами повременной системы тарификации работ количество проектов, реализованных по новым условиям, выросло до 40%. Причем эта цифра до сих пор растет.

При первом взаимодействии веб-студии с заказчиком чаще применяется классическая система тарификации, но

подход, при котором оплата производится за время разработчиков на проекте, очень хорошо работает с заказчиками, которые набрали шишек на ошибках веб-студий. Если заказчик хочет получить качественный продукт за разумные деньги и готов более вдумчиво подходить к постановке задач и внесению правок, то повременной метод работы будет наиболее эффективен для него.

Выигрывают все! Клиент получает бюджет на разработку проекта без учета рисков. Он имеет возможность на любой стадии проекта предложить дополнительные идеи, и он будет услышан. В то же время, заказчик значительно серьезней подходит к процессу формирования задач, т.к. каждая плохо сформированная задача рождает его дополнительные финансовые затраты.

Ну и, наверное, самое главное – в ходе работ рождается плотный контакт разработчика с заказчиком, который приводит к формированию долгосрочных партнерских отношений.

Все организационные решения, которые принимаются в веб-студии, должны быть направлены на то, чтобы выстроить прозрачные для клиента механизмы работы. Необходимо не только постоянно отслеживать его жалобы, но и экспериментировать, предлагать новые идеи, причем здесь полет фантазии ограничивается лишь тем, что все идеи должны быть направлены на повышение уровня доверия к компании.

... у заказчика появилась возможность самостоятельно принимать решение о качественном уровне продукта ...

Из глобальных идей есть, например, идея вообще перевести все работы на постоплату. Почему бы не дать возможность заказчику платить за разработку только после того, как он полностью принял все работы или их часть. Эта система широко применяется на Западе и существенно увеличивает индекс доверия к подрядчику. «Вы платите только за результат!» Конечно, для того чтобы эта система работала эффективно в обе стороны необходимо доверять заказчику, поэтому она будет работать не со всеми. Сейчас системе постоплат мы активно применяем в работе с компаниями, с которыми нас объединяют годы совместного творчества.

Мы доверяем и нам доверяют, от этого всем только польза! ■

Веб-разработка: пора вырасти из коротких штанишек

Автор

Александр Туник
Веб-студия Lounge
(Генеральный директор)
www.studiolounge.ru

Я хочу поднять проблему, с которой пора разобратся самым решительным образом. Это культура разработки веб-продуктов в Рунете: сайтов, веб-сервисов и так далее.

Мы сейчас находимся на таком этапе, когда необходимо — и для этого есть предпосылки — совершить качественный скачок от кустарного производства на новый уровень, где преобладают образованные специалисты, высокие стандарты качества, надёжные проверенные технологии.

Об этом уже начали активно говорить, но в основном предлагаются какие-то поверхностные решения — сделать рынок «прозрачным», составить «объективные» рейтинги студий и тому подобные. Корень проблемы лежит значительно глубже.

Зачем Рунету высокая культура

Начнём с основного — с ответа на вопрос, зачем вообще нужна высокая культура. Сайт — вещь сейчас абсолютно необходимая, как зубная щётка, практически; и спрос на сайты растёт постоянно. Поэтому большинству на культуру наплевать. Деньги платят и платить будут, как бы ты ни работал.

Но, согласитесь, получать деньги за плохую работу — это не интересно и не перспективно, ни в каком отношении. Такая деятельность бессмысленна, потому что в ней ровным счётом ничего не происходит. Сделал очередной сайт, получил зарплату, поел, поспал, опять сел делать очередную сайт. Как кактус на подоконнике.

Есть ещё и причины, лежащие исключительно в практической плоскости. Во-первых, кто станет у истоков формирования культуры, тот хотя бы на какое-то время займёт лидирующие позиции. Есть тому один известный пример.

Во-вторых, высокая культура подразумевает наличие серьёзной конкуренции. Конкуренция развивает сильных и перспективных и убивает слабых, повышая тем самым общий уровень и делая нашу работу более увлекательной.

В-третьих, чем более развита культура, тем меньше проблем в работе с клиентом. Когда клиент спрашивает меня, будет ли у сайта CMS, сколько шаблонов мы сделаем за указанную сумму, я прихожу в ужас. Горе-разра-

ботчики портят нам рынок; клиент начинает бояться нас, не доверяет и видит за каждым углом подвох, что сильно мешает работать. Хуже того: клиент видит плохие сайты каждый день и начинает думать, что это так и надо.

В-четвёртых, чем выше культура, тем больше интересных проектов, за которые платят очень хорошие деньги. Работа над большими проектами развивает, приносит истинное удовлетворение и даёт неоценимый опыт и знания.

Наконец, чем более развита культура, тем больше квалифицированных кадров, способных не только собрать сайт на «Bitrix» или скачать шаблон с templatemonster.com.

Что такое высокая культура

На мой взгляд, основными признаками высокой культуры в веб-разработке являются: профессионализм разработчиков и клиентов и, как их следствие, высокое среднее качество продукта.

С пользователя взятки гладки: он потребляет то, что мы ему даём. У него нет особого выбора, но это, согласитесь, не повод не уважать его.

В сфере с высокой культурой распределение между кустарями, профессионалами, гениями и тем, что они производят, является математически нормальным — условные 20 % находятся на полюсах, а посередине 80 % крепких середняков. На практике это означает, что абсолютное большинство продуктов на рынке хорошие, часть продуктов плохие, а часть прекрасны и удивительны.

Критерий качества веб-продукта, на мой взгляд, очень прост: качественный продукт эффективно решает поставленные перед ним задачи. Всё остальное — это наносное, субъективное и к качеству имеющее очень посредственное отношение.

О профессионализме разработчика

Исходя из вышесказанного, можно сказать, что профессиональный разработчик — это, прежде всего, тот, кто умеет эффективно решать задачи.

Профессионал отличается от непрофессионала тем, что он всегда делает

хорошо, иногда отлично и почти никогда гениально. У него так программа настроена: я должен сделать хорошо, я должен решить поставленную задачу, мои амбиции ни к чему.

Профессионал ответственно относится к своей работе. Его душа болит, когда он делает что-то недостаточно хорошо. Он встаёт ночью в холодном поту и переделывает, переделывает, переделывает. Он не боится отстаивать своё мнение перед клиентом, не позволяет себе сделать плохо только ради того, чтобы получить деньги и поскорее закрыть проект.

Для этого профессионал должен быть образован. Образование профессионала продолжается каждый день: он много читает, думает, анализирует, изучает опыт коллег.

Более того, профессионал в веб-разработке должен выходить за рамки своей прямой компетенции, иметь широкий кругозор, потому что в каждом новом проекте он сталкивается с новыми бизнес-процессами и должен их понять, хотя бы основу, чтобы решить задачи, поставленные перед сайтом.

Соответственно, профессионал знает, как построить рабочий процесс: так, чтобы работа шла быстро, комфортно — для него самого и для клиента — и эффективно.

О профессионализме клиента

Об этом либо совсем не говорят, либо говорят, но как-то тихо. А зря: клиенты сами заинтересованы в том, чтобы поднять свой уровень, осознать свою ответственность за результат, но совершенно не понимают, что и как для этого нужно сделать.

Этому нигде не учат. Студии предпочитают максимально закрыть свой бизнес-процесс от клиента, дабы «тот ничего не испортил». Практически никто не объясняет, как происходит разработка, за что именно он берёт деньги; почему, например, дизайн стоит больше вёрстки, почему проектирование требует высокой квалификации сотрудника и соответствующей оплаты. И после этого студии жалуются, что, дескать, клиент не образован и ничего не понимает.

Уважаемые клиенты, на самом деле, если не вдаваться в технические под-

робности, то всё не так сложно. Во-первых, управление проектом необходимо поручать профессиональному менеджеру. Если его нет, то обучить своего сотрудника или пригласить менеджера на проект. Нельзя поручать эту задачу первому попавшемуся рекламщику или секретарше! Результат в этом случае может быть только один — плохой сайт.

Во-вторых, необходимо уважать разработчика. Разработчик, каким бы он ни был, значительно лучше вас знает, как делать сайт: какая информация ему нужна, что нужно сделать, сколько времени потратить. Поэтому, чтобы получился хороший сайт, необходимо соблюдать его требования к процессу, предоставлять ему всю необходимую информацию, выделять время специалистов, которые помогут понять ваш бизнес.

Наконец, стоит понять, что хороший сайт не может быть дешёвым. Труд и время, которое затрачивается на проектирование, исследование, разработку, должны достойно оплачиваться; иначе мотивация делать хорошо пропадает.

К нашим баранам

Здесь я, пожалуй, буду краток. Бедному Рунету и так уже все кости перетёрли.

Гипертрофированное самомнение, некомпетентность и безразличие кончат каждый второй, освоивший «Photoshop» и сборку сайта типовых CMS.

Большинство разработчиков банально не образованы, методически не подготовлены: не читали нужных книг, не владеют теорией, не имеют профильного образования.

Порог входа в профессию сегодня настолько низок, а современный инструментарий настолько богат, что менеджером или дизайнером можно «стать» буквально за неделю. Это очень серьёзная проблема: человек ленив по своей природе; если не надо прилагать усилия — он и не будет.

Результат мы видим; и он ужасен. И никто не испытывает решительно никаких угрызений по поводу того, что они выпускают и продают клиентам.

Ну а что клиенты? Вопреки всякому здравому смыслу, большинство клиентов проявляют чудеса непрофессионализма и безответственности, когда дело касается их личных сайтов.

Отвественным за сайт добровольно назначается кто угодно — тот, кто в представлении начальника должен разбираться, но на деле не понимает ровным счётом ничего. Более того, этим людям совершенно не инте-

ресно заниматься тем, в чём они ничего не понимают. Это трудовая повинность без мотивации.

Подешевле и побыстрее — вот наш девиз. «А вот я видел на трубе объявление: там сайт стоит 10 тысяч и делается за неделю. А почему у вас сайт стоит в 10 раз больше и делается несколько месяцев?»

Словом, наш многоуважаемый среднестатистический клиент не разбирается в предмете и не считает нужным. Осознание, как правило, приходит тогда, когда уже поздно что-то менять. Деньги потрачены, время потеряно, а на руках «красивый», но бесполезный сайт с флеш-анимацией, которым невозможно нормально управлять.

Что делать?

Внимание, парадокс Рунета: разработчики делают плохие сайты и не особо хотят делать хорошие; клиент эти сайты принимает, потому что не может оценить их качество или оценивает его по каким-то своим критериям вроде «визуал недостаточно имиджевый» или «современно»; пользователь это ест и не давится.

Клиенты недовольны разработчиками, а те недовольны клиентами. При этом никто не хочет менять привычную линию поведения и ожидает, что изменится другая сторона. Казалось бы, безвыходная ситуация. Выход, на мой взгляд, в головах и в руках разработчиков и только в них. А повлиять на разработчика может только клиент и общественное мнение. Иными словами, нужно повысить порог входа на рынок и постоянно вести просветительскую работу.

Повысить порог входа в теории довольно просто. Если клиенты перестанут платить деньги за плохие сайты, не будут

даже начинать работу со студией, которая не будет выполнять элементарные требования к бизнес-процессу и качеству продукта, вот тогда разработчики начнут чесать себе затылки. Не проектируешь? До свидания. Не проводишь исследования? Нам не о чём больше говорить.

Если со всех сторон специалисты, ведущие студии начнут говорить о том, что такое хороший сайт и как его сделать, делиться своим опытом — пусть даже это будут кардинально разные мнения, — то волей-неволей это дойдёт до клиентов.

Что касается просветительской работы, то это параллельное направление, которое также влияет на высоту порога входа. Признанные специалисты, эксперты, должны постоянно говорить о том, что многие начинающие и, уж тем более, опытные разработчики считают прописными истинами. Потому что большинство даже близко не подошли к ней поступками.

Это будет иметь исключительное влияние в силу двух простых причин: 1) люди в основной своей массе конформны и принимают общие правила игры; и 2) эти правила знают и применяют для оценки клиенты.

Необходимо жёстко проникать в мозг всем, кто приходит на наш рынок, производить там разрушительные изменения шаблона «я освоил Photoshop, сделаю сайт быстро, дайте денег» и прививать другой — «я должен учиться, делать хорошо, уважать клиента и пользователя».

Почему бы, например, нашим ведущим специалистам не собраться и не написать что-то вроде «Энциклопедии веб-разработчика для Рунета»? Эта практика хорошо зарекомендовала себя во многих прикладных сферах в западных странах. Хороший пример — Project management book of knowledge, где ведущие эксперты в области управления проектами излагают свою точку зрения на методологию, процесс, дают рекомендации и так далее.

Резюме

Я сомневаюсь, что разработчики поголовно являют собой образец безразличия и некомпетентности: «Я ничего не знаю, не буду учиться, мне всё равно».

Изменить ситуацию можем только мы и только активными действиями. Чтобы выросла высокая культура, её не обязательно обильно поливать и удобрять знаниями, профессиональным отношением к делу и желанием развиваться. Если нам не наплевать.

Мы — за развитый рынок, за профессиональных разработчиков и образованных клиентов. А вы? ■





NET

**Анонсы новых технологий
Microsoft на MIX'11**

**Ликвидатор велосипедов:
часть 2**

12-13 апреля состоялась крупнейшая конференция для разработчиков, которую проводит Microsoft для демонстрации последних новинок компании в сферах веб и мобильных технологий. В ходе пленарного доклада, который открыл первый день конференции, Microsoft анонсировала целый ряд новых технологий и продуктов, про которые пойдет речь в этой статье.

Напомню, что MIX – это не просто анонсы технологий, но и многочисленные технические доклады, которых на MIX'11 было представлено в количестве 125 штук, из которых 47 – были прочитаны приглашенными экспертами и сторонними докладчиками.

Первый день MIX'11 принес нам интересные новости по следующим продуктам и технологиям:

- Internet Explorer 10, HTML5 Labs, новые демонстрации и тесты производительности;
- дополнительные инструменты ASP.NET MVC 3;
- новая версия Orchard CMS 1.1;
- новые возможности облачных сервисов Windows Azure;
- анонс следующей конференции для разработчиков;
- и... демонстрация Windows на процессоре ARM!

Ниже подробности по этим темам.

Анонсы новых технологий Microsoft на MIX'11



Автор

Владимир Юнев
(ХаосCPS)
Веб-разработчик,
Microsoft MVP
www.progg.ru

Перед MIX

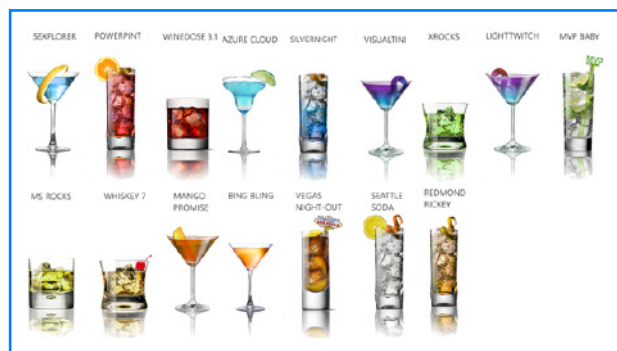
За некоторое время до конференции в сети появились некоторые вещи, про которые хотелось бы рассказать отдельно.

Silverlight 5 Beta

Во-первых, официально стало известно, что в ходе конференции будет представлена новая версия Silverlight 5 Beta, которая добавит массу новых возможностей, например, 3D-графику.

Крутые коктейли

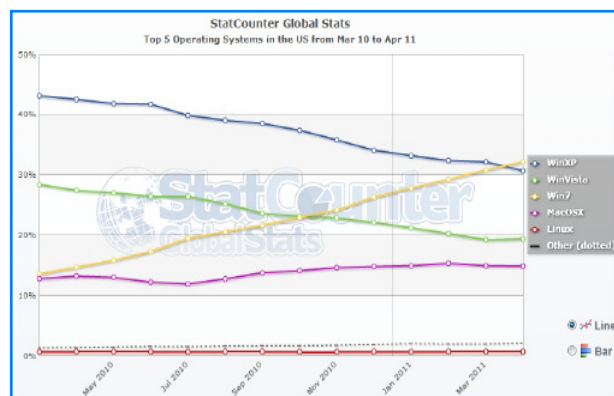
Разработчики и пользователи на платформе Microsoft будут рады узнать о появлении классных коктейлей представляю-



щих продукты Microsoft. Этот подарок создали разработчики Cocktail Flow – приложения для Windows Phone 7, которое предлагает десятки коктейлей самого разного вида. Теперь у разработчиков, которые работают в Visual Studio есть свой коктейль, который можно легко сделать в домашних условиях.

Доля Windows 7 превзошла Windows XP

Хорошие новости поступили за некоторое время до начала конференции: Windows 7, выпущенная всего 1.5 года назад уже обогнала Windows XP на некоторых рынках: США, Австралии, Великобритании и других. Рекорды продаж, которые ОС устанавливает, говорят о большом успехе Windows 7 по всему миру.



MIX'11

Итак, первый день конференции принес множество новостей по технологиям Microsoft. Рассмотрим их подробнее.

Internet Explorer 10

Вероятно, самой большой темой первого дня конференции стал анонс и демонстрация новых возможностей Internet Explorer 10 Platform Preview 1. Напомню, что Plat-

form Preview – это выпуски IE, которые предлагают разработчикам возможность ознакомиться с новыми технологиями, которые добавляются в Internet Explorer. Однако Platform Preview не предназначены для ежедневного использования, так как лишены основных функций пользовательского интерфейса.

В первую очередь, что нового появилось в IE10 PP1:

- [CSS3 Multi-column Layout](#);
- [CSS3 Grid Layout](#);
- [CSS3 Flexible Box Layout](#);
- [CSS3 Gradients](#);
- EcmaScript5 Strict Mode; ➔

Загрузить новую версию IE10 PP1 можно по [следующей ссылке](#) там же доступна информация о выпуске, тесты, демонстрации и другое.

Кроме того, разработчики сообщили в своем блоге о том, что в следующей версии Platform Preview поддержка CSS3 расширится еще двумя спецификациями: [CSS3 Transitions](#) и [CSS3 3D Transforms](#). Готовая реализация и использование этих стандартов были продемонстрированы со сцены MIX в ходе доклада.

Анонсировано расширение лаборатории **HTML5 Labs**, в которой разработчикам доступны реализации некоторых стандартов для Internet Explorer, которые находятся в стадии утверждения спецификаций.



Вы можете использовать HTML5 Labs чтобы тестировать технологии **IndexedDB**, **WebSockets**, **FileAPI** и **Media Capture API** (появится вскоре) для Internet Explorer.

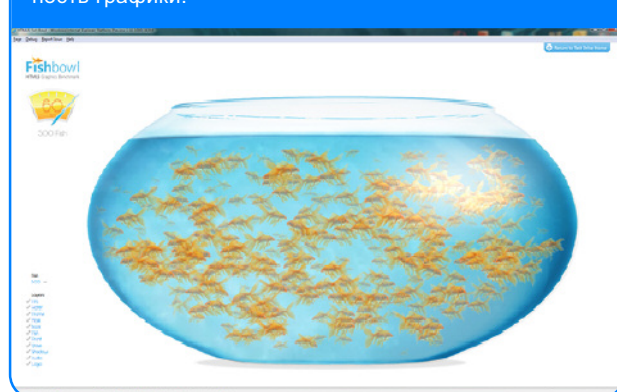
Разработчики подготовили ряд демонстраций, которые позволяют оценить новые возможности:

- [Try Strict Mode](#) – проверьте браузер на поддержку EcmaScript 5 Strict Mode;
- [Tweet Columns](#) – проверьте браузер на поддержку [CSS3 Multi-column Layout](#);
- [Griddle](#) – проверьте браузер на поддержку CSS3 Grid Layout;
- [CSS3 Flexbox Flexin'](#) – проверьте браузер на поддержку CSS3 Flexible Box Layout;
- [The Grid System](#) – проверьте браузер на поддержку CSS3 Grid Layout;
- [CSS Gradient Maker](#) – проверьте браузер на поддержку градиентов CSS;
- [SVG Gradient Maker](#) – проверьте браузер на поддержку градиентов SVG;

Кроме того, выпущены две демонстрации, которые позволяют протестировать производительность браузера при работе с графикой:

FishBowl Benchmark

Тест браузера на работу с графикой с одновременным применением многочисленных графических технологий. Проверьте свой браузер на производительность графики.



Paintball

Тест браузера на скорость работы с HTML5 Canvas.



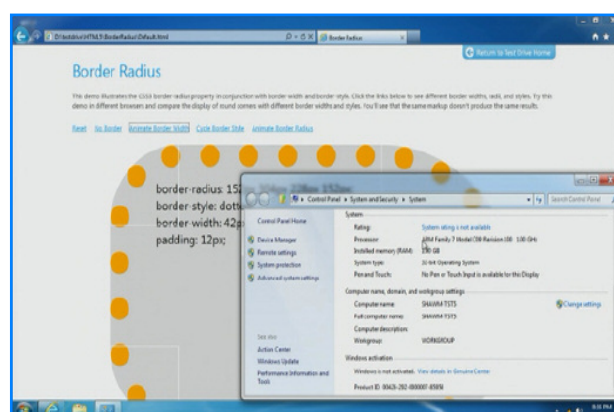
В ходе своего пленарного доклада Dean Hachamovitch показал много интересных реализаций современных веб-сайтов. Был продемонстрирован [новый интересный проект FourSquare](#), который предлагает с помощью современных веб-стандартов пользователям сервиса новый опыт работы. Убедитесь сами, насколько это интересно.

Другой сайт – [официальный сайт Von Jovi](#) тоже предлагает новый опыт своим посетителям. На нем можно смонтировать ролик прямо в браузере, используя несколько камер, которые использовались при записи концерта.

Был показан самый большой в мире Распан работающий в браузере, в котором вы сами можете создавать уровни и комнаты. [Оцените сами.](#)

Windows и Internet Explorer запущенные на ARM!

В ходе пленарного доклада на сцену вышел Стивен Синофски, который в компании отвечает за разработку Windows и после нескольких графических и других демонстраций удивил публику тем, что продемонстрировал платформу, на которой все демонстрации работали. Оказалось, что Windows и Internet Explorer были продемонстрированы работающими на процессоре ARM 7 с частотой в 1 GHz.



Как видим, работа по портированию Windows на архитектуру ARM успешно продолжается.

Следующая конференция для разработчиков

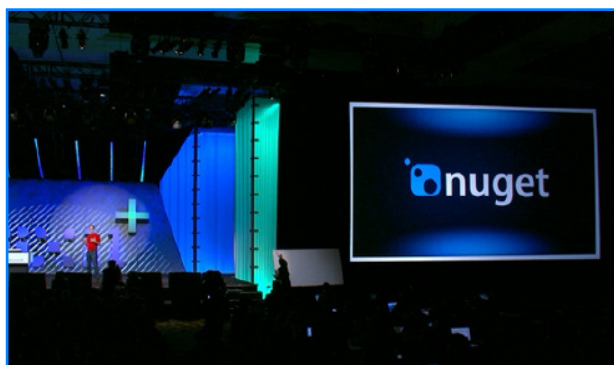
В ходе пленарного доклада было объявлено о проведении еще одной крупной конференции для разработчиков от Microsoft в 2011 году. Она пройдет в США с 13 по 16 сентября 2011 года. ➔

ASP.NET MVC3



Было рассказано об обновлении пакетного менеджера Nuget 1.2 для .NET-проектов и его официального сайта.

После демонстрации новых возможностей Internet Explorer 10 на сцену вышли Скотт Гатри и Скотт Хансельман, и речь пошла о веб-разработке и ASP.NET.



Затем был сделан большой анонс обновления пакета инструментов для ASP.NET MVC 3:

ASP.NET MVC 3 Tools Update

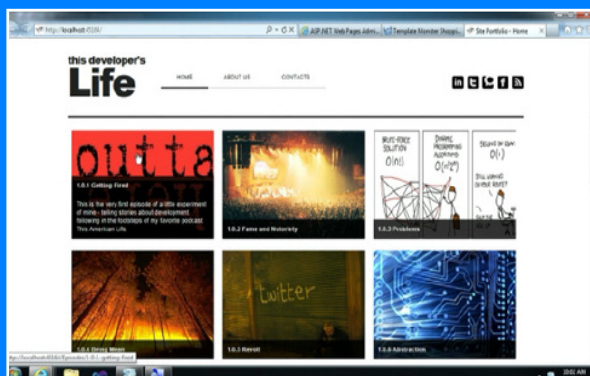
- HTML 5
- jQuery 1.5 + Modernizr
- Entity Framework 4.1
- Scaffolding

Основные анонсы:

- в новую версию ASP.NET MVC войдет javascript-библиотека Modernizr и свежая версия jQuery;
- инструменты ASP.NET MVC 3 получают поддержку HTML5, шаблоны проектов будут содержать разметку на базе семантических тегов HTML5;
- публично представлена обновленная версия Entity Framework 4.1 с поддержкой Code First;
- представлены и продемонстрированы новые инструменты Visual Studio для осуществления скаффолдинга при работе с MVC3.

После этого публике продемонстрировали работу с WebMatrix, его интеграцию с Nuget, использование шаблонов с ресурса TemplateMonster.com и быстрое создание современного сайта. ➔

Microsoft®
WebMatrix



WebMatrix Helpers



Web Application Ecosystem



Orchard CMS 1.1

Далее речь пошла о новой версии молодой системы управления контентом Orchard CMS. В ходе доклада была анонсирована ее новая версия Orchard 1.1 и описаны некоторые новые возможности:

- обновленный интерфейс панели администрирования;
- механизм рецептов для предварительной настройки CMS;
- новый сайт для работы и настройки тем оформления <http://tuning.bind.pt/>;
- обновленный портал <http://orchardproject.net/gallery/> с темами и модулями расширения Orchard;



Второй день MIX'11 принес нам интересные новости по следующим продуктам и технологиям:

- обновление платформы Windows Phone OS 7.5 и новые функции: SQL-хранилище, доступ к сенсорам, поддержка сокетов и другое;
- Skype, Spotify и Angry Birds на Windows Phone;
- инструменты разработчика Windows Phone с эмуляторами сенсоров гироскопа, GPS и других;
- выпущена новая версия Silverlight 5 Beta с многочисленными нововведениями;
- анонс и демонстрация пакета для разработчиков Kinect для Windows SDK.

Ниже подробности по этим темам.

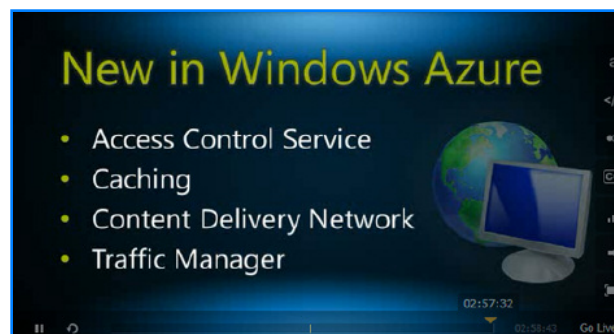
Windows Phone OS 7.5



Пленарный доклад второго дня конференции MIX'11 открыл Joe Belfiore (вице-президент Microsoft) с рассказом о том, какие замечательные нововведения ожидают платформу Windows Phone уже осенью в этом 2011 году.

Windows Azure

В завершении пленарного доклада Microsoft приподняла завесу над следующими технологиями, которые будут представлены в облачном сервисе Windows Azure.



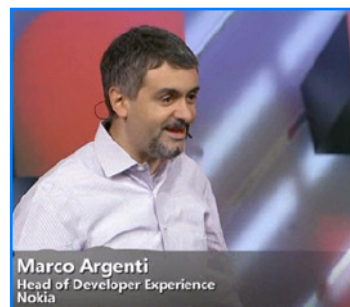
Нововведения включают в себя следующие технологии:

- в следующую версию Windows Azure SDK войдет новый инструмент Web Deployment Tool, который упростит миграцию, управление и размещение серверов IIS, веб-сайтов и приложений. Этот инструмент будет интегрирован с Visual Studio и Web Platform Installer;
- представлено обновление Windows Azure AppFabric Access Control с новыми возможностями организации федеративной аутентификации на базе разных протоколов;
- в течении 30 дней будет выпущена финальная версия Windows Azure AppFabric Caching, которая направлена на ускорение проектов на базе Windows Azure и SQL Azure;
- представлен новый облачный сервис Windows Azure Traffic Manager, с помощью которого пользователи Windows Azure могут гибко управлять производительностью приложения в зависимости от географического положения;
- представлена предварительная версия новых возможностей Windows Azure Content Delivery Network (CDN) для работы с потоковым видео на базе Information Services (IIS) Smooth Streaming, которые позволят организовать загрузку потокового видео Smooth Streaming на Windows Azure Storage и предоставить единый доступ к нему для устройств, работающих с Silverlight, а также для iOS и Android Honeycomb.

Доклад начался с демонстрации любительского видеоролика, который создал энтузиаст платформы. Microsoft поместила ролик на YouTube, и если он наберет 200 000 просмотров, то его создателя пригласят для создания коммерческого рекламного материала для Windows Phone. Поддержите платформу и посмотрите [ролик](#) – он сделан на отлично и стоит того.

Развитие Windows Phone

Джо Бельфиори рассказал про планы компании по развитию Windows Phone. В этом ему помог Marco Argenti – глава подразделения разработки в компании Nokia.



Было официально объявлено о поддержке дополнительных 16 языков в Windows Phone 7, в том числе русского языка. Создание приложений и размещение их в магазине приложений Windows Phone Marketplace станет доступным еще для восьми стран (в России это было доступно с первого дня). Расши-

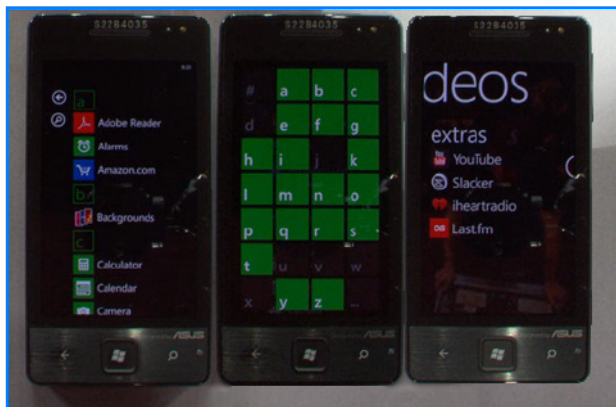
рится и набор стран, в которых будет запущен Windows Phone Marketplace, в которых можно будет вполне легально приобретать платные приложения для телефонов на базе Windows Phone. С 16 стран этот список будет расширен до 35 стран, в число которых войдет и Россия. ➔

Мелкие нововведения в дизайне

После обзора развития платформы, начались технические демонстрации нововведений в Windows Phone OS 7.5, которая будет доступна бесплатно пользователям телефонов уже в 2011 году.

Во-первых, появится поддержка Jump List для списка приложений, теперь пользователь сможет перемещаться по списку приложений так же, как по списку контактов. Плюс к этому, в списке приложений появится поиск по части названия, который интегрирован с Windows Phone Marketplace и позволяет осуществить поиск не только по телефону, но и в магазине.

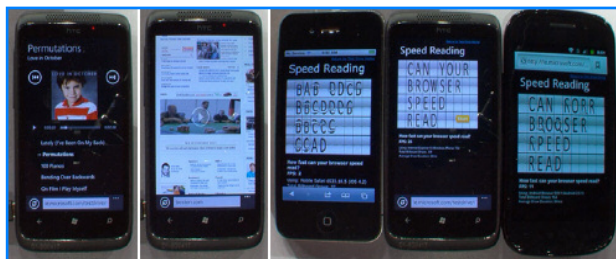
Вдобавок, была анонсирована возможность расширения медиа-разделов дополнительными сервисами. Например, сервисами YouTube и Last.fm.



Internet Explorer 9 на Windows Phone OS

Windows Phone OS 7.5 получит обновление встроенного браузера. Новый браузер будет иметь точно такую же кодовую базу, что и новый Internet Explorer 9 и предлагать все те же возможности по аппаратному ускорению графики и скорости обработки JavaScript, что и настольная версия IE9.

Продемонстрирована поддержка аппаратного ускоренного HTML5 Video в новом мобильном браузере. Было произведено наглядное сравнение производительности браузеров в современных телефонах: Apple iPhone 4, Samsung Galaxy S и Windows Phone. В тесте на работу с графикой iPhone показал 2 FPS, Android – 11 FPS, Windows Phone – 26 FPS.



Прямой доступ к сенсорам

С выходом Windows Phone OS 7.5 разработчики получат доступ к более чем 1500 новым API. Среди них прямой доступ к сенсорам телефона: камере для анализа видео-потока налету, компасу и гироскопу. Большим приятным сюрпризом стал анонс Skype на Windows Phone, который выйдет вместе с обновлением.

В качестве демонстрации возможности прямого доступа к сенсорам показали приложение для Amazon, которое сканирует налету штрихкоды и ищет товар на сайте. При этом показали новую возможность Windows Phone OS 7.5 закреплять на главном меню не просто тайлы со ссылкой на приложение, но и тайлы со ссылкой на конкретный раздел или функционал в приложении, например, сразу на сканирование штрихкода в приложении Amazon.

Многозадачность в Windows Phone

Обновление Windows Phone OS 7.5 принесет поддержку полноценной многозадачности, которая основана на размере свободной памяти. Программы будут доступны для пере-

ключения, пока хватает памяти. В качестве демонстрации показали официальное приложение сервиса Spotify, которое будет доступно с обновлением платформы. В Spotify запустили проигрывание музыки и переключились на другое приложение с помощью специальной функции перехода между запущенными программами. Этим приложением оказалась знаменитая игра Angry Birds, которая так же придет на Windows Phone, но значительно ранее, уже 25 мая. Пока докладчик играл в Angry Birds, в фоне играла музыка от Spotify.

Поддержка сокетов

В Windows Phone OS 7.5 появится и долгожданная поддержка работы с сокетами. В качестве демо прямо на сцене было показано приложение wpIRC, которое предлагает работу с протоколом IRC на Windows Phone OS.

Поддержка SQL-хранилища

В Windows Phone OS 7.5 разработчикам будет предоставлен доступ к встроенному SQL-хранилищу на базе SQL Server Compact 4.0. Разработчики смогут воспользоваться всеми преимуществами LINQ при работе с базой данных и самими данными.

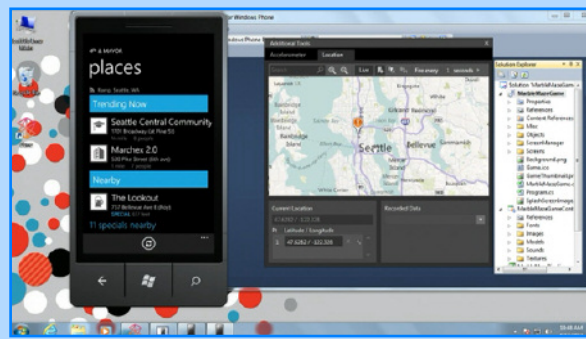
Инструменты разработчиков

На сцену вышел Скотт Гатри и рассказал про нововведения в инструменты разработки приложений для Windows Phone. Новая версия инструментов будет доступна абсолютно бесплатно уже в течение следующего месяца.

Поддержка сенсоров в инструментах разработки

Для работы с сенсорами в новой версии инструментов разработки добавлена эмуляция сенсоров. Было показано, как работать с гироскопом и GPS.

Пользователь управляет через специальное окно положением телефона в пространстве и таким образом эмулирует поведение сенсора в приложении. Выглядит очень удобно. При работе с GPS у пользователя есть карта, на которой он может отмечать текущее положение, что сразу же отражается на работе приложения, которое работает с геоданными:



Профилирование приложений

В новую версию инструментов разработчика Windows Phone добавится профайлер, который позволит полноценно анализировать и следить за производительностью и потреблением ресурсов приложений.

Улучшение производительности платформы

Скотт Гатри объявил о том, что обновление Windows Phone OS 7.5 улучшит производительность системы по четырем направлениям. И это не потребует никаких изменений в программах пользователя, просто они станут работать быстрее.

Будут улучшены следующие подсистемы Windows Phone:

- скроллинг и ввод будет значительно отзывчивее и плавнее, особенно на сценариях с фоновой загрузкой данных;
- отображение картинок будет производиться быстрее за счет улучшенного декодирования;
- был улучшен сборщик мусора, что позволило увеличить отзывчивость приложений и их производительность и уменьшить на треть потребление памяти приложениями без их переделки;
- уменьшение потребления памяти важно еще и потому, что многозадачность Windows Phone будет зависеть от доступной памяти. ➔

Silverlight + XNA

Скотт Гатри анонсировал интеграцию платформ XNA и Silverlight в следующей версии Windows Phone OS 7.5. Разработчики смогут использовать оба фреймворка в рамках одного приложения. Например, использовать трехмерные модели XNA в Silverlight-приложении.

Silverlight 5

После потрясающей демонстрации новых возможностей Windows Phone настала очередь технологии Silverlight 5. Silverlight развивается огромными темпами, и разработчики уже знали о том, что ожидать от платформы. Ранее в этом году на специальном мероприятии были показаны основные нововведения в Silverlight 5.

Однако на MIX'11 разработчиков ждал сюрприз – выход бета-версии Silverlight 5 и инструментов разработки.

Вы можете загрузить все новые компоненты и инструменты разработчика по следующей ссылке <http://www.silverlight.net/getstarted/silverlight-5-beta/>.

Платформа Silverlight 5 привносит следующие нововведения:

Media

- аппаратное декодирование видео;
- функция Trickleplay для ускорения или замедления проигрывания медиа-контента;
- поддержка пультов управления;
- управление хранителем экрана в системе;
- улучшения в функциях защиты контента;
- обработка звука в реальном времени с низкими задержками;

Разработка

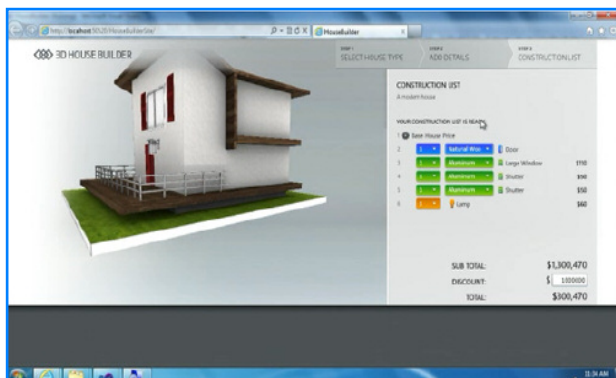
- более 100 новых API;
- улучшения в работе с текстом: многоколоночная верстка, типографические функции, улучшена четкость текста, поддержка расширенных возможностей OpenType;
- поддержка векторной печати Postscript;
- добавлены функции двойного клика и элемент управления Combobox;
- многочисленные улучшения при работе с паттерном MVVM и отладкой, например, возможность точек останова на биндинге;
- улучшения в сетевой подсистеме: уменьшение задержек, поддержка стандарта WS-Trust;

Производительность

- улучшен XAML-парсер, что привело к увеличению общей производительности и скорости запуска приложений;
- официально поддерживаются 64-системы и браузеры;
- многоядерные оптимизации JIT-компилятора;
- производительность подсистемы отображения и компоновки текста;

Графика

- интеграция XNA и Silverlight так, что в одном проекте можно использовать и то и другое внедряя в Silverlight XNA-модели и наоборот;
- поддержка XNA 3D API с ускоренным аппаратно отображением 3D-графики;
- утилизация возможностей аппаратного ускорения графики браузером;



- графический стек претерпел изменения и приобрел улучшения портированные с Windows Phone;
- добавлен элемент управления Pivot;

Доступ и безопасность

- появилась возможность размещения HTML-контента внутри приложения не только вне браузера, но и во внутрибраузерных приложениях;
- тоже самое с доступом к файлам;
- доверенное подписанное сертификатом приложение на Silverlight имеет доступ к запуску других приложений, например Outlook для отправки письма или Word для генерации отчета;
- доступ к устройствам и другим функциям системы, например, к USB-кардридерам для доступа к смарт-картам;
- полная поддержка клавиатуры при работе в полноэкранном режиме;
- доступ к нативному коду прямо из Silverlight через Plinvoke;
- теперь silverlight-приложение может генерировать несколько дочерних окон;
- добавлен доступ ко всей файловой системе, а не только к папкам пользователя;

Инструменты разработчика

- в Visual Studio добавлен профайлер приложений Silverlight;
- добавлена поддержка Visual Studio Team Test.

Silverlight 5 Demo

В ходе пленарного доклада были продемонстрированы некоторые возможности Silverlight 5. Например, проект создания 3D-моделей домов с интерьером и так далее.

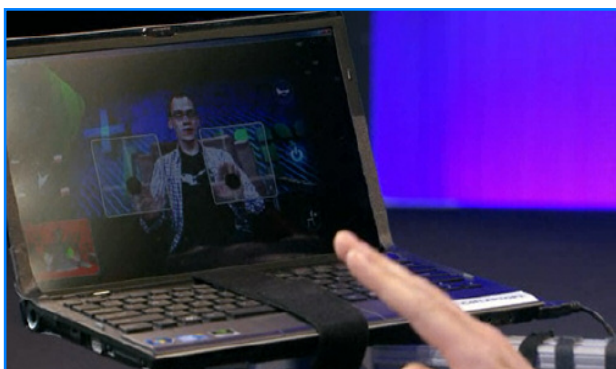
Kinect for Windows SDK

В заключение пленарного доклада второго дня MIX'11 речь пошла о совершенно новом инструменте и платформе разработки – Kinect. Microsoft анонсировала скорую доступность набора инструментов Kinect for Windows SDK, который позволит не просто доступ к 3D-сенсору, но и ко всем другим возможностям Kinect – массиву микрофонов, видеокамере, алгоритмам обработки изображения и массивов данных. SDK будет предлагать работу с языками C#/VB/C++.

За несколько минут, с помощью Visual Studio и Kinect SDK было создано простое приложение для рисования руками. ➔



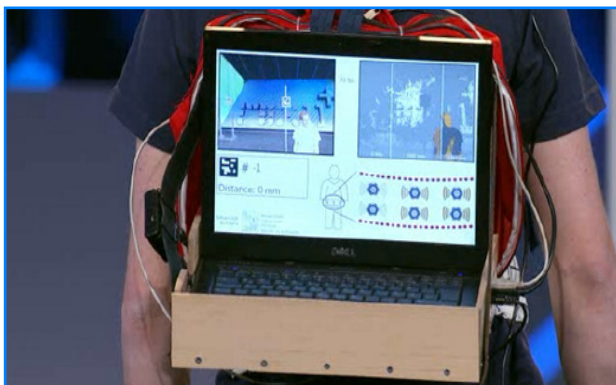
Далее начались демонстрации проектов от энтузиастов, например, кресло полностью управляемое жестами через Kinect.



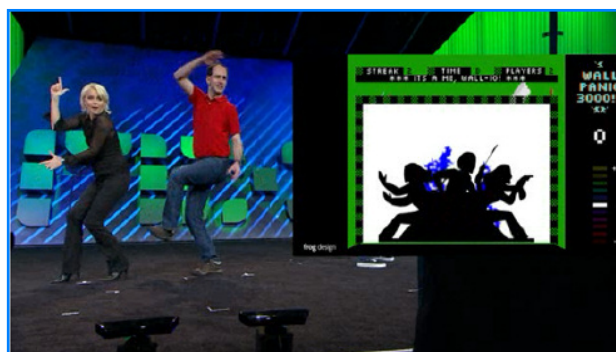
Второй демонстрацией стала интеграция телескопа World-Wide Telescope и Kinect, что позволяет просматривать вселенную своими руками.



Потом показали проект для людей с ограниченным зрением, который может помочь передвигаться в здании без зрения. Проект отслеживает препятствия и других людей и с помощью обратной связи дает знать человеку, куда надо двигаться.



Последний проект, созданный с помощью Kinect – это игра, в которой нужно паре игроков принять положение для прохождения сквозь сцену. Я бы поиграл и на Xbox в такую игру.



Завершилось мероприятие анонсом о том, что все посетители в зале получают Kinect бесплатно.



Заключение

Первый день MIX'11 принес массу интересных анонсов: активное развитие Internet Explorer, новые технологии для ASP.NET-разработчиков, новая версия Orchard CMS, новые функциональные возможности Windows Azure.

Второй день конференции MIX'11 начался с демонстрации новых возможностей Windows Phone OS 7.5: распространение на рынке, изменение в UI, браузер IE9, прямой доступ к сенсорам и сокетам, Skype для Windows Phone, многозадачность, Sql-хранилище, новые инструменты с возможностью профилирования и эмуляции сенсоров и многое другое.

Продемонстрирован огромный прогресс и движение вперед платформы Silverlight и официально выпущена версия Silverlight 5 для разработчиков и всех желающих.

Анонсирован Kinect for Windows Sdk с полной поддержкой возможностей сенсора и новыми проектами на его базе.

В целом конференция MIX'11 принесла целый ряд больших анонсов и множество инструментов для разработчиков. Качайте, устанавливайте, разбирайтесь. На подходе еще инструменты для Windows Phone OS 7.5 и новые анонсы на конференции разработчиков в сентябре. ■

В этом топики я затрону важную для многих тему — тему рисования графиков в платформе .NET. Вспомните: ведь наверняка когда-то было просто необходимо вывести на экран красивый график... и что происходило? Правильно, появлялся новый велосипед.

Автор

Станислав Сидристый

Лидер команды разработки

Г. Санкт-Петербург

sunex.development@gmail.com

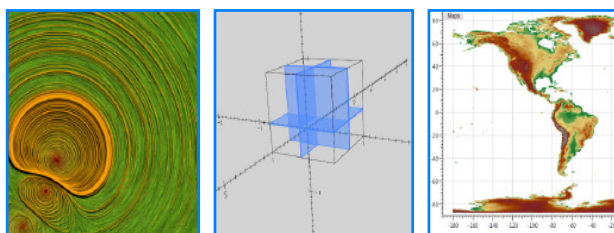
DynamicDataDisplay (D3)

Это библиотека элементов управления динамической визуализации данных, реализованная на технологии Windows Presentation Foundation (WPF).

Библиотека использует оптимальные механизмы связывания данных, и с ее помощью можно визуализировать графики, строящиеся по большому числу точек (вплоть до нескольких миллионов), в режиме реального времени.

Элементы управления DynamicDataDisplay можно использовать так же, как и обычные контролы из библиотеки WPF. В качестве источника координат можно использовать любые данные — массивы, таблицы данных или функции. Любое изменение данных источника приводит к обновлению отображаемой информации, что, например, может быть использовано для визуализации сложных вычислительных процессов.

Некоторые примеры вывода



+

Библиотека свободно доступна для скачивания на Codeplex.

Может быть использована для вывода любой информации на экран в любом виде.

Поддерживается анимация.

-

Низкая производительность вывода.

Приходится похлопотать для того, чтобы вывести красивый, презентационный график.

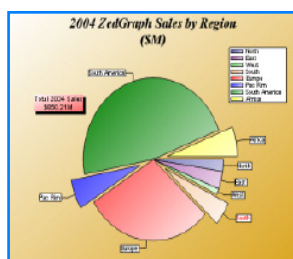
ZedGraph

Бесплатная и очень богатая библиотека вывода различных видов графиков. Перекрывает огромное количество типов графиков, которые вы можете использовать в своих проектах. Отличается упрощенной графикой, простотой в использовании.

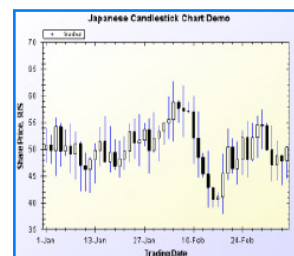
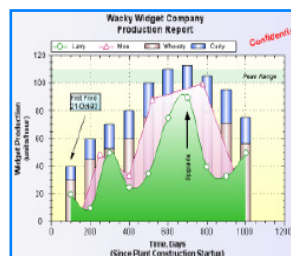
Также имеется поддержка настраивания с помощью дизайнера форм Visual Studio.

Приятным моментом для многих разработчиков является отличная документация и наличие русскоязычной документации на библиотеку.

Некоторые примеры вывода



Ликвидатор велосипедов: часть 2



+

Библиотека проста в использовании и, на мой взгляд, обязательна к изучению.

Библиотека свободно доступна для скачивания с сайта SourceForge.

Очень проста в использовании.

Богатая документация.

-

Низкая производительность на больших объемах данных.

Непрезентабельный вид.

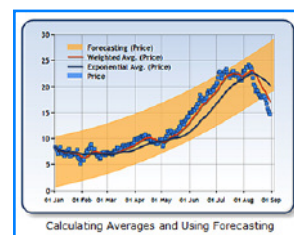
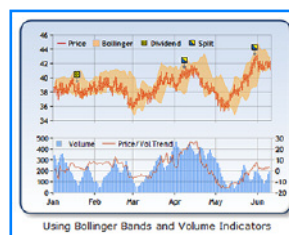
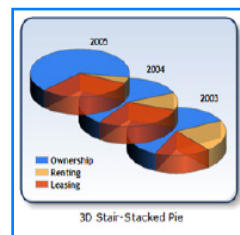
Microsoft Chart Controls

Microsoft Chart Controls — элементы управления для построения диаграмм в ASP.NET и Windows Forms.

Набор включает в себя обширное покрытие типов графиков, более 200 различных примеров построения графиков и может быть встроен в любой ASP.NET либо WinForms проект. Причем в .NET Framework этот компонент доступен «из коробки».

На мой взгляд, является очень богатым и простым в использовании.

Некоторые примеры вывода



+

Библиотека свободно доступна для скачивания с сайта Microsoft.

Присутствует в .NET Framework 4.

Поддерживается ASP.NET.

-

Низкая производительность на больших объемах данных.



CMS

MotoCMS – система создания и управления флеш сайтами

CMS своими руками. Теория велосипедостроения

Наш опыт работы с Django Framework или 10 полезных модулей, облегчающих жизнь

Обзор плагинов jQuery

«Рейтинг Рунета» опубликовал рейтинг лучших CMS за 2010 год

MotoCMS – система создания и управления флеш сайтами

Автор

Александр Тодосийчук
design-mania.ru
desmaniya@gmail.com



Панель управления флеш-сайтами [MotoCMS](#) появилась на русскоязычном рынке менее четырех месяцев назад, однако за это время сумела предоставить пользователям качественный функционал для создания редактируемых и индексируемых флеш-сайтов. Система заинтересовала при первом ознакомлении, признаюсь, ничего подобного не встречал, поэтому обойти стороной такую тему было бы неправильным. Не так часто в рунете появляются программные продукты, функционал которых одинаково понятен как продвинутым пользователям, так и обычным юзерам. В том, что это действительно так, вы сможете и сами убедиться. Но, обо всем по порядку.

Первый продукт MotoCMS появился около двух лет назад и носил название «FlashMoto». Это была Панель управления, с помощью которой любой человек, разбирающийся во флеше, мог создать сайт. Ориентирована она была на западного разработчика и не имела каких-либо других языковых версий. Около полутора лет назад, в результате реорганизации компании, «FlashMoto» ушел с рынка, и на его место пришла MotoCMS. Тот же продукт по сути, но с большими дальнейшими перспективами

и амбициями. Примечательно, что вместе с ребрендингом был концептуально изменен подход к логотипу.

На сегодняшний день система MotoCMS сделала два огромных шага:

- Полностью русифицировала Панель управления;
- Создала магазин готовых шаблонов со встроенной Панелью управления.

На сегодняшний день основной продукт компании — это лицензия разработчика. Купить ее можно за \$199 или, если удастся получить статус партнера, то вдвое дешевле — \$99. Статус партнера получают только наиболее серьезные веб-студии или фрилансеры-одиночки с качественным флешевым-портфолио.

Разработчики сразу предупреждают, что сама лицензия — это продукт для опытных веб-разработчиков. Вы можете бесплатно пользоваться ею в течение 30 дней, пройдя простую регистрацию на официальном сайте.

После регистрации вы получаете ссылку на скачивание архива, в котором содержится сама панель управления, несколько пустых страниц, пару простых шаблонов и всю необходимую документацию.

В целях безопасности системы одна лицензия привязывается к одному домену. Изменить местоположение можно только через запрос в службу поддержки и не более определенного количества раз.

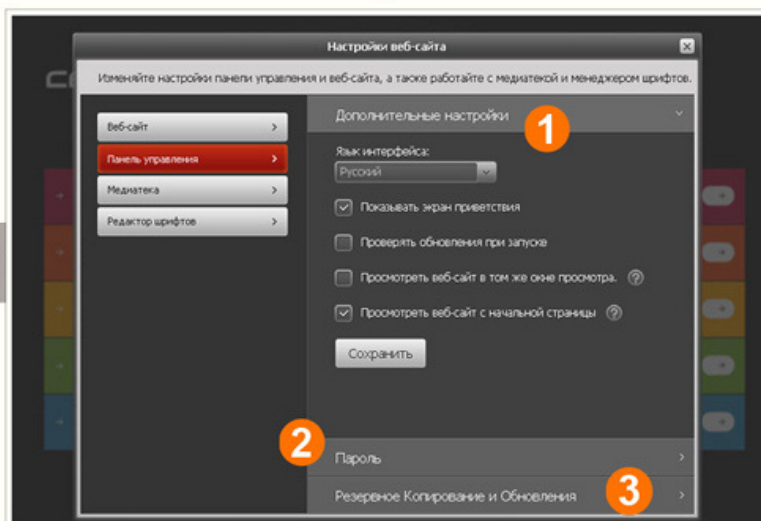
После первой покупки создается учетная запись пользователя, в которой будут отображаться все купленные лицензии — очень удобно для агентств и тех, у кого есть постоянный приток клиентов.

Программа работает без использования базы данных, и вообще требования по хостингу для ее корректной установки достаточно демократичны:

- Flash Player, версия 9.0.23 или выше.
- Веб-сервер с PHP 5.2.x или выше.
- Zend Optimizer 3.3 или выше, установленный на вашем сервере.

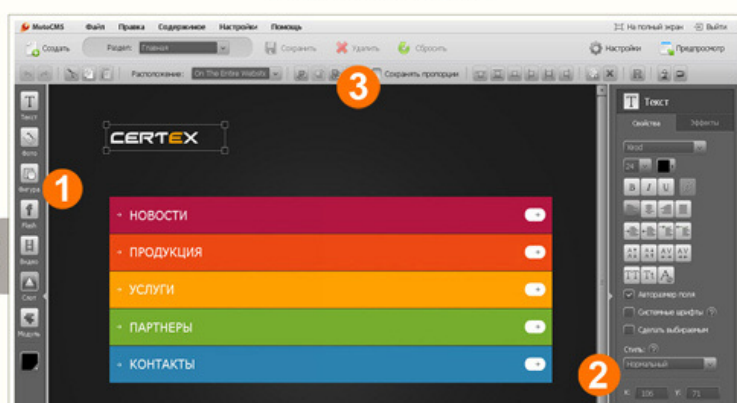
Следует отметить, что система MotoCMS легка в «разворачивании» и не требует каких-либо специальных знаний для локального тестирования, либо разворачивания у себя на хостинге. Как только все будет установлено, вы сможете протестировать интерфейс Панели управления. Все работает просто, как «Раз-Два-Три».

Настройки



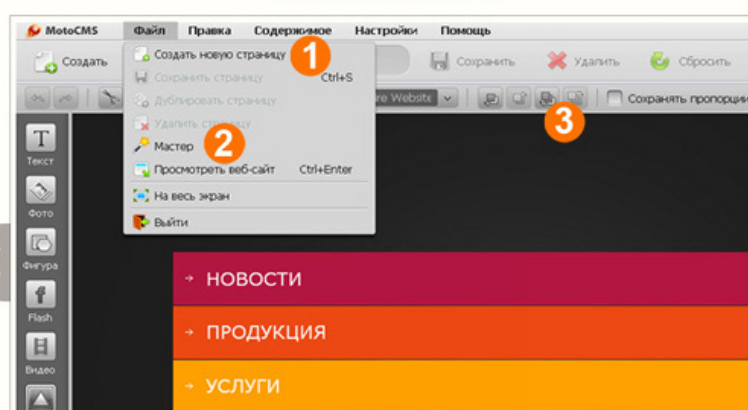
1. В начале работы выберите русский язык, для большего удобства, а также просмотрите остальные базовые настройки.
2. Отредактируйте пароль доступа к системе.
3. Не забывайте про резервное копирование и обновления системы.

Основной экран



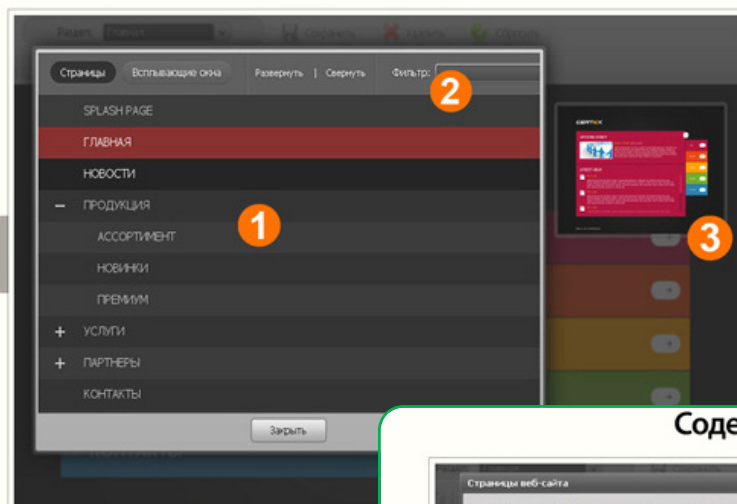
1. Панель инструментов для добавления новых объектов: текст, фото, видео, виджеты, плагины, модули.
2. Панель для редактирования параметров конкретного объекта: текстовый редактор, виджет редактор и редактор форм.
3. Управление объектами и сайтом в целом.

Основной экран



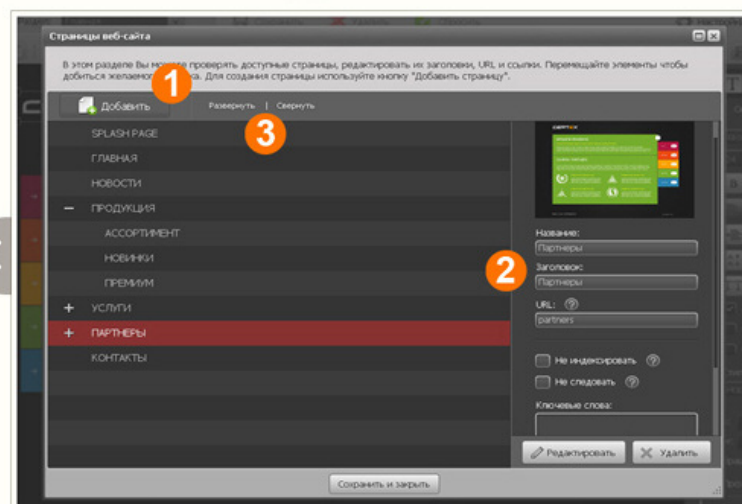
1. Создавайте новые страницы (с образцами по структуре либо пустые).
2. Используйте мастер для помощи в создании и управлении сайтом.
3. Перемещайте объекты по уровням «вверх-вниз» одним нажатием кнопки.

Содержимое сайта



1. Гибкая структура дерева страниц поможет вам легко найти нужную страницу или всплывающее окно.
2. Используйте фильтр для быстрого поиска страниц или всплывающих окон.
3. Можете увидеть эскизы страницы еще до перехода на нее, что ускоряет процесс работы.

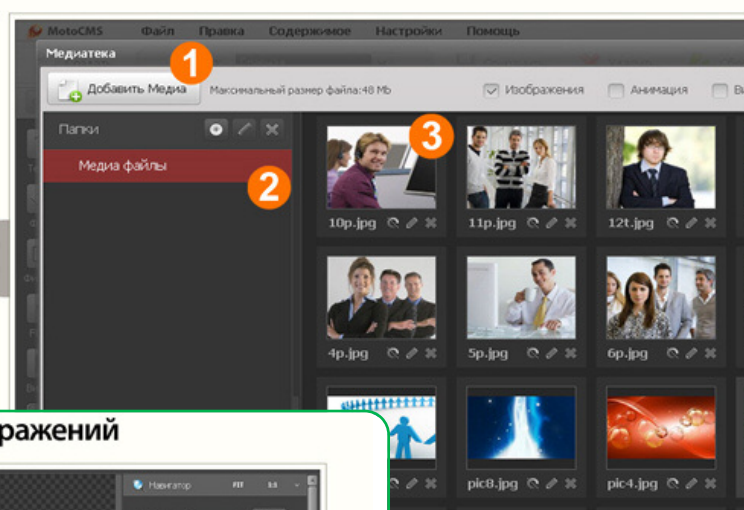
Содержимое сайта



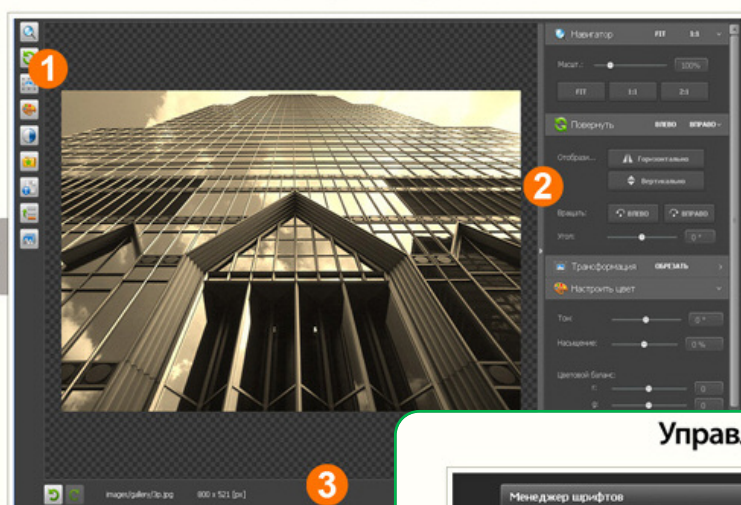
1. Добавляйте неограниченное количество страниц простым нажатием на кнопку.
2. Тут задавайте все необходимые параметры страницы: урл, тайтл, заголовков, ключевые слова.
3. Функция для быстрого просмотра всего дерева сайта (постраничной структуры меню).

Медиатека

1. Без проблем загружайте собственные фото, видео и другие анимационные файлы. Поддерживается пакетная загрузка.
2. Структурируйте все файлы – это позволит ускорить работу.
3. Элементы предварительной загрузки позволяют быстро просмотреть все картинки и при необходимости удалить их или отредактировать.

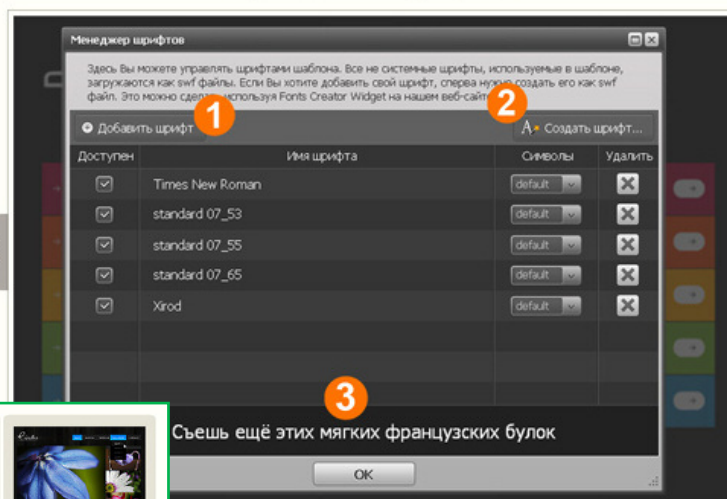


Редактор изображений

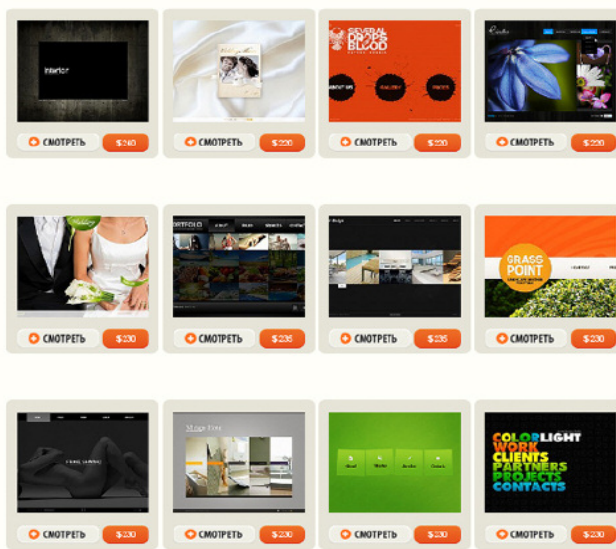


1. Быстрый доступ к выбранным функциям редактирования изображений.
2. Основная панель управления: изменяем размеры изображения, его цвет, применяем различные визуальные эффекты.
3. Общая информация об изображении и очень удобные кнопки «отменить» и «повторить».

Управление шрифтами



1. Добавляйте на сайт любой шрифт.
2. Создавайте свои собственные шрифты путем конвертации .ttf и .otf файлов.
3. Сразу же смотрите на результат, чтобы избежать использования «битых» шрифтов.



Кстати, одной из бесплатных разработок MotoCMS является онлайн-менеджер шрифтов — утилита, которая позволяет конвертировать шрифты для ваших флеш-проектов и вовсе не обязательно, чтобы они были выполнены на базе MotoCMS. Работать с Панелью управления очень приятно, видно, что делалось все не один день и очень продумано. Юзабилити также на высоте.

Напоследок отметим, что отдельного внимания, конечно же, заслуживает [магазин шаблонов созданных на базе MotoCMS](#).

Тут каждый может выбрать для себя наиболее подходящий шаблон и сделать на его основе персональный сайт, не обладая при этом каким-либо специальным программным обеспечением или знаниями. Цены, учитывая аналогичные предложения на рынке, весьма нормальные, по крайней мере, заказать сайт в веб-студии будет дороже. ■

CMS своими руками.

Теория велосипедостроения

Наверное, практически каждый веб-программист хотя бы раз в своей жизни пытается написать полноценную CMS. При этом в процессе проектирования (а это процесс, зачастую, наступает уже во время написания кода) у разработчика непременно возникают вопросы. С этими вопросами он обращается к поисковикам и попадает на сайты тех, кто по подобным граблям уже прошествовал.

Итак, я стал смотреть, по каким же запросам попадают ко мне начинающие «разработчики велосипедов», и постарался осветить некоторые вещи, которые для меня самого были неочевидны в начале работ.

Автор

Александр Левин

labcms.ru

levin@labcms.ru

1. MVC — наше все!

Где бы ни заходил разговор о разработке веб-приложений, сразу же всплывает модная аббревиатура MVC (Model-View-Controller). Этот подход гласит, что интерфейс надо отделять от логики, а логику от данных. Не скажу, что я в полной мере проникся этими идеями, но то, что изменения в дизайне (или даже дизайнах) не должны затрагивать логику кода — я готов отстаивать.

Вот тут и покоятся грабли номер один: внешний вид надо отделить от логики программы. Как это сделать — каждый решает для себя сам. По этому вопросу копий сломано не мало: тут и различные шаблонизаторы, и xslt преобразования, и просто php+html, вынесенные в отдельные файлы. Выбор большой, но «серебряной пули», как водится, не существует: на одной чаше весов лежит гибкость, на другой — понятность. Даже Smarty с его «программированием для самых маленьких» многим пользователям кажется сложным. Так что если мы ориентируемся на пользователя, который хочет поставить системы «из коробки» и подпилить ее для своих нужд с минимальными знаниями программирования, то тут стоит поломать голову.

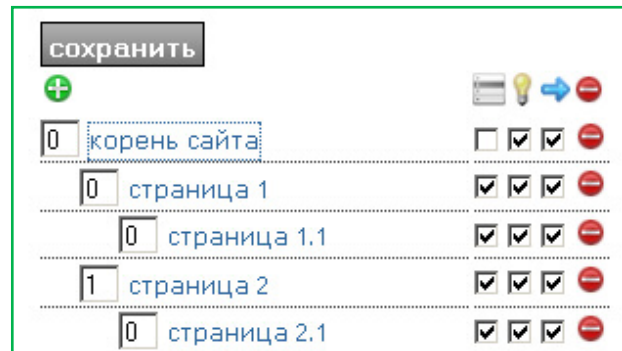
Кроме того, дизайны должны быть заменяемые и, возможно, даже «на лету». То есть нужно предусмотреть их удобное хранение и редактирование. И еще одна вещь, которая многими проигнорирована: дизайн должен быть легко редактируем и обновляем. Если вам приходилось адаптировать дизайн какого-нибудь бесплатного форума, состоящего из двух сотен шаблонов, в которых все намертво «прибито» таблицами, и откуда-то «из логики» вставляются куски JavaScript, то вы понимаете, что именно видеть не хочется.

Я придумал такую конструкцию: в пользовательском дизайне присутствует только то, чего нет в базовом дизайне. То есть в самом минималистичном случае дизайн состоит из пустого каталога с названием дизайна. Понятно, что в этом случае дизайн будет выглядеть в точности так же как базовый, так как все недостающие части будут позаимствованы от него, но как отправная точка — это очень удобно. Если в дизайне появятся css, то система автоматически переключается на него (при этом html все равно заимствует из базового). То же самое и с JS. Что мы получаем при этом: в пользовательском дизайне лежат только те файлы, которые он сам сделал. Пользователю не надо помнить, какой файл он исправлял, а какой попросту скопировал из базового дизайна в начале работы. Так же на сайте отображаются практически все нововведения базового дизайна без правки пользовательского. Мне такая система показалась удобной и логичной, хотя некорректно она кажется несколько неожиданной. Взять ли ее на вооружение или придумать свою — решать вам.

2. Структура сайта

Приступаем к написанию ядра. Что должно делать ядро? А делать оно должно всю «грязную» работу: определять настройки сайта, права и настройки групп пользователей, используемые модули, шаблоны, параметры кэширования, ло-

кализации и т.п. То есть, чтобы к тому моменту, как начинали работать подключаемые модули, они могли получить всю интересующую их информацию от ядра. Звучит жутковато, но все это сравнительно легко пишется и работает, если четко представляешь себе взаимодействие элементов.



Я для себя решил, что сайт будет представлять собой не кучу страниц, сваленных куда-то в БД, а строгую иерархию. В итоге структура сайта древовидная и недостающие части, как и в случае с дизайнами, наследуются от родителей. Структура групп пользователей тоже древовидная — права и настройки также наследуются от родителей. Файлы локализаций и модули тоже имеют простенькую иерархию. Четкая иерархия позволила переложить на движок всякие неприятные вещи типа автоматической генерации карты сайта, различных меню, раздачи прав (да-да: чтобы дать право на что-то нескольким группам, совсем не обязательно редактировать каждую — достаточно определить иерархию) и т.п. Живи да радуйся! И все бы ничего, если бы не грабли:

Грабли первые. Кэширование.

Пока занимался проектированием своего «мегадвижка» было как-то не до кэширования. Да и подумаешь — что там сложного? Поместил страницу в переменную, сохранил ее в файл, а в следующий раз ее оттуда показал. Делов-то... в любой момент можно приделаться! Ой... а у нас для зарегистрированных пользователей другая страница... Гм... ну подумаешь — две страницы в кэш сохраним! А еще в шапке надо вывести «привет, Вася»... значит этот фрагмент в шапке не кэшировать. и такой же фрагмент в подвале... и в середине... Мда... А еще бы надо разные части страницы кэшировать на разные сроки... Садимся и переписываем движок и систему кэширования на кэширование блоками — чтобы каждый блок имел свой срок жизни.

Грабли вторые. Кэширование.

Как?! Опять кэширование? Уже ведь сделали все красиво! Ну да... сделали... и оно даже работало, пока не встала задача генерировать контент для каждого пользователя на основе его личных настроек. Размер кэша при этом растет со скоростью реактивного истребителя, а его содержимое устаревает много раньше, чем будет запрошено повторно. ➔

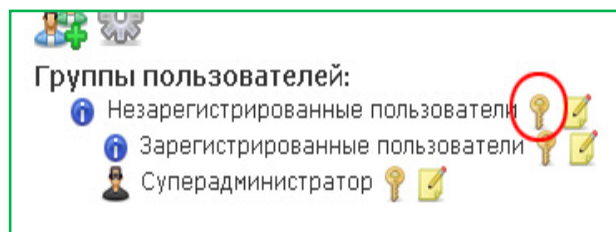
Вместо ускорения сайта получаем его замедление, и гигабайты никому ненужных кэшированных страниц... Главным скриптом на сайте становится «его величество» инвалидатор кэша. Мда... переписываем движок снова: на этот раз реализуем кэширование на уровне запросов к БД, так как это самое узкое место в производительности. Переписали... все — нирвана.

Гроби третьи. Кэширование.

Смотришь на свое творение и чувствуешь себя полным идиотом: вместо того чтобы сохранить страницу целиком, каждый раз ее создаю. А ведь кэширование задумывалось с точностью до обратного! Как же так?

Результатом в итоге явилось то, что некоторые модули кэшируются блоками, а некоторые — на уровне запросов. Это позволило месяцами хранить в кэше такие редкоизменяемые вещи как, например, меню сайта.

Урок же для себя я вынес такой: систему надо изначально проектировать таким образом, чтобы на определенных этапах исполнения иметь сгруппированные данные, которые можно легко положить в кэш или взять оттуда. Также система кэширования не должна быть жестко завязана на движок, так как сегодня вполне достаточно хранить кэш в файлах, а завтра (или даже сегодня вечером) уже подавая работу с memcache-сервером.



В процессе написания движка имеет смысл почитать умную книжку про рефакторинг... или почитать ее после написания движка. В любом случае, всем троим (вам, движку и книжке) это может пойти на пользу.

3. Модульность.

Современную систему тяжело представить как «вещь в себе» — она должна иметь интерфейсы для расширения своего функционала. Таким образом, мы переходим к самой вкусной части CMS — написанию модулей. Тут тоже полно вопросов: как должен выглядеть модуль, как подключаться к системе и т.п.

В некоторых системах вызов модулей жестко прописан в ядре системы, так что если ты хочешь написать модуль или установить сторонний, то залезайте в исходный код, вооружайтесь мануалом по установке и вписывайте в код соответствующие вызовы. При таком нерациональном подходе многие системы именно так и функционируют. Есть вариация этого решения: каждый модуль — это отдельный файл в некотором каталоге. В этом случае мы получаем не просто необходимость прописать модуль в ядро, но еще и выполнить его в виде одного файла. Еще встречались варианты с активными шаблонами: то есть вписали в шаблон {module_name} и когда парсер дошел до этого тега — вызывается на исполнение модуль module_name, результат работы которого оказывается на месте тега. Возможно, такой путь и удобен, но в данном случае мы не только не отделили логику от представления, но как раз наоборот — хорошенько их перемешали.

После определенного количества шишек я пришел к системе, которая, возможно, и не является образцом лаконичности и простоты, но мне видится достаточно удобной. Каждый модуль — это отдельный каталог, из которого ядром вызывается всего один файл (index.php). Данный файл может, как выводить «Hello world!», так и подключать файлы управления гиперпространственным квазиизлучателем — это уже как разработчику модуля будет удобно. В том же каталоге лежит xml файл с описанием параметров модуля, возможных настроек и системой прав. Этот файл

используется для того, чтобы система могла сама добавлять модули и не перекладывать эту головную боль на пользователя: нажал кнопку «установить модуль» — пожалуйста, получите.

С установкой разобрались. Встает новая проблема — как не позволить пользователю разместить на одной странице, скажем, фотоальбом и, например, форум? К здравому смыслу уповать бесполезно, поэтому нужна типизация модулей. Модуль такого-то типа (я для таких модулей где-то подсмотрел понятие «компонент») может быть на странице только один.

Хорошо, компонент на странице будет только один, но остальных-то может быть много — в каком порядке они должны подключаться? Ведь будет глупо, если модуль какому-нибудь переключателя скинов, который в конце своей работы перекидывает пользователя на главную страницу сайта, подключится после того, как отработает модуль анализа динамики поголовья кроликов в брачный период — и результатов анализа не увидим, и время на расчеты потратим. Следовательно, у модулей должен быть оговорен порядок их подключения.

Некоторые вводят для этого аналог никового runlevel, где для каждого модуля надо прописать между какими именно модулями он должен быть подключен. Как пользователя, меня такое решение повергло в прострацию, но как разработчик я придумал почти то же самое: модули разделены на три больших группы. Одна из групп — уже упоминавшийся «компонент», две других отличаются только тем, что модули одной группы подключаются до компонента, а другой — после. Причем, это разделение от пользователя я скрыл, так что для него остались только «компонент» и «просто модуль».

Итак, модуль спроектировали, с подключением определились... Теперь надо решить как его настраивать и как к нему допускать. А тут как раз все просто: раз уж у нас ядро предназначено для «грязной» работы, то пусть у него голова и болит — модуль в xml выдал список настроек, а ядро пускай его разбирает, хранит и предоставляет по запросу — тут как раз все просто.

Еще одна проблема, с которой я столкнулся в процессе разработки — передача данных между модулями. По условиям задачики они ничего друг о друге не знают и вызываются ядром в порядке номерков. А вот хочется передать из одного модуля в другой весточку! Для этого я ввел специальный класс для глобальных переменных, куда каждый желающий модуль может что-то сохранить на память тем, кто придет после него. Вот такое, возможно, не очень элегантное решение.

4. Обновления

Всегда хочется иметь самую свежую версию, но совершать для этого минимум телодвижений. Отсюда вытекает желание автоматизировать процесс обновлений. И тут опять существует пусть и не очень обширный, но все-таки зоопарк решений. Самые прогрессивные предлагают поставить на все каталоги права 777, а на файлы — 666 и тогда «скрипт сам все сделает». То, что это дыра в безопасности размером с Гранд-Каньон, в общем, никого не волнует.

У меня были идеи относительно двух вариантов: скрипт скачивает обновления во временную директорию, а потом, запросив у пользователя параметры доступа к FTP, обновляет сам себя. Так ему и прав лишних давать не надо, и происходит все автоматически, и обновления гоняются в пределах сервера, вот только придется либо каждый раз запрашивать у пользователя параметры доступа к FTP, либо хранить их тут же на сайте, то есть, все яйца в одной корзине. Поэтому я предпочел другой вариант: пользователь сам скачивает обновления (архивом или через svn), заливая их на сайт, а код на сайте, почувствовав, что он стал «новее», вносит необходимые исправления в БД и/или настройки. А первый вариант все же был красивее, но не отважился я.

Это самые запомнившиеся вехи моего «велосипедостроения». Читая это, я очень жалею, что в начале работы я не встретил чего-то подобного, а у меня самого было недостаточно опыта и шишек, чтобы задать «правильные» вопросы. ■

Наш опыт работы с Django Framework или 10 полезных модулей, облегчающих жизнь

Последнее время мы активно работали над проектом «Стиллион», первым нашим мейнстрим-проектом, написанным на Django. Был приобретен интересный опыт, которым мы хотели бы поделиться с сообществом.

Статья, прежде всего, будет интересна новичкам в Django.

Автор

Артём Голиков
Future Colors (Программист)
futurecolors.ru/



Модули Django

south

South — механизм миграции схем и данных в БД для django, то, без чего жить невозможно при совместной разработке. К сожалению, в Джанге нет штатного механизма миграций для отслеживания изменений в схеме базы данных проекта. Для восполнения этого пробела мы использовали south, который показал себя с хорошей стороны, главное вникнуть в то, как он работает, в документации всё отлично описано. Грабли: миграции можно накатывать без фикстур, этим надо пользоваться. Миграции данных надо писать руками. При ис-

пользовании нештатных полей (например, WYSIWYG-поле) и последующего отказа от них старые миграции не будут работать (но их можно переписать вручную).

django-mptt

Реализация nested sets для моделей django. Добавляет соответствующие поля, а также методы работы с деревом. Незаменимая штука для реализации иерархических структур в реляционной СУБД. Для представления деревьев в админке использовали fein-cms.

django-annoying

Набор полезных утилит, таких как декораторы видов `render_to` и `ajax_re-`

`quest` или `HttpResponseReload`. Рекомендуем для повышения элегантности кода.

django-debug-toolbar

Модуль, отображающий панель с отладочной информацией. Нас, прежде всего, интересовал лог SQL-запросов, который дополнен информацией об источнике запроса, временем и т.п.

pymorphy

Морфологический анализатор, интегрируемый с Django. Используется для склонения слов, которые хранятся в нормальной форме (то есть избавляет нас от хранения различных форм одного слова). Ещё умеет ставить слова в множественное число:

```
morph.pluralize_inflected_ru
(u'ПОПУГАЙ', 38)
>>> ПОПУГАЕВ
```

Недостатки — медленный `sqlite` в качестве бэкенда (есть более быстрые альтернативы `Shelve`, `CDB` и `Tokuo Cabinet`, но нам они не нравятся), не все слова корректно обрабатывает, но это бывает редко.

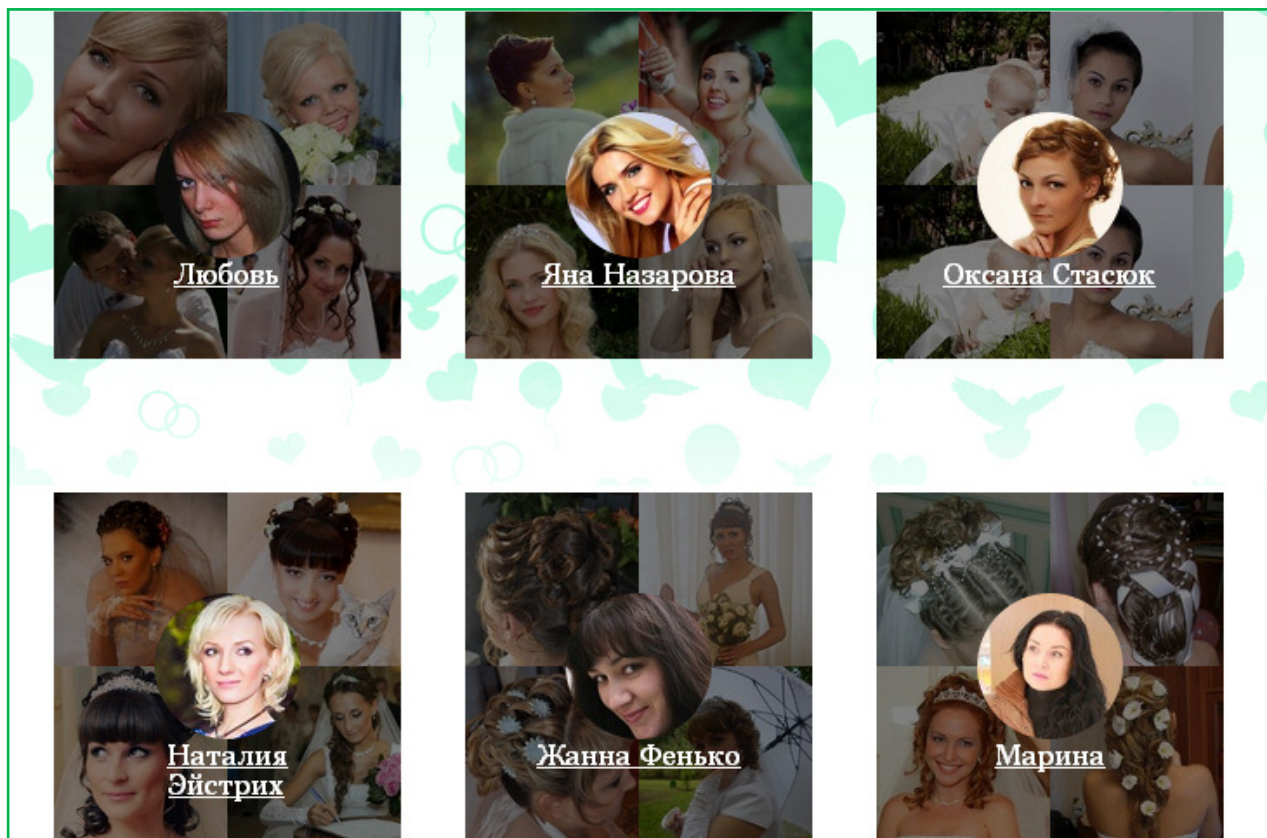
pytils

Чтобы не страдать от «18 март 2011» для работы с русскими датами, мы используем `pytils`. Модуль, кстати, умеет транслитерировать русский текст и выбирать правильный падеж в зависимости от числа, как и `rumorphy` (правда, без словаря, придётся хранить в шаблоне 3 формы слова).

sorl-thumbnail

Приложение для автоматического создания миниатюр изображений. Работает на базе `key-value` хранилища (в качестве бэкенда использован, разумеется, доступный из коробок `redis`). В бэкенде хранятся не сами миниатюры (они хранятся в файлах), а всего лишь мета-информация. ➔

Заголовок	Полное название	URL-идентификатор	Включена	Имеет фотогалерею	Действия
ПАРИКМАХЕРСКИЕ УСЛУГИ		hair	✓	✓	✕
-----Стрижка		haircut	✓	✓	✕
-----Окрашивание		coloring	✓	✓	✕
-----Наращивание волос		extension	✓	✓	✕
-----Капсульное		hot-fusion	✓	✓	✕
-----Ленточное		cold-fusion	✓	✓	✕
-----Ламинирование		lamination	✓	✓	✕
-----Косички		braids	✓	✓	✕
-----Прически		hairstyles	✓	✓	✕
МАКИЯЖ		makeup	✓	✓	✕
СВАДЕБНЫЙ СТИЛЬ		wedding	✓	✓	✕
-----Прически		hairstyles	✓	✓	✕
-----Макияж		makeup	✓	✓	✕
МАНИКЮР И ПЕДИКЮР		nails	✓	✓	✕
-----Дизайн		design	✓	✓	✕
-----Наращивание ногтей		extension	✓	✓	✕
-----Акрил	(None)	acrylic	✓	✗	✕
-----Гель	(None)	gel	✓	✗	✕
НАРАЩИВАНИЕ		extend	✓	✗	✕
КОСМЕТОЛОГИЯ		cosmetology	✓	✗	✕
-----Чистка лица	(None)	facial-cleansing	✓	✗	✕
-----Депиляция	(None)	depilation	✓	✗	✕
-----Пилинг	(None)	peeling	✓	✗	✕
-----Массаж	(None)	massage	✓	✗	✕



```
{% thumbnail image "100x100" crop="top" as im %}

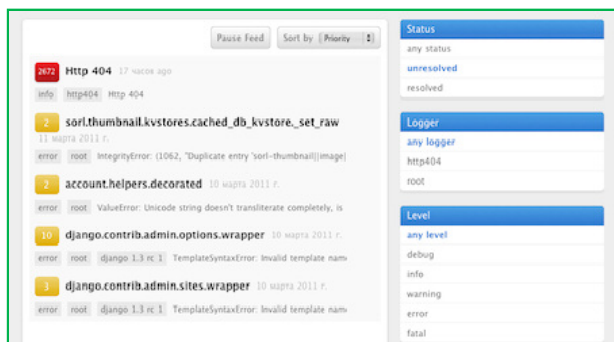
{% endthumbnail %}
```

django-compress

Склейка и минификация CSS и JS. В конфиге хранятся наборы файлов для склейки, в шаблоне указываем название сборки и compress генерирует минифицированную версию (фильтры YUI и CSSMin). Можно расширять функциональность своими фильтрами. Поддерживает версионное название файлов, что очень удобно при выставлении заголовка Expires на долгое время вперёд (manage.py synccompress при выкладке на продакшн обновит названия и содержимое минифицированных файлов сам).

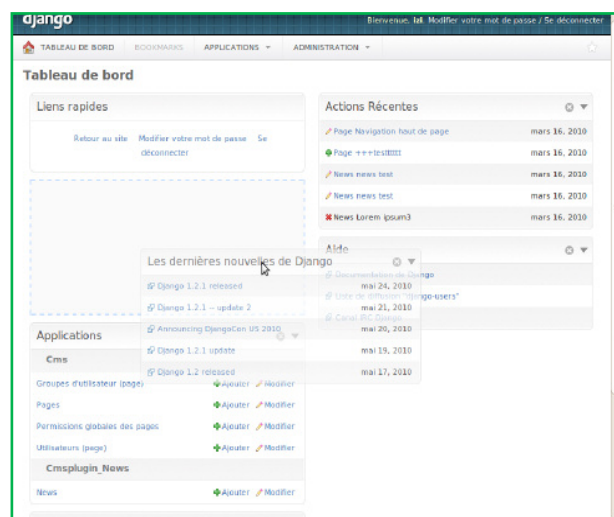
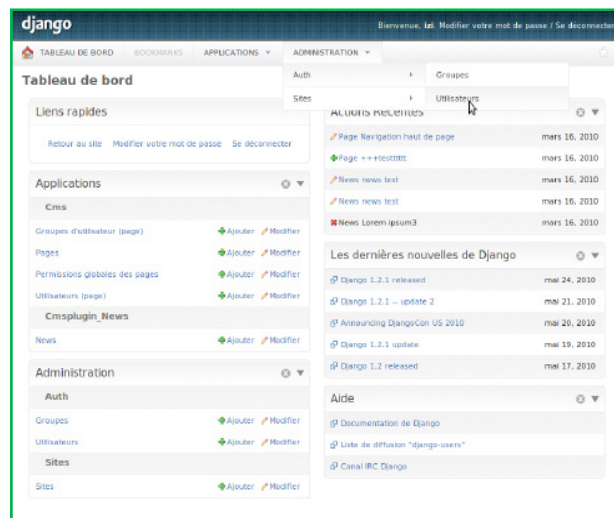
django-sentry

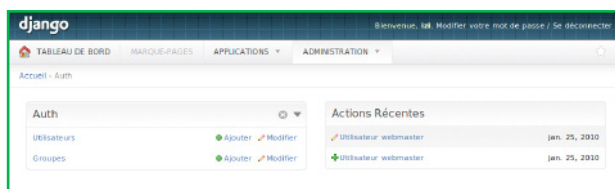
Очень полезное приложение от создателей DISQUS, позволяющее удобно логировать ошибки в базу данных. Sentry перехватывает исключения (например, Http404), сохраняет их и предоставляет красивый интерфейс, в котором показана частота возникновения ошибки (в том числе графически). Возможен сбор ошибок с нескольких серверов. ➔



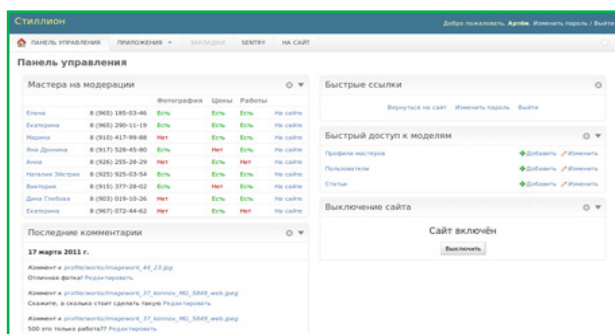
django-admin-tools

Приложение помогает сделать дашборд админки полезным. Имеется встроенный набор виджетов, но не составит труда ➔



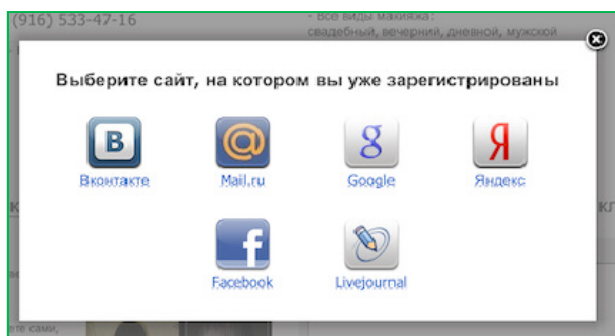


написать свои. Также можно сформировать меню под свои задачи, которое будет доступно на всех страницах админки.



Комментарии

Когда мы делали комментарии, решили, что оптимальным вариантом будет авторизация через сторонние сервисы (вконтакте, фейсбук, openid и иже с ними). Это очень удобно для пользователя, поскольку ему не нужно придумывать и помнить массу паролей от разных ресурсов. Для того чтобы сделать это быстро и просто, есть сервис Loginza. Интер-



Некоторые возможности Django:

- ORM, API доступа к БД с поддержкой транзакций;
- встроенный интерфейс администратора, с уже имеющимися переводами на многие языки;
- диспетчер URL на основе регулярных выражений;
- расширяемая система шаблонов с тегами и наследованием;
- система кэширования;
- интернационализация;
- подключаемая архитектура приложений, которые можно устанавливать на любые Django-сайты;
- «generic views» — шаблоны функций контроллеров;
- авторизация и аутентификация, подключение внешних модулей аутентификации: LDAP, OpenID и проч.;
- система фильтров («middleware») для построения дополнительных обработчиков запросов, как например включённые в дистрибутив фильтры для кэширования, сжатия, нормализации URL и поддержки анонимных сессий;
- библиотека для работы с формами (наследование, построение форм по существующей модели БД);
- встроенная автоматическая документация по тегам шаблонов и моделям данных, доступная через административное приложение.

фейс нам не очень понравился, и мы реализовали интеграцию с основными сервисами самостоятельно.

За основу был взят модуль [publicauth](#), но его пришлось основательно допилить. Дело не ограничилось добавлением интеграции с Mail.ru и другими российскими сервисами. Мы добавили «правильную» проверку подписи провайдеров openid и сделали достаточно дружелюбный виджет в «два клика».

Оптимизация производительности

На практике, одной из слабых сторон django оказался ORM. Он, как и все ORM, способствует порождению большого количества запросов и потребляет много памяти, когда извлекает данные. Без применения кэширования генерация главной страницы занимала несколько секунд. Из возможных стратегий оптимизации кэширование оказалось самым дешёвым и эффективным, так как схема БД не позволяла применять штатные средства, такие как `select_related`.

Кэширование

Кэширование блоков по таймауту, доступное «из коробки», нас не устраивало, так как не предусматривало удобного способа сбрасывать кэш. Поэтому была выбрана следующая стратегия: кэш живёт бесконечно долго (TIMEOUT=0), а одной из частей ключа записи в кэше является дата последнего обновления основного объекта. Зависимые объекты обновляют основной с помощью `post_save` сигналов. Таким образом, при изменении объекта имя ключа для кэширования автоматически изменяется, что позволяет видеть на сайте самые актуальные данные. В качестве бэкенда кэша используется Redis с алгоритмом вытеснения `allkeys-lru` (давно неиспользованные ключи кэша будут удалены при достижении ограничения `maxmemory`). В редисе, кстати, мы храним ещё и сессии пользователей, чтобы разгрузить БД ещё немного.

Order by RAND()

Чтобы не нагружать базу данных выборкой случайных значений через `order_by('?')`, используется следующий подход: данные, которые необходимо перемешать, достаются и кладутся в кэш (особенно, если логика выборки этих данных не тривиальна и требует большого числа запросов) в виде списка идентификаторов, а при выдаче к этому списку применяется `random.shuffle()`. Резюме: кэшируйте с умом.

В качестве заключения

Django — отличный фреймворк с большим количеством неплохих дополнений; когда пользуешься им, понимаешь, что он был создан для нашего удобства. Приятного кодирования! ■

Архитектура

Архитектура Django похожа на «Модель-Вид-Контроллер» (MVC). Контроллер классической модели MVC примерно соответствует уровню, который в Django называется Вид (англ. View), а презентационная логика Влада реализуется в Django уровнем Шаблонов (англ. Template). Из-за этого уровневую архитектуру Django часто называют «Модель-Шаблон-Вид» (MTV).

Первоначальная разработка Django, как средства для работы новостных ресурсов, достаточно сильно отразилась на его архитектуре: он предоставляет ряд средств, которые помогают в быстрой разработке веб-сайтов информационного характера. Так, например, разработчику не требуется создавать контроллеры и страницы для административной части сайта, в Django есть встроенное приложение для управления содержанием, которое можно включить в любой сайт, сделанный на Django, и которое может управлять сразу несколькими сайтами на одном сервере. Административное приложение позволяет создавать, изменять и удалять любые объекты наполнения сайта, протоколирует все совершённые действия, и предоставляет интерфейс для управления пользователями и группами.

В дистрибутив Django также включены приложения для системы комментариев, синдикации RSS и Atom, «статических страниц» (которыми можно управлять без необходимости писать контроллеры и представления), перенаправления URL и другое.

Обзор плагинов jQuery

Автор

Константин Максимов
аспирант
page2page.ru

Очередной топик с обзором нескольких интересных плагинов jQuery.

Mobily Map



Позволяет сделать интерфейс, подобный google-картам, на основе собственных изображений (возможность перетаскивать, ставить маркеры на изображении, реагировать на нажатие по ним и др.).

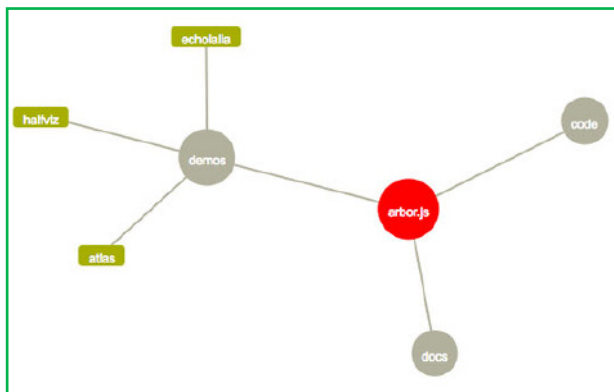
[Посмотреть в действии](#)

easingPlugin. 30 вариантов параметра easing

Полезный плагин для тех, кто самостоятельно организует анимационные эффекты, используя animate() и другие стандартные методы анимации. Все они обладают параметром easing, который определяет динамику выполнения эффектов. jQuery предоставляет лишь два варианта этого параметра — linear и swing (для равномерной анимации и анимации с ускорением). Плагин easingPlugin предоставляет еще 30 (!) вариантов динамических моделей.

[Посмотреть в действии](#)

arbor.js



Плагин для визуализации графов. Обладает весьма впечатляющими эффектами.

[Посмотреть в действии](#)

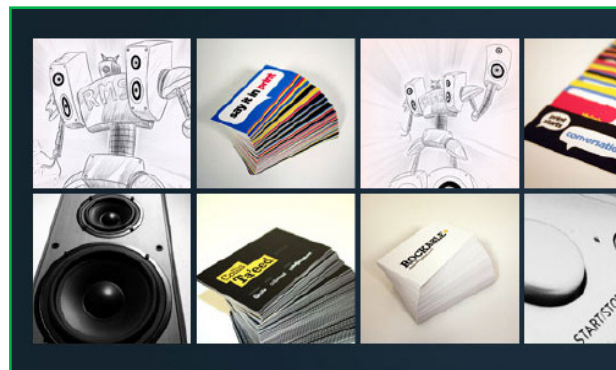
Booklet



Позволяет организовать содержимое в виде перелистываемой книги.

[Посмотреть в действии](#)

MobilySelect



Организует анимированную фильтрацию элементов.

[Посмотреть в действии](#)

Awkward Viewline



Оригинальный слайдер изображений с выпадающими заметками при наведении.

[Посмотреть в действии](#) →

«Рейтинг Рунета» опубликовал рейтинг лучших CMS за 2010 год



Проект «Рейтинг Рунета» выпустил свежий рейтинг лучших CMS, на которых разрабатывают сайты профессиональные веб-студии в России и странах СНГ. По сравнению с прошлым годом позиции программных продуктов в рейтингах изменились незначительно.

Традиционно, рейтинг систем управления сайтами разбит на три части: коммерческие (или «коробочные») продукты, свободно-распространяемые разработки и студийные CMS, используемые только узким кругом разработчиков. «Рейтинг Рунета» также проводит отдельное ранжирование популярности CMS для основных типов сайтов: корпоративных, промо, интернет-магазинов, социальных сетей, блогов, порталов и сервисов.

Напомним, что в рейтинге участвуют только те системы управления, на которых реализовано не менее 30 интернет-проектов. А при расчете учитываются только те сайты, которые веб-студии заносят через свой «Личный кабинет» на проекте, указывая, на какой CMS был разработан интернет-ресурс. Все данные, на основе которых строится рейтинг CMS, прошли проверку роботом, разработанным компанией Proactivity Group, по так называемым «отпечаткам пальцев» CMS — признакам, однозначно подтверждающим наличие определенной системы управления на сайте.

КОРОБОЧНЫЕ CMS

В рейтинге коммерческих CMS первые две строчки рейтинга прочно удерживают 1С-Битрикс и NetCat. Но темпы роста этих двух систем неравномерные: если на «1С-Битрикс» число действующих проектов увеличилось почти на 700,

то результат NetCat улучшился всего на 43 сайта.

Во втором эшелоне коммерческих CMS множество изменений. Наиболее впечатляющие показатели у HostCMS и Amiro.CMS. Система HostCMS поднялась с четвертого места в рейтинге на третье, прибавив в «весе» почти 300 сайтов, в первую очередь, интернет-магазинов и блогов. Amiro.CMS выросла на 3 позиции за счет более 400 новых проектов и поднялась на 5 строчку, сместив систему S.Builder от компании BINN. В свою очередь, S.Builder компенсировал это отставание ростом в нише CMS для порталов и сервисов.

Новичками рейтинга коммерческих систем стали Diafan.CMS, сравнительно недорогой и молодой «движок», и webAsyst, позиционируемая как специализированная платформа для интернет-магазина. В распространении обе CMS опираются на базу небольших компаний: дизайн-студий и фрилансеров. Наконец, в «Рейтинге Рунета» 2010-го года не участвует Twilight CMS, так как рабо-

Автор

Анатолий Денисов
Главный редактор CMS Magazine
& "Рейтинга Рунета"
www.ratingruneta.ru

тающие с ней студии не добавили достаточного числа новых проектов.

Полный список коробочных CMS:
www.ratingruneta.ru/cms/commercial

OPEN SOURCE CMS

#	CMS	Проектов	Балл	Тренд
1	Joomla!	1 624	36.69	—
2	Drupal	634	24.54	—
3	WordPress	478	14.65	▲
4	MODx CMS / CMF	637	13.99	—
5	TYPO3	184	9.38	▼

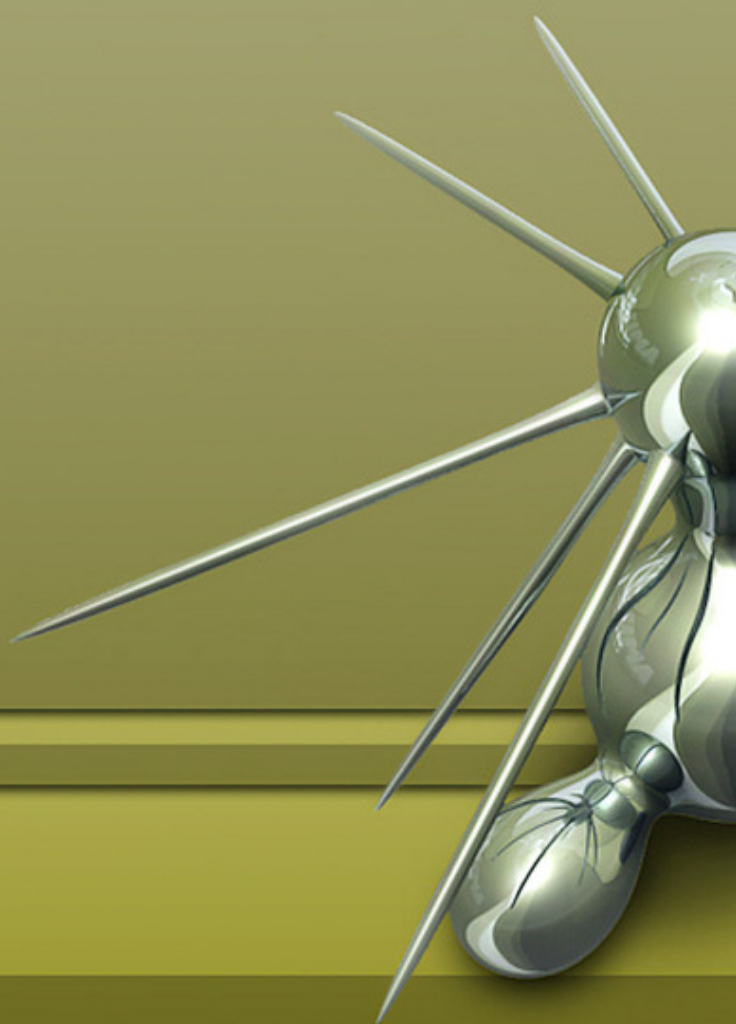
Для свободно распространяемых CMS главная новость года — резкий взлет популярности WordPress. Завоевавшая широкую популярность как платформа для блогов, CMS WordPress стала использоваться для создания корпоративных сайтов, промо-страниц и даже интернет-магазинов. На этом фоне TYPO3, более сложная CMS, заточенная под корпоративные сайты и бизнес-процессы, потеряла две позиции и сместилась в рейтинге на пятое место. Две верхние строчки среди свободно-распространяемых систем по-прежнему остаются за CMS Joomla и Drupal, привычными для профессиональных разработчиков по всей России.

Подробный список свободно распространяемых CMS:

www.ratingruneta.ru/cms/opensource

Результаты «Рейтинга Рунета» основаны на данных, предоставляемых веб-разработчиками со всех регионов России и ближнего зарубежья. Каждый год база увеличивается на несколько тысяч сайтов. ■

#	CMS	Проектов	Балл	Тренд
1	1С-Битрикс	3 461	52.54	—
2	NetCat	1 198	15.60	—
3	HostCMS	701	6.18	▲
4	UMI.CMS	521	5.41	▼
5	AMIRO.CMS	529	5.09	▲



СТАРТАП

**Как стартап-конвейер
раскручивает проект –
Бизнес Аркадия Морейниса**

**Три дня для начала. Startup
Weekend прошел в Петербурге**

**Дневник репатриантов:
как мы подняли 1 млн. \$
инвестиций. Часть 1.**

**Иллюзии и ловушки
стартапов. Выступление
Игоря Ашманова на
iForum-2011 в Киеве**

Как стартап-конвейер раскручивает проект – Бизнес Аркадия Морейниса

Звезда в стартап-сообществе или человек, выполняющий за венчурных инвесторов черную работу? Владелец компании "Главстарт" Аркадий Морейнис мечтает организовать "фабрику", где производство стартапов будет поставлено на поток.

Автор

Николай Гришин
Коммерсант (www.kommersant.ru)

П ровалив экзамены на факультет вычислительной математики и кибернетики в МГУ, Аркадий Морейнис попал в армию, где служил на одной из передвижных станций засечки ядерных взрывов. В случае взрыва его подразделение погибло бы первым. К счастью, засекать взрывы ему пришлось только на учениях, и после демобилизации старшина Морейнис на льготных условиях благополучно поступил в МГУ. Но сейчас он все-таки оказался в эпицентре взрыва, правда, не ядерного, а инвестиционного. После кризиса крупные ИТ-компании, венчурные фонды и частные инвесторы оживились и готовы вкладывать миллионы долларов в перспективные интернет-стартапы (см. схему "Кремниевая лужайка" ниже). Однако начинающие предприниматели не имеют ни денег, ни опыта, чтобы собрать команду, написать качественный бизнес-план и создать работающий прототип сайта. Тут-то и появляется компания Морейниса "Главстарт". За долю от 10% до 49% она готова вложить в стартап сумму в пределах \$100 тыс. и превратить его в интересный для серьезного инвестора бизнес. Аркадий Морейнис рассчитывает не столько на качество, сколько на количество стартапов. Судя по американскому опыту, из десяти окупаются лишь четыре и только благодаря одному, самому успешному, бизнес-ангел выходит в плюс. Чтобы набрать критическую массу проектов, Морейнису пришлось создать театр одного актера — Startup Weekend. На регулярных трехдневных встречах со стартаперами Аркадий Морейнис играет одновременно три роли: является организатором площадки, ментором и инвестором.

Чтобы человек зашевелился, ему нужно дать "волшебный пендель"

Унылая котлета

"О, это наши пациенты", — кивает маркетолог "Главстарта" Ольга Гриневская. На пороге томского "Открытого молодежного университета" толпа молодых людей. На вид типичные технари, в очках и растянутых свитерах.

В начале марта Аркадий и Ольга отправились в турне по сибирским городам, чтобы дать будущим предпринимателям советы, как продвигать свои проекты на предстоящем Startup Weekend в Новосибирске (он прошел в конце месяца). На фоне стартаперов Морейнис в цветастой рубашке Etro выглядит звездой заезжего цирка. Обычно говорит Аркадий тихо и спокойно, но стоит ему взять микрофон, как тут же преобразается — выступает ярко и зажигательно.

"Чтобы человек зашевелился, ему нужно дать "волшебный пендель". Сегодня будем раздавать пендели", — обещает Морейнис. Коротко рассказав о "Главстарте", он передает слово стартаперам. Каждый получает на презентацию две минуты, а в отведенный лимит никто не укладывается. Суть многих проектов становится понятна только после наводящих вопросов. Идеи в основном или неоригинальные, или лишённые бизнес-составляющей.

— Хотим сделать интернет-радио, где будут выступать лишь томские исполнители, — говорит худощавый юноша.

— Кто его будет слушать? — спрашивает Морейнис.

— Томские исполнители, — шутят в зале. Другой молодой человек предлагает проводить выборы и опросы с помощью



мобильных телефонов. Очевидно, он не знает, что глава ЦИК России Владимир Чуров обещал такой сервис к весне 2010 года, но потом идею зарубили.

На "пендели" Морейнис не скупится. Например, Тарас Ганджа хотел продавать школам интерактивный учебник по физике. Морейнис предложил создать вместо учебника игрушку для Facebook — вводишь уравнение, и шарики разлетаются согласно законам, описанным в формуле.

"Любой бизнес — это "гамбургер", нам же предлагают только унылую "котлету", — развивает Морейнис свою любимую теорию. Согласно ей, в любом бизнесе есть потребители и поставщики. Между ними "котлета" — технический сервис, позволяющий взаимодействовать. Большинство стартаперов предлагают начинку без алгоритмов привлечения потребителей и поставщиков.

Рассуждения Морейниса звучат убедительно, ведь ему удалось реализовать "американскую кремниевую мечту" — создать с нуля ИТ-бизнес и продать его инвестору.

Половине бесплатно

Свой "волшебный пендель" Аркадий Морейнис получил в 1991 году. Тогда он работал в вычислительном центре МГУ, который среди прочего занимался русификацией компьютеров Apple. →

На досуге будущий бизнесмен написал программу для передачи голоса в локальной сети. Программа случайно попала к разработчикам Apple, которые заплатили за нее \$20 тыс. Тогда на эти деньги можно было купить однокомнатную квартиру в Москве. Аркадий Морейнис предпочел основать компанию Macsimum. В 1990-е она была одним из крупнейших дилеров софта Apple в России, правда, обладателей Macintosh в стране было немного.

В один из вечеров 1997 года Аркадий Морейнис встретился со своим старым приятелем Борисом Лозинским, директором по разработкам компании "Консультант плюс". За рюмкой кальвадоса тот пожаловался, что никак не может купить компьютер: мол, все системы сравнения цен в Рунете "работают криво". Морейнис рассудил, что на этом можно построить новый бизнес.

В Рунете уже было пять-шесть сервисов сравнения цен. Их привлекательность зависела от количества сравниваемых товаров. Чтобы набрать базу прайс-листов, Морейнис предложил московским компьютерным компаниям трехмесячное бесплатное размещение. По его расчетам, после льготного периода только 5-10% клиентов должны были согласиться платить и количество информации на сайте резко бы упало. Поэтому он разделил компьютерные фирмы на две равные части. Сотрудники его новой компании Price.ru обошли офисы и предложили бесплатное размещение сначала первой половине, а спустя три месяца — второй. Эту тактику они применяли несколько раз. Те, кто платил, присутствовал на Price.ru постоянно, а те, кто нет, — эпизодически. Количество "платников" росло. Выручка Price.ru из года в год увеличивалась примерно на 20%.

В топе "Рамблера"

В каждом номере гостиницы "Томск" есть модем, но он не подходит для Mac. Морейнис, человек интернет-зависимый, первым делом утром с телефона залез на Price.ru и нашел адрес магазина, где продается Ethernet-переходник для Mac. "А с помощью "Яндекса.Маркета" найти нужный магазин поблизости не удалось", — ерничает Морейнис. С "Яндекс.Маркетом" у него особые счеты. Этот сервис появился в 2001 году и, обладая колоссальным преимуществом в виде поискового трафика, начал планомерно отъедать долю Price.ru. Морейнис расширил ассортимент, но в 2007-2008 годах "Яндекс.Маркет" обошел Price.ru по количеству компаний-участников (сейчас соотношение — 4,2 тыс. фирм против 2,2 тыс.).

"Price.ru — бизнес cash-cow, дойная корова. Он стабильно приносит выручку, но не имеет возможностей для качественного скачка. Мне хотелось чего-то большего", — говорит Морейнис. Неудивительно, что когда в 2005 году на него вышли менеджеры "Рамблер медиа" с предложением купить 51% Price.ru, предприниматель не отказался (еще 49% были выкуплены несколько лет спустя). Мотивы "Рамблера"

понятны, ведь "Яндекс" сумел успешно объединить поиск и сервис сравнения цен. За весь Price.ru Морейнис получил "больше \$5 млн, но меньше \$10 млн", должность директора по разработкам и развитию проектов "Рамблер медиа" и 500 человек подчиненных.

Прежде всего Морейнис объединил Rambler.ru и Price.ru: сейчас поисковик выдает цены на товары с этого ресурса. Затем он изменил дизайн главной страницы Rambler.ru и первым в Рунете ввел вертикальный поиск, когда на одной странице выдаются результаты поиска, сгруппированные по разным категориям ("магазины", "новости" и т. п.). Правда, позиции "Рамблера" это не улучшило. Если в начале 2008 года его доля в поисковых запросах, по данным Liveinternet.ru, была 8,3%, то в конце снизилась до 6,6%.

Когда в феврале 2009 года Марк Опзумер ушел с поста генерального директора "Рамблер медиа", Аркадий Морейнис предложил на вакантное место свою кандидатуру. Но совет директоров "Профмедиа" (владеет "Рамблер медиа") предпочел человека с опытом работы в крупной корпорации и пригласил вице-президента по маркетингу компании "Вымпелком" Ольгу Турицеву (осенью прошлого года ее сменил гендиректор "Афиши" Николай Молибог). Тогда Морейнис вновь отправился в свободное плавание.

Великий Combinator

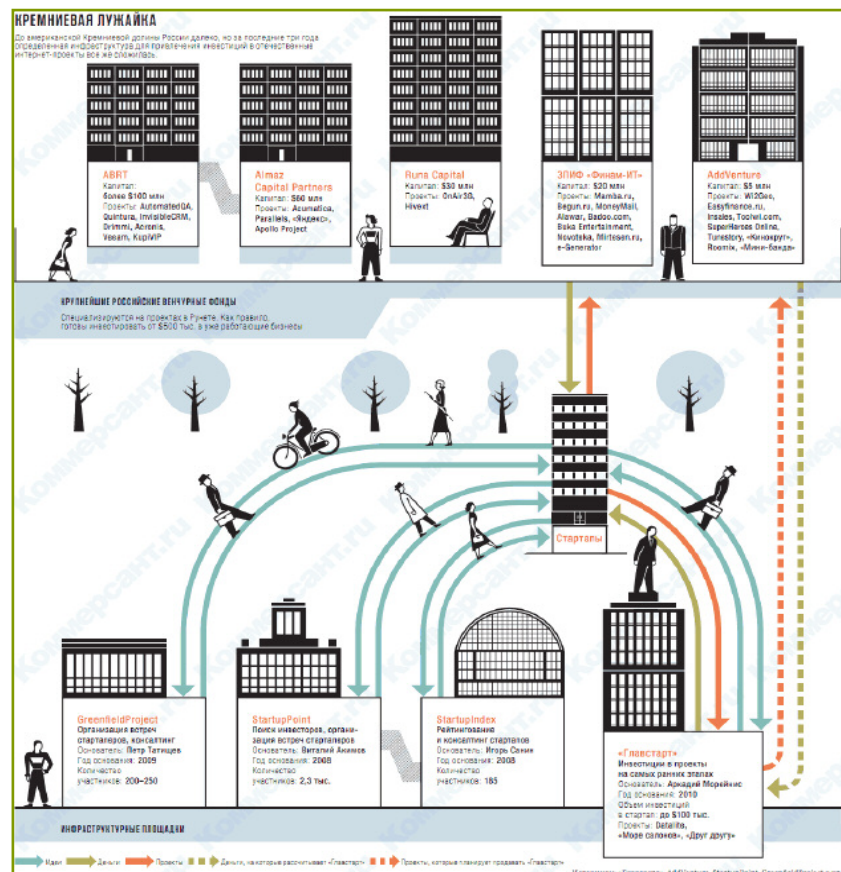
Примером для Аркадия Морейниса является американский предприниматель Пол Грэм. Продав Yahoo! свою компанию Viaweb за \$50 млн в 2005 году, тот

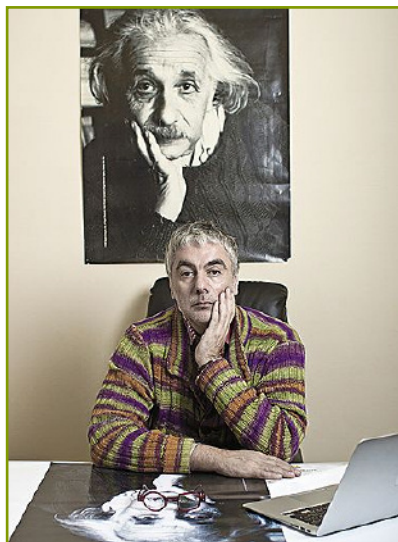
основал фонд Y Combinator. Грэм вкладывает всего \$17-20 тыс. в интернет-стартапы, а затем привлекает инвесторов следующего раунда. Результаты впечатляют: в прошлом году Y Combinator нашел инвесторов для 64 проектов, а в этом году совладелец фонда Digital Sky Technologies Юрий Мильнер и основатель фонда SV Angel Рон Конвей заявили, что, не глядя, выдадут каждому "выпускнику" Y Combinator по \$150 тыс.

Инвестировать в перспективные интернет-стартапы Аркадий Морейнис предлагал еще акционерам "Рамблера", но понимания не встретил. После ухода из компании, отдохнув в Тунисе, он вернулся в Россию с грандиозной идеей своими силами запустить здесь похожую на Y Combinator фабрику стартапов. Морейнис основал компанию "Глав-старт" и заявил, что готов вложить в интернет-проекты несколько миллионов долларов собственных средств.

Похожие попытки в Рунете уже были, и все провалились. В 2007 году акционеры "Видео интернешнл" основали фонд InVenture, который вкладывал до \$300 тыс. в проекты на самых ранних стадиях в обмен на миноритарную долю. По словам его бывшего гендиректора Александра Локтева, фонд вложился в несколько стартапов, но в 2010 году у акционеров начались проблемы с ключевым бизнесом, и финансирование остановилось. InVenture закрылся, а из его проектов выжил только один — агрегатор онлайн-магазинов дизайнерских вещей Yagoodza.

В 2008 году группа интернет-предпринимателей создала фонд AddVenture. ➔





Изначально он инвестировал \$20-50 тыс. в стартапы на самых ранних стадиях (от идеи), но концепция изменилась. Сейчас AddVenture готов вкладывать от \$500 тыс. в реально работающие проекты. Причем половина инвестиций приходится на бизнесы, которые придумали сами создатели фонда, и в которых они владеют мажоритарной долей. "Мы пришли к выводу, что модель Y Combinator в России не работает. Людей с хорошим потенциалом и идеями полно, но, когда доходит дело до организации бизнес-процессов, стартаперы не справляются", — говорит управляющий партнер AddVenture Сергей Карпов. В отличие от США в России совсем не развита инфраструктура поддержки начинающих предпринимателей и отбора проектов. Морейнис первым делом принялся создавать систему содействия стартаперам.

Тусовка с деньгами

Весной 2010 года Аркадий встретился в Стамбуле с американцами, создавшими Startup Weekend — популярное мероприятие, которое собирает тысячи стартаперов по всему миру. "За разумные деньги" он купил у них лицензию Startup Weekend на Россию. В перспективе это открывает выпускникам "Главстарта" дорогу на международные мероприятия, где можно искать зарубежных инвесторов. Первый Startup Weekend, прошедший в Москве летом 2010 года, произвел эффект разорвавшейся бомбы. На мероприятие пришли несколько сотен стартаперов и несколько десятков менторов известных интернет-предпринимателей и топ-менеджеров ИТ-компаний. Самые активные среди них — директор по продуктам "Рамблер-Афиша" Дмитрий Степанов, директор по развитию интернет-проектов "СТС медиа" Аскар Туганбаев и директор по развитию бизнеса Microsoft Russia Евгений Агроник. Основной мотив менторов — поиск новых идей и команд для своего бизнеса. "В конце концов, просто приятно поделиться знаниями, если они кому-то интересны. Это самореализация", — говорит Дмитрий Степанов.

"До Морейниса люди с деньгами тусовки стартаперов не организовывали. Аркадий с его деньгами, связями и богатым бэкграундом сделал тему модной и моментально стал звездой в стартаперской среде", — признает основатель сообщества интернет-предпринимателей StartupPoint Виталий Акимов. StartupPoint, GreenfieldProject и другие небольшие компании тоже проводят встречи инвесторов и стартаперов, но сильно уступают Startup Weekend по масштабу и составу менторов. Кроме того, Морейнису удалось привлечь русский Facebook, "Яндекс", HeadHunter и "Муз-ТВ". "Главстарт" подбирает для них проекты или команды разработчиков.

Создавать второй price.ru скучно. Тварь я дрожащая или право имею?

На очередном московском Startup Weekend осенью 2010 года Аркадий Морейнис обратил внимание на колоритного короткостриженного мужчину в кожанке. "Я Коля из Коврова", — представился тот. — Вообще-то занимаюсь металлоломом, но говорят, в интернете тоже можно денег срубить". В этот момент Аркадий осознал масштабы движения.

Уже прошло семь Startup Weekend в Москве, Санкт-Петербурге, Казани и Новосибирске, где были представлены около 400 проектов. Инвестиции получили только 11. В большинство вложились частные инвесторы из числа менторов. В конце прошлого года Аркадий Морейнис также свел "Яндекс" и разработчиков программы Webvisor, которая позволяет отслеживать действия посетителя на сайте. Программисты получили от поисковика \$300 тыс. Сам Морейнис на этом, правда, ничего не заработал. "Главное сейчас создать поток стартапов. Startup Weekend — это просто площадка, не бизнес", — уверяет владелец "Главстарта".

В "Рамблере" у Аркадия Морейниса было 500 подчиненных. Сейчас — четыре. Зато не нужно ходить на советы директоров и носить галстук

Долина смерти

Бизнес Аркадия Морейниса — перепродажа стартапов, в которые он инвестирует собственные деньги. Сегодня это три проекта. "Друг другу" — социальная сеть, пользователи которой оказывают друг другу полезные услуги. "Можно просто сказать спасибо, а можно купить баллы и перевести их человеку. Совать в благодарность мятые купюры не всегда удобно", — рассуждает Морейнис. Потратить баллы можно будет в партнерских интернет-магазинах, с которыми сеть рассчитывает договориться о сотрудничестве.

Проект DataLite — это система мониторинга и анализа для малого бизнеса, построенная на "облачных вычислениях". Предприниматели загружают на сайт DataLite информацию из разных источников и получают на ее основе биз-

нес-прогнозы. Например, сколько новых клиентов могут принести интернет-магазину инвестиции в контекстную рекламу. Западный аналог системы GoodData недавно привлек \$15 млн венчурных инвестиций. Самый зрелый проект — "Море салонов", система онлайн-бронирования в салонах красоты. "Изначально идея была такая: салоны пользуются софтом бесплатно, а мы зарабатываем на рекламе косметических средств. Но пришел Аркадий и все поменял", — рассказывает совладелец "Моря салонов" Юрий Петров. Услуги системы станут платными для салонов спустя три месяца, а посетителей на сайт будут заманивать скидками в часы, когда салоны не заполнены.

Сайт уже готов, в марте менеджеры "Моря салонов" начали обход парикмахерских. Тиражировать проект партнеры собираются в других сервисных бизнесах, где владельцам важно равномерно загрузить сотрудников работой (автомойки, рестораны и т. п.). "Главстарт" получил в проекте 45% за 3 млн руб. Деньги выделяются траншами по мере выполнения бизнес-плана.

Привлечь в "Море салонов" инвестора следующего раунда Морейнис намерен уже в начале 2012-го. По расчетам бизнесмена, каждый вложенный доллар в идеале может принести пять. Кроме того, "Главстарт" сохранит в проекте 10-15% на случай, если тот окажется очень успешным. Пример удачной инвестиции — интернет-сервис размещения документов Scribd. Y Combinator в 2007 году купил в нем 6% за \$12 тыс. Сейчас весь сервис оценивается в \$10 млн, соответственно, доля Y Combinator — \$600 тыс. Инвестиции на самых ранних стадиях могут приносить ошеломительные доходы, но они очень рискованные. Западные фонды называют их dead valley ("долина смерти)", — говорит Сергей Карпов, чей фонд готов перекупать у Аркадия Морейниса подростковые проекты.

Пока финансовых ресурсов у Морейниса совсем немного, а других акционеров у "Главстарта" нет. "Конечно, проще всего было бы сейчас создавать второй Price.ru на базе "Моря салонов". Бизнесы в перспективе сопоставимы. Но это же скучно. Тварь я дрожащая или право имею?" — философствует Аркадий Морейнис. В 2011 году "Главстарт" собирается инвестировать уже в 15 проектов (все семь находятся на стадии рассмотрения), в 2012-м в 30, в 2013-м в 50. Первые успешные сделки, по плану, должны пройти уже в начале 2012-го. При таких темпах можно взорвать рынок. А можно пасть смертью храбрых, зафиксировав взрыв.

\$500 тыс. вложил создатель системы PayPal Питер Тиль в Facebook в 2005 году. Сейчас его пакет оценивается в \$1,5 млрд — случай в инвестиционной практике беспрецедентный. Большинство интернет-стартапов приносят инвесторам убытки. ■

Три дня для начала. Startup Weekend прошел в Петербурге

Автор

Марина Теодори
www.spbit.ru

Недавно в Петербурге состоялся второй Startup Weekend – трехдневная рабочая сессия, на которой молодые инноваторы разрабатывают новые проекты от идеи до прототипа. В этот раз Weekend собрал свыше 250 участников и 70 проектов. Организатор мероприятия, холдинг «Главстарт», объявил награду за лучший проект около \$10 тыс. В итоге победителями Startup Weekend стали сервис AllPlaces, предоставляющий подробное меню многих кафе и ресторанов города, и проект Glace Space – программа, поставляющая на компьютер самый актуальный контент.



Напомним, первый Startup Weekend состоялся в Петербурге осенью прошлого года. Тогда на суд жюри было представлено более сорока проектов. В этот раз количество участников, желающих найти помощника для реализации своего замысла, а также посоревноваться за возможность финансирования, выросло в 2 раза.

Трехдневная рабочая сессия, состоявшая из представления идей, формирования концепций, общения с экспертами, началась с презентаций идей участников. Судьи и гости мероприятия прослушали представления 70 проектов. На каждую презентацию участнику отводилось всего 1 минута 50 секунд. Среди конкурсантов – люди разных возрастов, профессий и уровня образования, но в основном студенты. Поэтому и проекты, представляемые на суд жюри, понятны молодежи: ле-

Какие идеи рассматриваются?

- Проекты из области ИТ и Интернета, для доведения которых до состояния готового продукта требуется до 12 месяцев и до 100 тыс. долларов. Оптимальные планируемые сроки составляют 9 месяцев и 50-70 тысяч, которые в реальности, скорее всего, превратятся в те самые 12 месяцев и 75-100 тысяч. Под «готовностью продукта» имеется в виду как правило TTM (Time To Market) – время готовности к масштабному выводу на рынок, то есть технологическая готовность, готовность инфраструктуры и успешное прохождение проверки реальной жизнью на первых пользователей/клиентах.
- Проекты, имеющие хорошие перспективы роста – в первую очередь по размеру аудитории. Планы монетизации полезны, но стоит понимать, что на этом этапе они имеют приближение плюс-минус 100 километров.
- Серьезный плюс: наличие собственных наработок по теме проекта.

гальный музыкальный контент для общественных мест, аудиогиды, сервисы для покупок в интернет-магазинах, сайты для оставления полезных отзывов. Но и «взрослым» проектам тоже нашлось место. Сервис автоматических платежей для бизнесменов и ин-

новационная среда для участников рынка недвижимости – эти замыслы были представлены наравне с остальными презентациями.

Организатором Startup Weekend, как и в прошлый раз, выступил холдинг «Главстарт». Weekend прошел на площадках ИТМО и Дома молодежи при поддержке Клуба инноваторов Санкт-Петербурга и фонда UNINCOM. Основная задача мероприятия – увеличение потока стартапов для инвесторов. В этот раз «Главстарт» объявил награду за лучший проект – около \$10 тыс. «Особенность этого Startup Weekend в том, что к нам приехали американские учредители, – комментирует директор холдинга «Главстарт» Аркадий Морейнис. – Они будут смотреть, как идея реализуется здесь, в России. Но даже с учетом того, что нас посетят зарубежные эксперты, мы не меняли и не усложняли требования к проектам. Мы дали возможность попробовать себя всем, кто вовремя представил свои работы, и чьи концепции показались нам более-менее связно описанными, поскольку мы считаем, что для тех, кто хочет реализовывать проекты, важно уметь не только задать тему проекта, но и уметь презентовать то, что он хочет получить в итоге». ➔



Какие авторы идей рассматриваются?

- Авторы идеи должны лично обладать одной или несколькими компетенциями, необходимыми для реализации ключевых компонент проекта: технологических, маркетинговых или бизнесовых.
- Среди авторов проекта должен быть человек, способный понимать принципы работы всех составляющих проекта и готовый организовать работу проекта в целом.
- Серьезный плюс: наличие команды, а не одного человека.

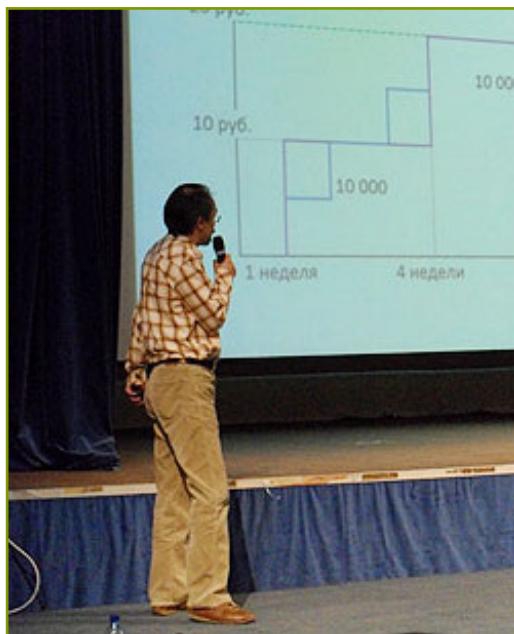
Второй день был посвящен консультациям с экспертами. Вначале прошел speed-networking с экспертами, затем участники смогли получить персональные консультации от экспертов, а уже вечером конкурсантов ждал семинар, посвященный платформе Facebook.

Заключительный день был посвящен также семинарам и представлению проектов-финалистов. Сайт для поиска работы и тотализатор по угадыванию погоды, «говорящие» книги и «электронная парта» — в финал вышли проекты самой разнообразной тематики. Но в итоге победителей осталось всего два.



экспертов Weekend, специалист Комитета экономического развития, промышленной политики и торговли Дмитрий Статовский. «Подобные мероприятия являются одним из ключевых элементов того самого «инновационного конвейера», о котором сейчас так модно говорить, — комментирует Дмитрий Статовский. — Weekend — это не

чики готовы опровергнуть и эту гипотезу — история полна примеров сверхкапитализации в достаточно короткие сроки. К сожалению или к счастью, далеко не все здравые мысли, возникающие в светлых головах, оказываются в нужный момент в нужном месте и обретают все звенья цепи, необходимые для того, чтобы пройти путь от стар-



«Наибольшего внимания заслужили разработки Glace Space Александра Кутина и AllPlaces Арстана Торегожина, — объявил Аркадий Морейнис. — Командам в ближайшее время необходимо будет предоставить план реализации проектов, в соответствии с которым и будет принято решение о суммах финансирования».

О роли таких мероприятий, как Startup Weekend, высказался один из

просто «тусовка» или место для разговоров, это действительно «рабочая сессия», в ходе которой новая идея обретает все шансы впоследствии превратиться в реальный продукт, продукт уникальный и современный, удовлетворяющий ненасытную потребность экономики. Безусловно, пока наступит долгожданная фаза роста, пройдет немало времени, но некоторые присутствующие на мероприятии разработ-

тапа до какой-либо «прибавочной стоимости». Важно, что на уикендах заключаются десятки менторских соглашений, некоторые проекты участников смогли заинтересовать титанов отечественного интернет-бизнеса. Примечательно, что интерес к подобным мероприятиям возрастает. Второй уикенд собрал свыше 250 участников и 70 проектов, что в 2 раза больше по сравнению с предыдущим». ■

Что надо сделать для того, чтобы вашу идею рассмотрели?

- Прислать заявку с презентацией идеи и команды.
- Заявку можно присылать в свободной форме. Главное, чтобы в ней
 - а) была рассказана суть идеи, почему она классная и имеет хорошие перспективы,
 - б) было рассказано об авторах, почему вы считаете, что вы можете реализовать этот проект, и есть ли у авторов наработки по теме проекта.
- Принять участие в одном из Startup Weekend в вашем регионе.
- Только на Уикенде у вас есть возможность показать себя, свои способности и возможности в реальной работе — в 54-часовом марафоне. Мы оцениваем ваше умение рассказывать о своей идее и умение слушать других, умение отстаивать свое мнение и воспринимать чужое, умение вносить коррективы в свои планы и выделять приоритеты, да и просто человеческие качества.
- Кроме этого на Уикенде у вас будет уникальная возможность пообщаться с экспертами и доработать свою идею с их помощью. Готовность ментора поучаствовать в проекте будет его серьезным плюсом.
- Узнать о ближайших мероприятиях в вашем регионе и зарегистрировать идею для участия в нем можно на сайте Уикенда.

Дневник репатриантов: как мы подняли 1 млн. \$ инвестиций. Часть 1.

Автор

Сергей Фаре

www.ostrovok.ru

На UpStartConf – секции о рынке инвестиций и стартапов в рамках РИФа-2011 основатели Островок.ру рассказывали о том, как привлечь в Рунет мировых инвесторов.

Эксперты, инвесторы и IT-предприниматели Рунета сошлись в едином мнении, что на российском интернет-рынке нет публичных кейсов стартапов, нет обучения для начинающих веб-предпринимателей, что неблагоприятно влияет на рынок. В этом посте репатрианты Кирилл Махаринский и Сергей Фаре презентуют кейс по привлечению инвестиций на примере проекта Островок.ру



Стартапам в России посвящается

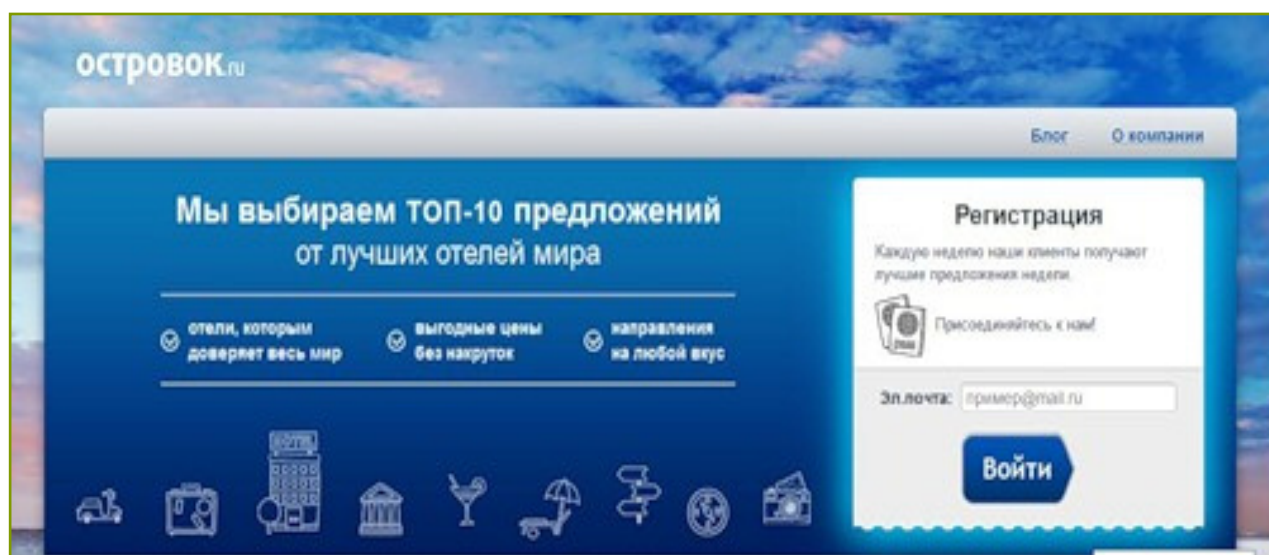
Одна из вещей, которую мы заметили после возвращения из Кремниевой Долины в Россию, было то, как много российских стартаперов (часто очень талантливых людей) испытывают трудности в процессе привлечения начального финансирования. Мы решили поделиться своим опытом.

Для начала мы представимся, опишем этапы поиска инвестиций и процесс привлечения миллиона долларов на создание Островка за 6 недель. Мы надеемся, что наш опыт поможет тем людям, которые готовятся к запуску стартапа в России. И что это будет полезно для развития локальной экосистемы стартапов.

О нашем проекте

Ostrovok.ru – это продукт, цель которого помочь российским пользователям в процессе заказов номеров в отелях по России и всему миру. Мы начали со списка лучших предложений и скоро запустим полноценную систему бронирования отелей. Наши основные конкуренты это travel агенты в оффлайне. Наш главный онлайн конкурент это booking.com, но мы надеемся создать более качественный user experience для российских путешественников.

До Островка мы работали над собственными интернет-проектами в Кремниевой Долине. ➔



Кирилл основал Quid, компанию в сфере анализа данных, которая привлекла финансирование от основателя PayPal Peter Thiel, до этого работал в Slide (разработчик социальных приложений #1 в мире на тот момент) и учился в Оксфорде. Я (Сергей) основал видеокommunikационную компанию TokBox, которая привлекла \$26 миллионов от Sequoia Capital и других инвесторов, а до этого работал в Google в Калифорнии и учился на MBA в Стэнфорде.

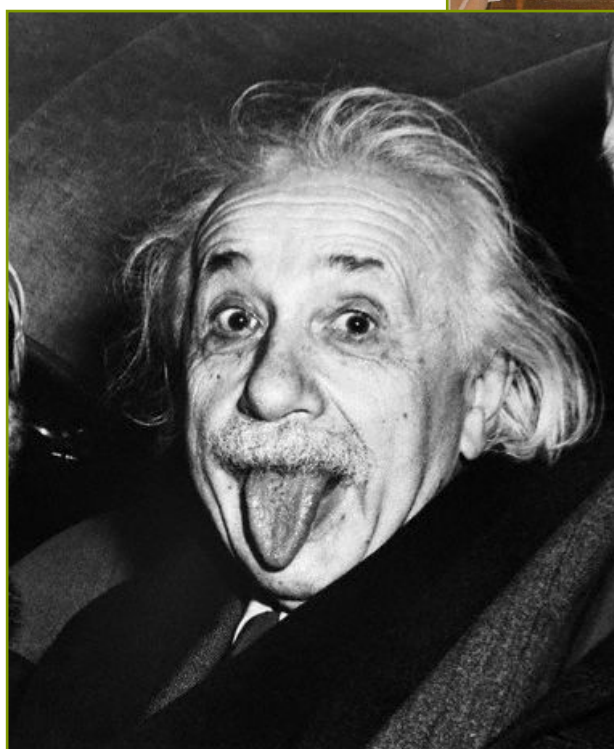
Сервис для онлайн-бронирования отелей Островок.ру мы основали в 2010 году и привлекли более 1 млн. долларов инвестиций от основателей и инвесторов лидеров мировой онлайн-туриндустрии, среди которых Kayak.com, ITA Software, Booking.com и Qunar.com.

Шаг 1. Теория

«In theory, theory and practice are the same. In practice, they are not» — Albert Einstein

Этап первоначального привлечения инвестиций называется «seed round» или «angel round», и выглядит он следующим образом.

- Наиболее типичные инвесторы — это индивидуальные инвесторы с опытом в сфере высоких технологий. Менее распространённый тип инвесторов — это венчурные компании, которые хотят инвестировать в мелкие сделки. Также это могут быть ваши родственники или друзья. Старайтесь держаться подальше от инвесторов, которые не имеют опыта инвестирования или которых не знаете вы, ваши родственники или друзья — с ними будет трудно иметь дело.



- Типичная сумма первоначального финансирования — это \$100,000-500,000. Привлекать менее чем \$100,000 бессмысленно, потому что этого недостаточно для достижения следующего этапа финансирования. Брать более чем \$500,000 очень сложно, так как компания еще недостаточно развита.
- Типичный процент, который Вы будете отдавать инвесторам, составляет от 10% до 30% акций компании, в идеале — менее 20%. Никогда не отдавайте более 30% за начальное финансирование.
- Есть масса форм структурирования сделки, которые можно использовать для получения инвестиций. Лучший способ — конвертируемый долг (займовые вложения, впоследствии превращающиеся в акции).

Шаг 2. Подготовка

«Fortune Favors The Prepared Mind» — Louis Pasteur

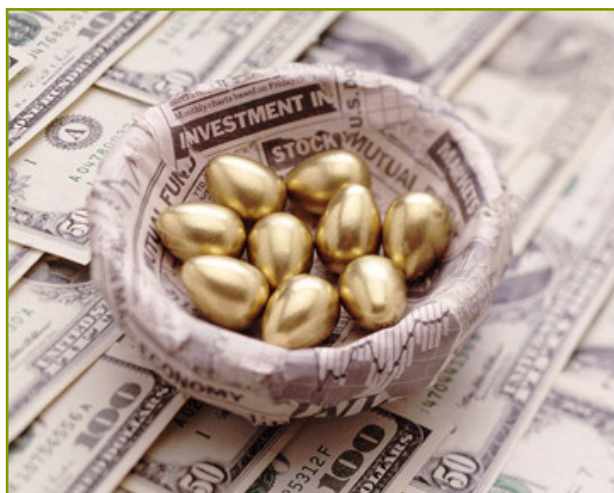
Мы вернулись в Россию в июле 2010 года с планом сделать стартап в области e-commerce. В августе мы



потратили 3 недели и провели изучение индустрий, которые были хорошо освоены в других странах, но не были разработаны здесь. Результат мы свели в таблицу с сопоставимыми компаниями, основными конкурентами и позитивными / негативными аспектами для каждой такой индустрии. После этого мы выбрали два наиболее перспективных направления из этого списка (онлайн-торговля одеждой/обувью/аксессуарами; и сектор онлайн-продаж туристических продуктов) и проанализировали их более подробно на последующей неделе.

31 августа мы приняли решение концентрироваться на travel-сегмент и сделали 12-ти слайдовую презентацию для потенциальных инвесторов. Презентация содержала в основном текст, там почти не было графики и изображений, не было бизнес-плана и финансовой модели. Составление полного бизнес-плана и финансовых моделей на столь ранней стадии, как правило, пустая трата времени, потому что все будет очень быстро меняться. На данной стадии важно понимать и демонстрировать:

- как растёт рынок,
- отсутствие идентичных решений, ➔



- (в) привлекательность бизнес-модели, и
- (г) почему именно ваша команда преуспеет на этом рынке.

В течение августа мы начали работать с адвокатом в Лондоне, Chris Grew at Orrick Herrington & Sutcliffe. Его фирма была основным юристом Facebook и множества других успешных технологических компаний. Нас познакомил друг, который ранее пользовался их услугами для своего стартапа. Они согласились с нами работать и отложить оплату их услуг до момента, когда мы получим инвестиции в размере \$ 3 млн. или более. Если не получим, мы ничего не должны. Это очень распространенная форма сотрудничества, и технологические юридические фирмы это практикуют. Chris и его команда создали

- (а) юридическую структуру (в штате Делавэр в США, поскольку это место наиболее знакомо для наших инвесторов)
- (б) документы для инвесторов.

Параллельно мы составили список целевых инвесторов. Это был файл Excel из 20 инвесторов, которых знал хотя бы один из нас. Затем мы расставили приоритетность инвесторов — определили, с кем будем говорить в первую очередь, а с кем — потом. Мы также согласовали конкретные сроки для рассмотрения каждого инвестора.

Шаг 3. Привлечение инвесторов

*«Always Be Closing» —
Glengarry Glen Ross*



Первым нашим инвестором стал Naval Ravikant, основатель Angel List. Мы выбрали его, потому что он имеет отличную репутацию и авторитет среди инвесторов.

У нас состоялся разговор в Skype, где мы описали российский рынок и то, что мы хотим делать. Он согласился инвестировать еще до конца звонка. Мотивами к этому послужило в первую очередь то, что Россия — наименее конкурентный большой рынок в мире (с точки зрения электронной коммерции). Во-вторых, его привлекла наша команда. Получение этих первых инвестиций было самым важным этапом во всем процессе.

Как только мы получили его устное согласие, мы обратились к следующим 15-20 инвесторам, апеллируя к тому, что Naval уже дал согласие. Многих инвесторов это заинтересовало, однако трудно перевести интерес в формальное подписание документов без дополнительной мотивации.

Мы предложили более выгодные условия для тех, кто решится быстрее, и дополнительно мотивировали инвесторов, когда кто-то другой соглашался. Каждый раз, когда у нас появлялись новые договоренности, мы давали об этом знать всем другим инвесторам, с которыми шло общение, тем самым подталкивая их включаться в проект. Спустя примерно 4 недели, мы собрали довольно большой пул инвесторов, и каждый следующий шаг был легче, чем предыдущий. Ничто так не толкает инвесторов, как действия других инвесторов.



Каждый раз, когда кто-то соглашался, мы сразу же просили их подписать документы и отправить деньги (независимо от того, что делают все остальные инвесторы). Это очень важно, так как каждый день задержки снижает вероятность подписания. Как говорит Алек Болдуин: «Always Be Closing».

Резюме: выбрать нишу для стартапа — найти первого инвестора с хорошей репутацией — общаться со многими инвесторами (в 3-4 раза больше, чем вам нужно) — «давить на них» — доводить до конца каждую сделку.

Вопрос в том, как это все полезно для вас, если у вас еще нет первичных связей и репутации с точки зрения инвесторов? В следующей части мы постараемся описать, как найти эти ключевые связи и выстроить доверие с нулевого старта в России, а также описать ключевые ошибки, которые мы совершили. ■



Иллюзии и ловушки стартапов. Выступление Игоря Ашманова на iForum-2011 в Киеве

*Здравствуйте.
Меня зовут
Игорь Ашманов,
я из Москвы.
Поскольку
сама секция
называется таким
провокационным
способом – то есть
про всякие косяки,
ошибки, ловушки и так
далее, – ну я и спросил
Сашу Ольшанского,
про что рассказать.
Говорю: «Вот, могу
про стартапы, про
истерию стартапов».*

Он говорит: «Да, у нас здесь настоящая истерия стартапов, я все время с ней борюсь». Поэтому я, собственно, и расскажу. У нас эта истерия просто вызывает уже оскомину, потому что чуть ли не каждую неделю происходит какое-то событие, у которого есть в названии подстрока «стартап». То есть какие-то стартап-уикенды, стартап-конференции, стартап-линчи, стартап... – ну, в общем, даже трудно придумать, как можно назвать, но придумывают.

На мой взгляд, это такой пузырь, и он в принципе, конечно, не вреден, наверное, для интернет-индустрии. Он, с одной стороны, наверное, опасен потерей доверия, но зато с другой – полезен привлечением денег в индустрию.

В конце концов, если все будут вкладываться в Интернет – ну, сколько-то достанется и разработчикам, программистам и всем остальным. Они получат бесценный опыт набивания шишек. То есть, может быть, это и не очень вредно. Ну и не очень полезно – как пиво.

Но, поскольку у нас такая секция именно про магию с разоблачением, то я вот про эту вредность и хочу говорить. Я довольно много стартапов видел за свою жизнь, они все более или менее одинаково развиваются, как правило. И могут быть иллюзии как со стороны стартапера – то есть человека, который придумал что-то, делает это и хочет в итоге получить деньги и построить что-то большое, – так и со стороны инвестора. У инвестора свои специфические иллюзии, которые

тоже заставляют его набивать шишки и так далее, но я про них сейчас говорить не буду, а скажу несколько слов про иллюзии стартаперов, и про то, какие возникают ловушки для такого типового стартапера. ➔

Стартапная истерия

- Все делают стартапы!
- Достаточно идеи, молодого задора и презентации!
- Инвесторы сбились с ног, ища, кому дать денег!
- Предложи классную идею, инвесторы дадут бабла, через полгода проект купят с потрохами, и ты – миллионер!
- У стартаперов оттопыренные карманы и крутые тачки!

Увы, это иллюзии.

Вот эта стартапная истерия, она выглядит так – что все вокруг делают стартапы, надо срочно бежать, а то не успеешь, надо что-то замутить, денег на рынке полно, достаточно придумать какую-то классную идею. Кстати говоря, часто это, конечно же, клон уже имеющегося запатентованного проекта.

В принципе, я считаю, что делать клоны – это вообще-то правильная вещь с точки зрения бизнеса. Потому что со стартапом же самое главное – взлетит, не взлетит. А если оно уже где-то взлетело... А собственных оригинальных идей не очень много.

Понятно, что мне как разработчику всегда неприятно думать о том, чтобы что-то клонировать, это как бы себя принизить. А вот для инвестора «клон» не обязательно звучит плохо. Например, если есть успешный клон – точнее, успешный оригинал на Западе, а предлагается сделать клон здесь, а здесь ни одного такого пока нет, – это очень хорошая идея с точки зрения инвесторов. Ну и, как мы видим, это срабатывает. Например, случай с «ВКонтакте» показывает, что бывают очень успешные клоны. Но это так, к слову.

Итак, есть иллюзия, что на рынке очень много денег. Я про это тоже позже скажу. На самом деле деньги, конечно, есть. Более того, вот эта вот стартапная горячка, она тягивает на рынок диких инвесторов, которые, вообще говоря, не являются профессиональными венчурными капиталистами, и соответственно, думают, что здесь деньги можно вложить с быстрой окупаемостью, и вообще надо не опоздать, потому что все уже пацаны вложили и вот советуют в бане. И есть иллюзии, конечно, что вот там есть какая-то такая быстрая дорожка, какой-то «fast-track», как говорят эти инвесторы про принятие решений и так далее, – что ты предлагаешь идею, а оно как-то ее быстро одобряют, дают деньги, проект еще развивается, и тут приходит какой-нибудь крупный игрок, западный или еще какой-то, покупает.

В результате все участники полностью в шоколаде, и, значит, можно заниматься следующим стартапом. Это все, конечно, иллюзии.

Да, и ещё стартаперу кажется, что вот в тот самый момент, когда его стартап кому-то понравился, в этот момент наступит уже, собственно, успех. То есть жизнь прямо в этот момент – удалась. Я очень много таких стартаперов знаю, со многими разговариваю. Ну и мы что-то сами вкладываем, и поэтому у нас идет поток, а параллельно сами получаем инвести-

ции в другие наши проекты. То есть мы сразу с двух сторон смотрим на этот процесс.

Так вот, очень многие стартаперы думают, что вот договорились с инвестором, нашли деньги, после этого наступает просто полное счастье – деньги, девушки, тачки и так далее. Стартапер в принципе почему-то очень часто думает, что денег ему дадут «на карман», что называется. То, что по-английски называют «cash-out». То есть дадут ему денег, и он их сможет потратить тут же, решив свои какие-то давно назревшие потребности – новые ботинки купить или машину, или за квартиру заплатить, за ипотеку. Это все, к сожалению, такие иллюзии.

Вообще иллюзий довольно много. Вот иллюзия есть, что рынок весь кипит, и на нем масса денег. То есть это в принципе правильно – только понимается неправильно.

Истерия пухнет на почве иллюзий

- Иллюзия кипения рынка и массы денег на нём
 - Иллюзия существования эскалатора к успеху
 - Иллюзия быстрого успеха
 - Иллюзия быстрого обогащения стартапера, получения денег «на карман»
 - Иллюзия управляемости и предсказуемости стартапа
 - Иллюзия беспрепятственности и лёгкости стартапа
- Увы, это всё неправда.

Есть иллюзия, что где-то есть этот самый эскалатор к успеху. То есть ты на него должен просто встать, и он тебя довезет. Ещё иллюзия быстрого успеха в стартапе – это вот то, что я рассказал – быстрого обогащения. Есть иллюзия предсказуемости и управляемости стартапа.

Почему-то очень многие люди, которые делают стартапы, воспринимают это именно как такой эскалатор, кажется, что ехать по нему легко и приятно. Главное – встать, а там оно повезет само.

Я говорю общие вещи, очевидные. К сожалению, они повторяются с утомительной повторяемостью во всех разговорах с теми, кто хочет создать стартап. Причем, неважно, это там реальные люди, знающие, с хорошей идеей, или просто жалкие эпигоны, которые просто копируют какую-то западную идею – притом, что уже ее тридцать раз у нас скопировали.

Неважно. Вот эти иллюзии, они у всех одинаковые. Вот эти все тусовки стартаперские, например, это какая-

то такая странная история. Странно, но там нет денег, как правило. Я сколько раз на них ходил, меня обычно там приглашают поговорить, ну чтобы президиум заполнить, чтобы выглядело солидно.

Там потом устраивают какой-то стартап-линч, то есть когда выходят стартаперы и рассказывают про свой проект. Почему-то требуется, чтобы они рассказали все за две минуты или за три. Это называется «речь для лифта». Ну, типа вот вы сумели захватить потенциального инвестора в лифте, пока он едет на свой сорок пятый этаж, вы должны ему быстро-быстро-быстро, не переводя дыхания, изложить идею своего стартапа. Он должен купиться и из лифта пригласить вас в свой 50-метровый кабинет или 100-метровый и фактически выписать чек. Вот этот вот «elevator pitch», речь для лифта, почему-то ее воспроизводят на таких тусовках.

Выходят несчастные эти, обливающиеся потом стартаперы, которых на середине обрывают, так что они не успевают сказать что-то самое важное. На мой взгляд, это вообще почти ничем не кончается.

Например, у нас в Москве Аркадий Морейнис построил такую фабрику стартапов, точнее, такой огромный пылесос как бы этих стартапов, которые он всасывает отовсюду. Он хочет стать главной точкой входа в отрасль. Вроде как фильтрует стартапы и хочет перепродавать венчурным капиталистам. Ну, может быть, немножко давать своих денег тем самым лучшим из них, которые понравились больше всего.

На самом деле:

- Это СМИ нагревают стартапный пузырь
- Все делают стартап-тусовки типа *startup*
- Денег на этих тусовках пока нет, это просто смотрины
- Историй успеха пока практически нет
- Все просто рассказывают друг другу истории
- Деньги по-прежнему дают медленно и туго
- На достижение успеха и развитие стартапа по-прежнему нужно 4-6 лет

Но пока все эти тусовки – это такие смотрины, где просто все ходят, друг на друга смотрят, и ничем это не кончается. И денег нет, и нормальных стартапов нет, там огромный поток мусора идет, то есть бессмысленных идей, странных, каких-то нежизнеспособных. ➔

Вот есть такой скользкий бизнес, как «школа актерского мастерства», – был в свое время у Натальи Крачковской, по-моему, потом еще какие-то шустрики крутились. Где вам говорят, что «вот у нас есть такая школа актеров (или школа звезд каких-нибудь там, супермоделей), вы нам ребенка отдаете, мы ее, эту вашу дочку, учим и делаем ей портфолио, и она потом станет звездой, на кастинги берем».

В реальности это такой способ просто взять серьезных денег с богатых людей за то, чтобы они не переживали, что они не вкладываются в развитие своего ребенка и не дают ему или ей возможностей. Там делается какое-то ненужное портфолио. То есть сама школа – это и есть бизнес, а никаких кастингов, никаких ролей потом не будет. Вот эти стартаперские тусовки мне сейчас напоминают ровно такие же школы моделей – то есть движуха ради движухи.

Единственное отличие, что со стартаперов даже денег никто не берет. То есть, даже и в самих этих школах стартапов – тоже нет денег. При этом понятно, что настоящие инвесторы есть, они даже там иногда шныряют, но, как правило, практически уже перестали ходить, потому что к ним и так идет поток. То есть все это такая деятельность совершенно вхолостую.

Все там друг другу рассказывают истории, подогревая друг друга какими-то чужими историями успеха. У всех на устах там, понятно, какие-нибудь «Facebook» и «Google» – что вот же, смогли. Там над процентом успешности никто не задумывается.

А деньги по-прежнему даются точно так же туго. Дают и не под команду, не под идею, как ни удивительно. Итак, откуда эти иллюзии берутся? Ну, во-первых, большинство стартаперов – это такие типичные программисты.

Источники иллюзий

- Психология программиста (нужен правильный алгоритм)
- Психология халявщика (нужен правильный трюк)
- Отсутствие опыта
- Шум: деловая литература, статьи в журналах, тусовки типа «стартап-что-нибудь»
- Корпоративные легенды успешных компаний

Результат: ложное представление об эскалаторе, везущем к успеху

Мало того, что программисты сами по себе люди аутичные и часто не очень могут придумать вообще что-то такое, что нужно людям, а не им

самим, – они в общем воспринимают жизнь как попытку найти правильный алгоритм, написать правильную программу успеха.

Кажется, что для получения денег и достижения успеха как у Цукерберга нужно просто придумать этот алгоритм. Более того – может быть, даже не придумать, а, как обычно, сходить куда-то там на оупенсорсный сервер, и там его скачать просто. Последнюю прошивку 3.21.1.1.2. И скомпилировать у себя, под свои нужды.

«Точно где-то, – думает программист, – точно где-то есть вот этот алгоритм получения успеха, получения денег на свой стартап и так далее».

Еще довольно много вокруг этого бизнеса крутится халявщиков – разных как бы околорыночных людей, каких-то вот людей, которые поработали менеджером там где-то в крупной компании и так далее. У них психология халявщика такая – что наверняка существует какой-то правильный трюк. Его надо просто узнать, и потом ты этот трюк сделаешь, и оп! – у тебя и деньги, и инвесторы и все пучком, ну а программистов потом найдем. Я таких тоже очень много видел. То есть люди придумывают хитрый ход, им кажется, что сейчас они выучат правильные слова и трюк готов.

При этом и у тех, и у других – отсутствие опыта, то есть им на самом деле никто не отказывал еще, они такие невинные очень ребята – и программист, и такой вот маркетинговый халявщик. И им кажется, что вот-вот сейчас все сработает, потому что никто из них еще не обламывался.

Ну и соответственно, есть корпоративные легенды вдохновляющие, легенды «Google», легенды «Facebook» и так далее, «Dell» там, «Microsoft». Они устроены, конечно, не так, как оно на самом деле было. Там все темные и нудные моменты, естественно, выброшены. Большое количество труда, как правило, в легенде просто декларируется – но этому никто не верит, всем хочется знать, в чем был трюк.

То есть такое представление ложное о том, что есть эскалатор успеха, и просто нужно найти вход. Нужно найти вход, и дальше он сам повезет. Очень много таких молодых стартаперов сейчас – таких гладких, разговорчивых, уверенных в себе, в очках, в пиджачочках, – которые считают, что, собственно, они уже даже почти и нашли этот вход.

Ну и что нужно, значит? Классную идею найти. Показать, что у тебя есть команда креативная.

Иллюзия эскалатора к успеху
Все, что якобы нужно от стартапера:

- Классная идея
- Креативная команда
- Прикольная технология
- Выучить правильные слова для инвестора
- Приготовить речь для встречи в кафе
- Тусоваться в правильных местах
- Найти тайный вход на эскалатор

Дальше – якобы гарантированный успех за короткое время

Часто это такая игра в булшит-бинго так называемое. Знаете такую игру, да? Выписываются слова типа «синергия», «социальные сети» и так далее. Вот сидишь на совещании и слушаешь речи, и зачеркиваешь. Пять слов зачеркнул первым – встаешь и кричишь «булшит», то есть «чепуха». Значит, ты выиграл.

Вот, стало быть, стартаперы – они насасываются этими шумовыми словами и думают, что в принципе это и есть правильные слова для инвестора, некое заклинание – ты говоришь его, и инвестор зомбируется полностью – и весь он твой, и лезет в кошелек.

Дальше нужна вот эта лифтовая речь для встречи в кафе. Ну, понятно, у нас нет гигантских корпораций с пятьюдесятью этажами, поэтому лифтов для ловли инвестора тоже нет, поэтому встречаются обычно в какой-нибудь «Кофемании» там, «Шоколаднице» и так далее. Вот для рисования на салфетке и нужно иметь речь на двадцать минут. Главное – понять, в каких местах тусоваться, где водятся эти инвесторы.

Ну, а стартап-школы, все эти стартап-уикенды и прочие говорят, что «это же мы, мы, мы, здесь у нас все, давай сюда к нам». И это якобы и будет этот тайный вход на эскалатор к успеху – встал и поехал. Это все, к сожалению, фигня. Там нет такого входа, и нет самого эскалатора на самом деле...

На самом деле

- Под идеи денег не дают
 - Классным командам денег не дают
 - Не существует заклинаний для приманивания инвестора
 - Инвестор не может оценить вашу технологию
 - Деньги «на карман» стартаперу не дают
 - При получении инвестиций крутую тачку купить не удастся
- Эскалатора к успеху не существует, по крайней мере, в нашем климате

Надо понимать, что "под идею" вам никто деньги не даст. У нас, например, идет поток людей в нашу компанию каждую неделю. Он такой интересный. Очень часто приходят люди, у которых нет ни денег, ни технологий, ни команды — есть идея. Причем, эти люди очень озабочены тем, что обманут... он бы и хотел рассказать идею, но боится, что мы у него сразу ее украдем, и пытается оговорить это там каким-то способом, NDA какой-то подписать, то есть соглашение о неразглашении.

Пытается договориться, что вот если нам он будет рассказывать, если он согласится рассказать, то мы никогда таким бизнесом сами заниматься не будем. То есть он хочет, чтобы, скажем, я или там какой-то другой инвестор заранее целый сегмент рынка выбросил из будущих планов — причем, заранее неизвестно какой именно сегмент рынка, — потому что вот этому человеку вдруг пришла в голову идея. Понятно, что под такие вещи никто никаких денег никогда не даст. Даже если у тебя есть команда классная, очень умная.

Иногда приходят люди с креативной командой — то есть у них разработчиков программного обеспечения или там веб-разработчиков нет, а есть вот какие-то креаторы, как они говорят. Которые изобрели что-то такое, чего раньше вроде не было. Их прет от креатива... это вот чувство, воспоминание о том, как их креатив этот поднимал на крыльях позавчера, заставляет их думать, что

это что-то великое. Но "под креатив" тоже денег не дают.

Идею никто не украдет, это понятно, потому что идей у всех — как у дурака фантиков. На самом деле нет тех, кто может что-то сделать. И деньги на самом деле не уникальный ресурс, его много. Уникальный ресурс — люди. Нет тех, кто может сделать. И разговаривают, конечно, с теми, кто имеет прототип, как правило, и имеет четкое понимание, что он делает.

Инвестора, кстати, надо тоже понимать — если ты ему и технологию покажешь... Это иллюзия программистов — приходят и утомительно рассказывают про технологию. Вот у меня, скажем, на столе лежит несколько бумаг толстых, в которых описываются великие лингвистические системы. Прямо так и называются, типа: «Система исчисления смыслов». И огромный текст на сорок страниц о некоей новой доморощенной нотации лингвистической, которая описывает актанты глаголов, якобы что-то делает правильно, и утверждение, что она позволит делать систему, которая понимает, естественно, язык, извлекает смысл, переводит и всё такое.

И хотя вообще это моя профессия — прикладная лингвистика, но я не в состоянии прочесть сорок страниц и почему-то сделать вывод о том, что эта штука заработает. Как это узнать —



заработает она или нет? Это невозможно узнать заранее.

А представим себе инвестора, который вообще финансист — ну что, он будет тут читать? У него есть смутное представление о том, что сейчас круто. Скажем, три года назад еще, было известно, что поиск — это круто. И тогда втюхивали таким инвесторам поисковые стартапы (или там пять лет назад).

Надо понимать, что инвестор, он разбрасывает деньги, как семена, он рассчитывает, что некоторые из них пропадут, но инвестор в принципе не может оценить технологию. Более осторожные инвесторы, они и не пытаются этого сделать — а, следовательно, дают деньги за что-то другое. Они предполагают, как бы делают предположение, что, наверное, в этой технологии что-то есть — и все, и выбрасывают это из головы, и дальше смотрят на людей.

В общем, вот эта иллюзия стартапера, что как только его идею примут и согласятся с ним создать компанию, ему дадут просто денег, вот она особенно трагична. Ее развешивание причиняет особо сильные моральные страдания.

Потому что многие из них приходят и говорят: «Ну, еще мне нужно 100 тысяч долларов. Вот мне на железо, на технику, на программирование, на дизайн... Да, и еще 100 тысяч!» — «А это на что?» — «Ну, просто».

Ну, это понять можно: накопились потребности там какие-то, пока жил впроголодь, изобретал свою идею. Он думает, что просто можно взять денег. Иногда даже, может быть, это как-то и пройдет, потому что, ну например, этот стартапер какой-то очень привлекательный, и хочется, чтоб его не сманили другие. Но вообще в среднем никто вот этот «cash-out» не позволяет — потому что зачем же стартаперу давать денег? Они не пойдут в бизнес — это раз. Второе — у него может сорвать крышу от этих денег. Он может просто потерять драйв и начать их бешено тратить.

Никаких оснований выдавать деньги наружу из проекта — нет. И более того, и через два-три года, когда стартапер захочет продать свою долю (например, потому что пришел инвестор) — следующий инвестор, инвестор следующего раунда, тоже будет крайне против этого самого «cash-out». Потому что это же опять невыгодно. ➔



Ведь это что значит? Основателя, который показал свою успешность, демотивировать, делать его менее привязанным к проекту. Поэтому, конечно, инвесторы понимают, что стартапера надо подкармливать, сделать так, чтоб он о бытовых проблемах не очень заботился. Но выдавать деньги сразу или позволять ему быстро, через год-два, выйти и сильно зарабатывать – не хочет никто.

В общем, такого вот эскалатора к успеху не существует – по крайней мере, в нашем климате. Конечно, есть климат, где стартапы очень пышно цветут, – это Калифорния. Там очень толстый слой гумуса, который нарастал лет 70, начался он там с военных денег и оборонных заказов для университетов крупных, авиационных, космических и так далее. И так долго эта почва обогащалась, что теперь там можно воткнуть палку, она расцветет. Но это не наш случай.

И второе, надо понимать, что инвесторы бывают разные. Есть те, кто действительно вкладывает деньги на посевной стадии, как это называется, «seed money», но они дают небольшие деньги.

А большинство инвесторов – венчурные капиталисты. Они готовы покупать проекты в десять и двадцать раз дороже, но только в тот момент, когда у него уже есть позитивный поток денег, и доказана бизнес-модель, и то, что команда умеет выпускать готовый продукт. А это значит, что до таких инвесторов вы доберетесь только через два-три года после старта.

А сразу вы их не получите. Значит, вы пока будете иметь дело с «ангелами» – то есть это друзья, семья, дураки и так далее (это известные 3F – «family, friends and fools», это не у нас придумано).

Или это будут инкубаторы, какие-то фонды посевной стадии, но они дают немножко денег и потом сами проект перепродают венчурным капиталистам, потому что это в их интересах.

И при этом надо понимать, что ваша доля еще будет постоянно размываться. То есть в принципе хороший стартап или хороший инвестор – когда инвестор берет, конечно, не 51%, и не 75%, а процентов 20-26, чтобы ответственность по-прежнему была на вас. То есть нормальный инвестор не берет ответственность за успех на себя.

Но при следующем раунде инвестиций, если вы не вышли на окупаемость, ваш контрольный пакет, скорее всего, все равно размоется. Это такая тоже реальность, я чуть об этом позже скажу.

Но я, собственно, уже близок к концу. Значит, стартапер также думает, что стартап – управляемый про-

цесс. Вот мы планируем, вот у нас команда есть, вот такая технология, нам дадут деньги, мы вот такое сделаем, в такие сроки запустим продукт, и заработаем на этом деньги.

Иллюзия управляемости

Стартапер ожидает (и обещает), что:

- Эта команда вот с этой технологией
 - создаст компанию с этими собственниками,
 - получит достаточное количество денег,
 - в оговоренный срок
 - выпустит обещанный продукт
 - и заработает вот такие деньги (потом компания вообще выйдет на АйПиО! И все станут Счастливы.)
- Увы, так не получится.

А потом вообще выйдет на биржу, и все будут просто в полном абсолютном шоколаде. К сожалению, так не бывает почти никогда. Потому что, через два-три-четыре года команда будет совершенно другой, она поменяется.

На самом деле:

Через 2-3-4 года:

- Команда будет другой – на 50% или на 90%
 - Собственники и доли поменяются
 - Продукт будет иметь совсем другую функциональность
 - Все сроки будут сорваны
 - Денег не хватит, продажи опоздают
 - Деньги будут зарабатывать на чем-то другом
- Это – нормально.

Собственники и доли будут другие. Возможно, будет другой генеральный директор. Продукт, который вы планировали, и который получился, не будут между собой иметь ничего общего, скорее всего. Потому что выяснится, что то, что вы запланировали, реально не работает, не окупается, не интересно пользователям и рынку, и нужно будет чуть-чуть менять или сильно менять позиционирование и функциональность.

Все сроки, конечно, будут сорваны – и сроки выпуска продукта, сервиса или что вы там делаете.

Ну и люди сменяются. Может оказаться, что программист, про которого вы по неопытности думали, что он хороший и все понимает, – просто плохой и слабый программист. Или, что еще чаще бывает, человек, который обещал продавать и говорил, что у него хорошие связи, оказывается не таким. Не продаёт почему-то, не принес денег в компанию. Продукт вы сделали, а денег нет. Это обычная история.

Деньги всегда кончаются раньше, и вам придется еще привлекать инвесторов. И, как я говорил, все сроки будут сорваны и по деньгам. Итак, вот какие точки поворота в стартапе случаются:

Точки поворота

1. Проблема с продуктом. Причины – пользователи, конкуренты, клиенты. Полгода.
2. Размытие команды. Надоели лишения, ожидания не сбылись, ссора основателей. Полгода-год.
3. Выход на рынок. Ничего не взлетает, пользователей мало, конкуренты давят. Год-полтора.
4. Долина смерти стартапов. Кончились деньги, продаж мало. Ссора основателей. Новый раунд. Два года.
5. Начался настоящий бизнес. Менять людей, владельцев, продукт, сайт, офис. Два-три года. Так оно и бывает.

Предположим, вы все-таки нашли инвестора.

Первое – это через полгода вы понимаете, что вы сделали что-то не то, и надо срочно переписывать. Конкуренты появились. Выяснилось, что пользователи почему-то не ведутся, не цепляют их. Клиенты жалуются, бизнес-модель не та. Это в течение первого года примерно. Ну, здесь сроки чисто условные, чтоб понять их соотношение. У каждого сроки свои.

Затем происходит размытие команды. Люди уходят, болеют, умирают, женятся, вы с ними ссоритесь, они устают... им надоедает у вас. Они тоже думали, что получение инвестиций – это значит, что у всех появятся крутые тачки или можно будет ездить в отпуск в дорогие места. Хотя, конечно, у них повысились зарплаты, но они все равно недовольны.

Происходит ссора основателей, которые вдруг понимают, что кто-то тянет, а кто-то – нет. Тот, кто тянет, начинает понимать, что, вообще говоря, его роль больше – значит, и доля должна была быть больше. А тот, кто не тянет, тоже нервничает, думает, что его должны выкинуть, и заранее начинает ссориться.

Выход на рынок вас тоже может привести к разочарованиям – ничего не взлетает, пользователей мало и так далее.

Инвестор задает вопросы. Потому что, вообще говоря, ему же рисовались финансовые планы. Дело в том, что инвестор, который понимает, что любые эксцессы и бизнес-планы – это лажа, тем не менее, все равно их требует. И вот когда оно потом не сработало... ➔

То есть и вы, и он, в самом начале договариваетесь о деньгах, пишете финансовые прогнозы, в таком предположении: «Мы понимаем, что это все с потолка взято, но мы делаем вид, что в принципе оно нормально, потому что так нужно чисто формально. Давай, бери деньги, и начинаем».

Но через полгода-год, когда нужно оценивать результат, эти бумажки поднимаются и вдруг начинают рассматриваться всерьез. Вот такая вот неприятность. И тут вы попадаете в ловушку, потому что вы обещали совсем не то, что получилось.

А дальше вы вступаете в Долину смерти стартапов. Это такое общеизвестное выражение. Оно означает следующее – что оговоренные с инвестором деньги у вас закончились, он просто больше денег не дает, ну или готовится не дать со следующего квартала. Потому что вы уже потратили сумму в 500 тысяч долларов, о которой вы с ним договорились. Она, как обычно, кончилась сильно раньше, чем вы рассчитывали, а продажи не начались. Монетизация пока не сработала.

Что делать? Вот смотрите, что в такой ситуации делать. Тут есть несколько вариантов. Первый – закрыть бизнес. Второй – быстро-быстро придумать другую бизнес-модель.

Ясно, что идея закрыть бизнес никому не нравится. Придумать новую бизнес-модель и быстро заработать денег еще никому не удавалось. То есть, оно, конечно, может так случиться, но это очень редко случается.

Ну, маловероятно, это ведь инерционная вещь. Деньги – это вещь инерционная. Клиенты, цикл продаж – это все требует времени, усилий и так далее.

Следовательно, что еще можно сделать? Добрать денег у этого же инвестора, сказать ему: «Ну, смотри, ну хорошая же вещь, износу нет, осталось немного до успеха. Ты уже влез, эмоционально привязался. Давай еще денег».

В этот момент инвестор, скорее всего, скажет: «Да? Я в принципе могу. Но есть же процедура. По старой оценке и в старых долях все деньги уже выданы. Если я даю еще денег – должна сжаться ваша доля, а моя – увеличиться. По сути, мы делаем доп. эмиссию, которую я выкупаю. Значит, ваша доля сожмется». И если у вас как основателей еще при этом был контрольный пакет, в этот момент он может довольно сильно сжаться.

Многие стартаперы, которых я знаю, такую болезненную процедуру, мучительную для самолю-

бия, для жадности, проходили в своём стартапе много раз. Их размывали многожды.

Надо понимать, что даже в крупных стартапах, самых успешных, доля основателей в конце концов основательно сжалась. Я так понимаю, что сумма долей Брина и Пейджа в «Google» сейчас, наверное, мне так кажется, меньше, чем 20%. Другое дело, что они ребята хитрые, и они оставили себе голосующих акций гораздо больше. То есть они делили акции на те, которые позволяют зарабатывать, и акции, которые позволяют управлять – по-моему, с коэффициентом один к десяти. Но я давно уже не читал про них, как у них сейчас там обстоит. Но примерно такая качественная картина.

Но, тем не менее, скорее всего, вам придется подвинуться. Либо, если этот инвестор, например, разочаровался, пал духом, вам придется искать другого инвестора. И тогда этот старый инвестор, конечно, вам будет помогать, потому что в его интересах, чтоб его деньги не пропали. Либо он захочет вообще соскочить, продать свою долю, либо, по крайней мере, втянуть кого-то посильнее, и тогда будет шанс, что его деньги не пропадут. Но, тем не менее, там все равно произойдет размытие долей.

Вообще говоря, конечно, плохо, когда основатель перестает контролировать бизнес, потому что, если мы посмотрим на самые крупные интернет-бизнесы и айтишные бизнесы последних 10-20 лет – вообще-то там везде до сих пор во главе стоят инженеры, разработчики, основатели, как ни странно. Они иногда нанимают себе коммерческих людей, которые им помогают работать с деньгами и с рынком, но тем не менее.

Есть еще неплохой вариант, я с таким пару раз сталкивался. Тот же самый инвестор говорит: «Не-не-не, внешних варягов не надо, я в проект верю. Давай я дам заём. Без изменения долей, соотношения долей, без процентов, я просто дам заём, выйдете на окупаемость, просто его вернете». Фактически на компанию вешается долг, но это на самом деле самый мягкий вариант – и ваша доля не меняется, и компания продолжает жить. У меня таких пара случаев была, когда потом компания таки взлетела, мы просто вернули долг инвестору. В течение что-то полутора лет эти дополнительные 700 тысяч долларов выплатили и потом вышли уже на прибыль. То есть это бывает.

Ну и, короче говоря, если вы выскочите из этой Долины смерти стартапов (когда деньги инвесторские кончились, а продажи не начались),

то дальше начнется уже настоящий бизнес, и тогда вам все равно придется менять людей – например, брать настоящих профессиональных продавцов, маркетологов и так далее. И там начнется кризис роста, который еще более мучительный, но про него – в другой раз.

Соответственно, выводы. Не бывает никакого эскалатора, ничего не получается автоматически. Стартап постоянно меняется, нужно быть готовым, нужно готовиться к лишениям.

То есть вообще на самом деле, поскольку предпринимателей в принципе мало (а, создавая стартап, вы все-таки хотите стать предпринимателем), то это значит, там есть какой-то барьер. Не все смогут его преодолеть.

Этот барьер, в частности, заключается в самоограничении и в том, что вы деньги на потребление не тратите, и очень много работаете. Вот этого многие современные стартаперы даже не хотят слышать, потому что вот они заморожены этим шумом в прессе, модностью этого явления и так далее. Обижаются, что я им сбиваю кураж.

Нужно готовиться к конфликтам. Готовиться в каком смысле? Во-первых, договариваться на берегу. А во-вторых, быть морально готовым, что время от времени, особенно в не очень успешном стартапе, у вас будут возникать вспышки конфликтов, когда люди будут что-то от вас требовать, пытаться уйти, скандалить и так далее. Конфликты будут и с инвестором, конечно, тоже. Надо ожидать размытия долей – но это я уже объяснил.

К сожалению, если вы не сделали чего-то, что вдруг начало бешено развиваться прямо со вчерашнего дня, то, скорее всего, ваша доля будет постепенно уменьшаться. Значит, соответственно, основная ценность стартапа – это не ваши идеи, не планы, которые вы написали, и даже не технологии, которые у вас есть, волшебные, уникальные технологии.

Выводы

1. Ничего не получится автоматически.
 2. Нужно готовиться к изменениям.
 3. Нужно готовиться к лишениям.
 4. Нужно готовиться к конфликтам.
 5. Нужно ожидать размытия долей.
 6. Основная ценность – не идеи, планы и технологии,
 7. а управление собой, командой, упорство и настойчивость.
- В принципе, ничего сложного

Ценность – это ваше умение управлять собой и компанией, терпение, упорство, настойчивость, упертость и так далее. В принципе, ничего сложного. Многие справляются. ■



ИНТЕРНЕТ

**Интервью к пятилетию
Twitter**

**Сделайте ваши QR-коды
более красивыми**

Интервью к пятилетию Twitter



Биз Стоун, сооснователь Twitter

21 марта Twitter отметил свой пятый день рождения, поэтому один из сооснователей сервиса микроблогов Биз Стоун (Biz Stone) был приглашен на интервью в шоу американского телевидущего Тейвиса Смайли. Приводим сокращенную версию. Напомним, что к пятилетию Твиттер подошел с 200 миллионами аккаунтов и 400 сотрудников в штате. А вот о доходах компании и других вопросах рассказ Биз Стоун.

Тейвис: Раз уж вы заговорили о ценности, я задам вопрос и мы пойдем дальше, потому что я знаю, что это одна из ваших не самых любимых тем. Но вы не можете, когда вам исполняется пять и цифры подскочили от 3 миллиардов до 7 (об оценке компании инвесторами, в 3.7 млрд. компанию оценили в декабре 2010 года, а в 7.7 млрд. – уже в марте 2011), оставить это без комментариев. Так как же подсчитать, чего стоит Твиттер пять лет спустя?

Стоун: Я до сих пор считаю это немножко чудом. Как вы правильно заметили, такой разброс цифр. Единственный способ подсчитать ценность компании для нас это оценка пользы, которую мы приносим пользователям. Я думаю, что мы серьезно продвинемся, когда усовершенствуем свои приносящие прибыль продукты – это «promoted products» (рекламные товары), «promoted tweets» (рекламные твиты), рекламные аккаунты и рекламные тренды.

Тейвис: Как вы относитесь к тому, что есть люди, например, Кимберли Кардашян (американская актриса, модель, обладательница аккаунта в Твиттере с почти 7 миллионами фоллоуверов), – которые получают большие деньги за то, чтобы выбросить в массы рекламный твит? Могли ли вы такое представить 5 лет назад?

Стоун: Нет, никогда даже не представлял себе. Это возникло само собой, и я думаю, что если это на них работает, и люди продолжают их фоллоуить, и их твиты интересны, тогда, в общем-то, это, наверное, неплохо.

Тейвис: А не должен ли Твиттер получать что-то от этих денежных потоков?

Стоун: У нас есть собственные планы монетизации, и нам очень важна реакция пользователей на наши способы зарабатывания денег.

Мы хотим, чтобы рекламные продукты были столь же осмысленными и релевантными, как и остальные наши продукты. Поэтому наши рекламные твиты – это действительно обычные твиты, только компании платят за то, чтобы их чаще видели пользователи. Эти твиты естественным образом вписываются в систему. Нам важно не раздражать пользователей.

Тейвис: Что вы думаете о начале использования Твиттера в политических целях, вне зависимости от характера этих целей.

Стоун: Ох, один из центральных принципов для нас заключается в том, чтобы обмен информацией имел позитивное влияние на мир, но приходится принять то, что Твиттер может быть использован и во благо, и во вред.

Мы верим изначально, что люди преимущественно хорошие. Поэтому когда люди используют Твиттер во вред, их влияние перекрывается теми, кто использует Твиттер во благо. Лично я считаю, что лучше, пусть люди используют систему, как Твиттер, которая полностью открыта и прозрачна. Важно, что когда кто-то хочет совершить что-то плохое, мы можем отследить это, увидеть. Все это происходит на свету, а не прячется в темноте. Я думаю, это позитивный момент. Поэтому Твиттер стал инструментом для многих людей, но нужно всегда помнить, что это лишь инструмент. Он отражает намерения людей, но сама технология нейтральна и люди уже сами решают, как себя вести. ■





Используя свободное [приложение для iPhone](#) от [Paperlinks](#), рекомендованное Apple как одно из самых нужных и важных приложений, пользователи могут сканировать и просматривать содержимое QR-кодов. Paperlinks также обеспечивает мощную платформу для создания QR-кодов, хранения и отслеживания их посещаемости.

Автор

Гамильтон Чан
Paperlinks (Генеральный директор)
mashable.com

QR-код: прекрасная штука или бельмо на глазу? Волшебные штрих-коды, которые могут быть считаны на смартфоне для запуска онлайн-приложений из офлайна, часто критикуют за их черно-белый скучный внешний вид. Те, кто сомневается, что QR-коды быстро пойдут в массы, приводят довод, что внешний вид QR-кодов будет сдерживать маркетологов и рекламодателей от их использования.

К счастью, QR-коды могут быть обработаны множеством различных способов, сохраняя при этом их читаемость. Да-да, это правда, QR-кодам вовсе не обязательно выглядеть ужасно, мы входим в новую фазу «дизайн кодов», и теперь они могут быть использованы в рекламных компаниях, имея при этом привлекательный вид.

QR-коды имеют такой большой потенциал с точки зрения дизайна, так что давайте взглянем на несколько приемов и методов, которые Вы должны иметь в виду при разработке кода для усиления вашего бренда и привлечения аудитории.

1. Добавьте цветовую палитру

Самый простой способ добавить стильности вашему коду — раскрасить его. Ваш QR-код не обязательно должен быть стандартным черно-белым для того, чтобы его можно было считать. Вы можете использовать несколько цветов или применить градиент, не испортив читаемости. Единственное правило гласит, что цвет кода должен быть, как правило, темным на светлом фоне. Убедитесь, что контраст достаточен, иначе код будет трудно считывать.

Светлые коды на темном фоне, как правило, не рекомендуются.

2. Сглаживание углов

Один из главных эстетических недостатков QR-кодов являются их многочисленные резкие углы. Вы можете исправить это, сглаживая некоторые из углов. Не обязательно сглаживать все углы, но смягчение краев кода определенно добавит ему дружелюбности. ➔





Применение метода проб и ошибок

Технически, возможно математически вычислить, какие блоки в QR-коде могут быть удалены, но такие вычисления, как правило, не нужны. Применяя простой процесс проб и ошибок, любой человек может начать применять методы дизайна для кода, а затем проверять его считываемость.

Обязательно проверьте считываемость кода на нескольких устройствах, в идеале, на трёх или четырёх. Использование кода без тестирования на считываемость является злоупотреблением дизайном и может вызвать серьезные проблемы с клиентами. Конечно же, даже разумные меры предосторожности в дизайне кодов могут по-прежнему привести к трудностям, так что вы всегда должны взвешивать сложность сканирования в отношении к преимуществам привлекательного дизайна кода. Если считывание такого кода занимает больше, чем несколько секунд, он, вероятно, должен быть упрощен.

3. Включение глубины для 3D-эффекта

Отличный способ повышения воздействия вашего кода — это размещение перед кодом изображений, таких как логотип. Таким образом, можно наполнить код ощущением глубины. Обычный штрих-код вдруг становится одной из форм искусства, и можно действительно наполнить код индивидуальностью и стилем.

Интересной идеей является добавление логотипа в центр кода, также можно добавить интересные элементы для углов или сторон для еще более оригинального вида или добавлять изображения или символы между блоками.

4. Использование 30% коррекции ошибок

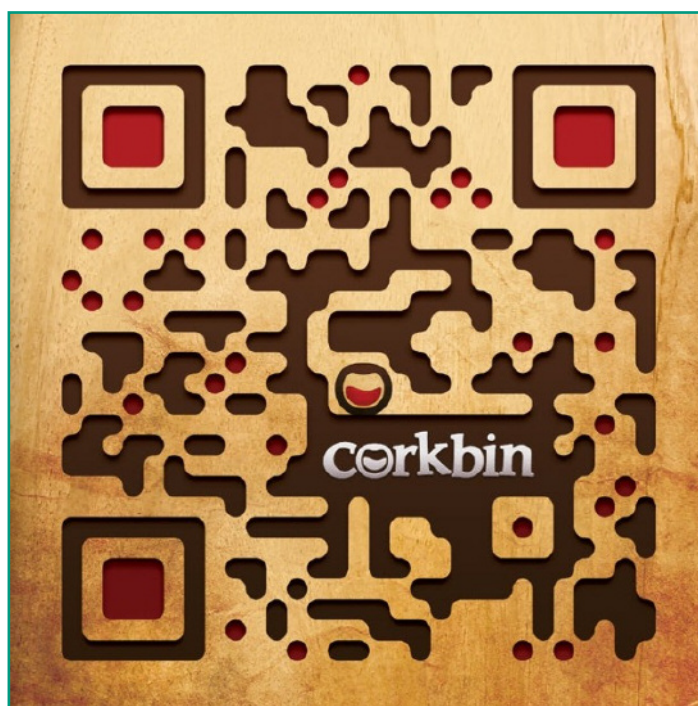
Если вы решили добавить логотип для создания 3D-эффекта QR-кода, вы должны решить, какую часть кода использовать для этого. Ключ к созданию кодов со сносшибательным дизайном в использовании 30% от данных QR-кода, которые могут отсутствовать или быть испорченными, и при этом код является рабочим. QR-коды могут быть сгенерированы с 0%, 10%, 20% или 30% встроенной коррекцией ошибок. Генерация с 30% коррекцией добавляет много шума (экстра-блоки), но таким образом можно очистить 30% места в коде и использовать его для добавления логотипа или других дизайнерских элементов.

Если вы используете QR-код с 0% коррекцией ошибок, код будет выглядеть более стройно, но возможности для брендирования кода очень ограничены. Удаление или воспрепятствование одного блока в таком QR-коде может сделать его нечитаемым.

Заключение

В конце концов, создание фирменных QR-кодов является как искусством, так и наукой. Математические качества QR-кодов и применение продуманного дизайна может действительно поднять QR-коды до уровня, где код становится одной из центральных частей маркетинга. Применение лучших методик дизайна будет способствовать повышению скорости считывания и увеличит эффективность взаимодействия с онлайн.

Это лишь вопрос времени, когда QR-коды станут очень популярными. Совместное использование технологий и дизайна, и реализация этого в QR-кодах — правильный путь для вашего бизнеса, это будет держать ваш бренд на передовом крае маркетинга и технологий. ■



журнал

Веб-Аналитик.ИНФО



Ждем вас на сайте