

Навар шароварщиков

За бесплатные программы тоже надо платить.

Когда-то рынок программ был устроен просто и ясно. Львиную долю его делили между собой несколько гигантских корпораций, силами тысяч наемных работников создававшие монструозные программы, которые с каждой новой версией разрастались вдвое и требовали все более мощных компьютеров. Хотя изделия "китов" зачастую были крайне далеки от совершенства, выбора у покупателей не оставалось - ведь компании, пытавшиеся конкурировать с теми, кого в пресс-релизах принято называть "мировыми лидерами", давно зачахли или были съедены. "Титанам" оставалось только запаковывать миллионы экземпляров своих программ в красивые цветные коробки, назначать на них несусветную цену и облизываться, наблюдая за вертикальным взлетом котировок выпущенных ими акций.

Затем появился Интернет, и эта конструкция пошатнулась. Оказалось, что эпоха гениев-одиночек, способных за полтора месяца написать полноценную операционную систему или удобный текстовый редактор, вовсе не миновала. Сквозь многочисленные изъяны и пробелы в дорогом "коробочном" софте к свету потянулись тысячи крошечных программ, затыкающих эти дыры. Среди них обнаружилось несколько настоящих шедевров. Традиционную "коробочную" модель продаж потеснила новая схема: сотни тысяч программистов-индивидуалов предлагают пользователям свою продукцию напрямую, минуя многочисленных посредников и привычные схемы дистрибуции.

Конечно, у таких авторов по-прежнему нет никаких шансов выстоять, столкнувшись лоб в лоб с монополиями. Но подобных целей они перед собой и не ставят. Зато благодаря сети порог вхождения на софтверный рынок (рынок программных продуктов) сегодня весьма низок, а шансы заработать на продаже софта практически сравнялись у скромного программиста из российской глубинки и респектабельной американской корпорации с десятками сотрудников. В результате возникло явление, которое российские компьютерщики называют загадочным для непосвященных термином "шаровары".

Вечера на хуторе близ Сиэтла

Один некстати заглянувший в гости знакомый, бросив взгляд на монитор моего компьютера и углядев там неведомое для него слово "шароварщики", стал допытываться, что же оно означает. Я попытался отшутиться, объяснив ему, что все и так очевидно - это люди, которые варят шары. Но приятель не отступал, и в конце концов мне пришлось расколоться.

Так мой гость узнал, что "шаровары" - это условно-бесплатные программы, авторы которых предоставляют всем желающим возможность попробовать свой продукт "на вкус". Платить за такой софт полагается только в том случае, если он окажется полезным и приживется на компьютере клиента. Забавный варваризм "шаровары" происхождением своим обязан, по всей вероятности, исконному российскому нежеланию учить иностранные языки. Уж если фразу "what can I do?" наши изобретательные соотечественники превратили в "водки найду", то неудивительно, что в английском термине "shareware" было услышано шуршание нарядов, в которых гоголевский Тарас Бульба носился по степям.

Но особенно поразили моего знакомого доходы, которые условно-бесплатный софт приносит своим авторам. Эти цифры шокируют даже выдавших виды экспертов. Вустерский политехнический институт (WPI) - авторитетная организация, специализирующаяся на изучении новейших тенденций в бизнесе, недавно провела первое исследование рынка shareware. Оказалось, что 79% программистов, распространяющих свои творения подобным образом, полностью оправдали затраты на их разработку, а ежегодный доход каждого в среднем составил 1,126 млн долл. (!). Причем, как правило, эти деньги достаются одному человеку - ведь для того чтобы написать небольшую утилиту или скринсейвер, не нужен большой штат разработчиков. Кстати, согласно тому же исследованию WPI, средняя прибыль 21% недовольных продажами авторов программ составляет "всего лишь" 20,768 тыс. долл. в год.

Часто говорят, что концепция shareware стала новым словом в бизнесе, совершив переворот в маркетинге, по

значению сравнимый разве что с переходом от линейной физики Ньютона к многомерной системе Эйнштейна. Но в действительности это не совсем так. Ведь примерно так же действуют и продавцы фруктов на продуктовых рынках - они предлагают потенциальному клиенту попробовать свой товар и решить, нравится он или не очень.

Сравнение с малым бизнесом можно продолжить. Подобно всем небольшим предприятиям, shareware-индустрия реагирует на потребности рынка куда быстрее своих "больших братьев". Софтверная продукция последних зачастую слишком сложна, кроме того, она не учитывает разнообразия потребностей - иногда весьма необычных. Например, создатель shareware-сборника карточных игр, узнав о том, что его программу покупают сотрудники офисов, коротающие рабочее время за пасьянсами и марьяжем, адаптировал свой продукт к особым условиям его эксплуатации. Он ввел "защиту от босса" - на случай, если за спиной картежника неожиданно появляется начальник, в игре предусмотрена клавиша, при нажатии которой экран мгновенно заполняется графиками, имитирующими напряженную работу. С другой стороны, в отличие от реальных торговцев, "шароварщики" могут установить на свой товар самую низкую цену. Даже на Западе для многих владельцев компьютеров "коробочный" софт за 50-200 долл. слишком дорог, зато его shareware-аналоги по 10-30 "зеленых" - в самый раз.

Чтобы разбогатеть на shareware-бизнесе, достаточно иметь светлую голову и персоналку с выходом в Интернет. У компьютерного рынка есть замечательное свойство - новые ниши на нем появляются едва ли не ежемесячно. Зачастую их невольным демиургом выступает небезызвестная корпорация "Майкрософт". Неповоротливость гиганта общеизвестна: продукция редмондской монополии (штаб-квартира "Майкрософт" находится в этом маленьком городке, расположенном неподалеку от Сиятла) содержит десятки миллионов строк компьютерного кода. "Вылизывать" их некогда - стремясь уложиться в срок, корпорация часто не успевает довести свои изделия до ума.

Поэтому разработать концепцию нового shareware-продукта не так уж сложно. Многие жалуются на несовершенство софта, с которым работают: так почему бы не выяснить, что именно в нем плохо, и не попытаться использовать эти недостатки, написав дополнительные программы самостоятельно. Если окажется, что новое творение соответствует чаяниям миллионов пользователей, то его ждет успех - в том числе и коммерческий.

От Аляски до Вьетнама - всем нужна моя программа

За примерами далеко ходить не приходится, ведь многие всемирно известные "шаровары" имеют российское происхождение. Классический случай - знаменитый менеджер загрузки ReGet. Те, кто часами скачивает из Интернета большие файлы при помощи обычных средств Windows, при внезапном обрыве связи рискуют лишиться всей полученной информации. Дело в том, что "окошки" не умеют "докачивать" файлы с места, на котором остановилась их загрузка. В 1996 г. питерский программист Владимир Романов исправил этот недостаток, написав для собственного пользования простенькую программку, вытягивающую данные в несколько приемов. Через год он познакомился со Станиславом Гришиным, работавшим в то время менеджером российского отделения "Майкрософт". Станислав предложил выпустить условно-бесплатную версию ReGet, выложив ее на отдельном сайте. К этой программе проявил интерес японский студент, который перевел ее на родной язык. В самой Японии аналогов ReGet не существовало, а англоязычные конкуренты этой программы спросом не пользовались. В результате ReGet стал самой популярной "качалкой" в Стране восходящего солнца - ежемесячно его приобретают тысячи японских интернетчиков. Продажи пошли столь успешно, что Романов и Гришин смогли оставить свою прежнюю работу и основать компанию ReGet Software.

Другой пример из практики отечественных программистов на первый взгляд кажется практически невероятным. Кто бы мог подумать, что весьма приличные деньги можно сделать на столь тривиальной вещи, как часы, встраиваемые в панель Windows? Тем не менее жителю Иркутска Юрию Герасимову это удалось. Он написал Chameleon clock - программу, которая заменяет стандартный хронометр "окон Гейтса" на циферблат с настраиваемым внешним видом и возможностью синхронизировать время через Интернет. Западным компьютерщикам эта идея понравилась, и на счет Юрия повалили многочисленные переводы за регистрацию его миниатюрного шедевра. Программист бросил работу и сосредоточился на развитии "часового" бизнеса. Когда Герасимов открывал англоязычный сайт для своей программы, он объявил конкурс на его название. Выяснилось, что одним из почитателей "хамелеона" был известный голливудский сценарист, который в обмен на бессрочную регистрацию придумал не только доменное имя, но и очень удачный лозунг.

И, наконец, самый выдающийся случай в мировом "шароварении" - молдавская программа The Bat! "Летучая мышь" - прямой конкурент майкрософтовского Outlook. Его создателям - крошечной компании RitLabs - удалось невозможное. Кишиневский проект потеснил на рынке продукцию гигантской монополии и стал

вторым по популярности почтовиком в мире. И это при том, что Outlook распространяется бесплатно, а за The Bat! после месячного периода демонстрационной работы требуют 30 долл. По словам директора RitLabs Стефана Тануркова, многие отказываются верить, что их программа была написана всего за полтора месяца силами трех программистов, - даже у крупной компании работа над таким проектом займет около года. Уложиться в столь сжатые сроки молдаванам помог стахановский метод: код писался непрерывно, поскольку, пока один программист отсыпался, двое оставшихся сидели за компьютером.

Игорь Гончарук, Виталий Белоусов, Константин Гурдин.

Автор: Артур Скальский © Деловая хроника ИНТЕРНЕТ, ИРКУТСК 👁 3086 01.08.2002, 00:00 📌 157
URL: <https://babr24.com/?ADE=3235> Bytes: 9641 / 9583 Версия для печати

👍 Порекомендовать текст

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [Джем](#)
- [ВКонтакте](#)
- [Одноклассники](#)

Связаться с редакцией Бабра в Иркутской области:
irkbabr24@gmail.com

Автор текста: **Артур
Скальский.**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: [@bur24_link_bot](#)
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: [@irk24_link_bot](#)
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: [@kras24_link_bot](#)
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: [@tomsk24_link_bot](#)
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

Прислать свою новость

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: @babrobot_bot

эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)