

SLA для мультиоблачного торта



Руслан РАЙКЕВИЧ,
ИТ-директор, ГК ActiveCloud

Этот выбор, сам по себе непростой, осложняется еще и тем, что вся история с мультиоблачностью – довольно новая для отечественного ИТ-рынка. Понимание, что лучше «расшарить» клиентов между собой, чем делить их, приходит к облачным провайдерам только сейчас. Еще недавно клиент выбирал одного провайдера для закрытия всех своих задач, а провайдеры не допускали параллельной работы с конкурентами. Теперь рынок нацелен на некий симбиоз, и эта схема выгодна всем: у каждого из провайдеров больше клиентов и больше выручка, а клиент в итоге получает решение, которое максимально соответствует его потребностям.

В принципе, технические решения – установленные серверы, системы хранения данных – у всех мультиоблачных провайдеров примерно одинаковые. Отличаться может только уровень – системы биллинга, оркестрации, управления инфраструктурами, за счет чего формируются различия в ценовой политике и в части конечных услуг при приблизительно равных технических возможностях.

На российском рынке сейчас работают примерно десять мультиоблачных провайдеров. Все они, по сути, являются агрегаторами услуг. У них нет своей большой инфраструктуры, они берут лучшие предложения у таких гигантов, как Google или Amazon, и продают рынку умение соединить все это в единую инфраструктуру – собрать все необходимые «ингредиенты», чтобы клиент получил «вкусный торт». Как же выбрать того, кто сделает это лучше всех и действительно выполнит все, что пообещает?

Три «секретных ингредиента» хорошего мультиоблака

Если компания ищет мультиоблачного провайдера, то, как правило, ей нужно разместить не просто сайт, а некую информационную систему с базами данных, веб-интерфейсом, резервированием и другими особенностями. И тут важно изначально составить правильное техническое задание, а потом внимательно анализировать предложения провайдеров, сравнивать, кто из претендентов на контракт лучше подходит к поставленной задаче, а кто имеет более богатый опыт реализации подобных мультиоблачных сред. Но изучать возможности провайдеров по предоставленной ими информации и делать исходя из этого выбор можно лишь с оглядкой. Принцип «говорить правду и ничего кроме правды, но не всю правду» – это и о провайдерах тоже. А поскольку, как говорилось выше, технически все провайдеры очень похожи, стоит отметить три момента, которые порой скажут о работе провайдера больше, чем техническая составляющая.

Первый и, пожалуй, главный момент – это одна важная компетенция, которая однозначно должна быть у каждого мультиоблачного провайдера. А именно: он должен уметь слышать своего заказчика. Никакие самые лучшие специалисты и договора с поставщиками услуг не помогут

провайдеру, который этим качеством не обладает, построить удовлетворяющее клиента решение.

Второе – мультипровайдер должен иметь достаточную техническую экспертизу. В идеале это не только технические специалисты, но и бизнес-аналитики, системные архитекторы, которые продумают и построят для клиента то, что ему действительно нужно. Есть единственный способ проверить техническую экспертизу провайдера – собрать реальные отзывы его сегодняшних клиентов. И, конечно, внимательно читать коммерческое предложение, в том числе «между строк». К сожалению, не приходится ориентироваться на тот факт, что в штате провайдера работает специалист с хорошей репутацией. Надо понимать, что рынок мультиоблачных услуг небольшой и высококвалифицированные специалисты находятся в постоянной миграции. Здесь важна гарантия самого провайдера. Заинтересованный в долгих отношениях с клиентами провайдер, если и потеряет технического специалиста высокого уровня, будет искать специалиста не хуже или даже лучше, чтобы сохранить клиентов.

Наконец, третий показатель – выводы, которые сделает ИТ-директор ищущей провайдера компании из разговора с ИТ-директором другой компании, которая уже пользуется его услугами. Стоит заранее приложить усилия, чтобы организовать такую встречу. Наверняка ИТ-директорам будет о чем поговорить, и этот обмен опытом может сыграть решающую роль.

Что нужно знать о SLA для мультиоблака

Задаваясь вопросом, какие SLA провайдеры могут предложить и какие необходимы для работы бизнес-приложений в мультиоблачном режиме, надо иметь в виду: SLA – это соглашение, а не гарантия. И если компания, допустим, предлагает SLA по доступности 99,95%, то это означает лишь то, что она готова компенсировать клиенту простой свыше 40 минут в месяц.

Заметим, что, скорее всего, простоя или вообще не случится, или он будет меньше 40 минут. Практически все провайдеры используют качественное оборудование и современные технологии для резервирования, чтобы не допускать проблем. С другой стороны, непредвиденные обстоятельства могут возникнуть у любого провайдера. Бывали ситуации, когда выходили из строя одновременно несколько самых задублированных систем, т. е. случалось то, что казалось невозможным. Конечно, наличие дублирующего провайдера спасет положение. Но будет ли это финансово оправданным?

Тут следует прояснить вопрос об архитектуре мультиоблачных решений. Одно дело – брать у разных провайдеров разные услуги, другое – брать одну и ту же услугу и настраивать ее резервирование между несколькими провайдерами, т. е. автоматическое переключение на другого оператора при необходимости. Второй вариант увеличивает стоимость облачной услуги в несколько раз. Если бизнес клиента требует абсолютной непрерывности работы, постоянного онлайн и каждая минута простоя выливается в миллионные потери, заниматься таким резервированием, вкладывать в него средства имеет смысл. Если же простой и в пару часов оборачивается не столь большими репутационными и финансовыми рисками, рациональнее использовать разделение по услугам.

Что касается требований по информационной безопасности к мультиоблачному провайдеру, то они должны быть такими же,

как к любому поставщику облачных услуг. Когда клиент заключает договор с мультиоблачным провайдером как реселлером, то договоров с конечными провайдерами у него нет. А это значит, что в рамках договора должно быть прописано все, что касается обеспечения информационной безопасности. Юридических нюансов может быть множество, и каждому из них нужно уделять при заключении договора пристальное внимание.

Договор заключен. Как проконтролировать его исполнение?

Скажем сразу: это непросто. Лучший способ – наблюдать за реальной работой созданного провайдером мультиоблака. Если все работает хорошо, то можно считать, что договор соблюден. Голосовать рублем и отказываться от мультиоблачного провайдера, если он выполняет все хорошо, смысла нет.

Но и продолжать работать с провайдером, который обманывает клиента, нельзя. Если есть подозрение, что провайдер не выполняет своих обещаний и что-то идет не так, то самый эффективный вариант – внешний аудит. Найти такого аудитора на рынке не составит труда. Практика такова, что сам провайдер, с которым заключен договор, конечно же, всегда будет говорить клиенту, что все идет отлично. Мнение ИТ-службы клиента тоже может быть необъективным. Нужна третья, незаинтересованная сторона, для которой оплата ее работы в качестве аудитора не зависит от сделанных в ходе аудита выводов. Если будут выявлены проблемы, у клиента на руках окажутся документально подтвержденные основания для аргументированной беседы с провайдером.

Лучший разговор – на одном языке

В зависимости от того, насколько ответственно клиент подойдет

к выбору мультиоблачного провайдера, его проект миграции в мультиоблако может оказаться как удачным, так и провальным. Например, случается, что потенциальный клиент находит в Интернете мультиоблачного провайдера, который за копейки обещает классное решение. Важно не дать себе прельститься таким предложением, потому что, скорее всего, уже через месяц дешевое мультиоблако перестанет работать. Как правило, если провайдер демпингует – он работает не вполне легально или, может быть, не заключил договоров с вышестоящими провайдерами. Совсем другой результат дает такое сотрудничество, когда клиент, у которого много ИТ-систем, но нет желания содержать большой штат и строить большие ЦОД, вместе с известным на рынке мультипровайдером скрупулезно и постепенно выстраивает индивидуальное решение. Оно может быть на базе нескольких облаков разных провайдеров в разных странах, и в результате клиент с высокой вероятностью получит сервис, который заточен именно под него, будет работать долго и действительно позволит сэкономить.

В заключение хотелось бы добавить еще одно требование при выборе мультиоблачного провайдера. На первый взгляд, оно не критичное, но при этом крайне желательное. Если мультиоблачный провайдер находится в той же территориальной и лингвистической зоне, что и клиент, это существенно снижает барьеры между сторонами. Российским компаниям есть смысл смотреть на отечественных провайдеров, работающих на территории России. Причина очевидна: когда мы говорим про построение больших информационных систем, важно четкое и детальное понимание всех нюансов. И наоборот: если клиент решил рассматривать провайдеров из других стран, он должен отдавать себе отчет, какие нюансы могут возникнуть в отношениях из-за разницы информационных полей и менталитетов. ■