Инструменты Social Network Analysis помогают мобильным операторам в борьбе с оттоком абонентов, позволяя выявить лидеров мнений и повлиять на их выбор | 26

ИТ

Тематическое приложение к газете **Коммерсантъ**

Информационные технологии

Четверг 5 декабря 2013 №224 (5255 с момента возобновления издания) **kommersant.ru**

27 | В России от непредсказуемых сбоев в цепочке формирования стоимости страдает больше компаний-респондентов, чем в Европе: 77% против 63%

28 | В настоящее время российская ИТ-индустрия удовлетворяет потребности рынка только на 25%. Одна из главных причин этого — острый кадровый дефицит

Инерционный момент

Оценивая характер и темпы развития ИТ-рынка в уходящем году, одни эксперты используют осторожные формулировки «замедление роста» и «снижение активности», другие прямо говорят о стагнации. По общей оценке аналитиков, в 2013 году рынок вырос всего на 5–7% — крайне скромный результат на фоне двузначных показателей роста, отмечавшихся в предыдущие посткризисные годы. Основная причина кроется в общей рецессии экономики.

— рынок —

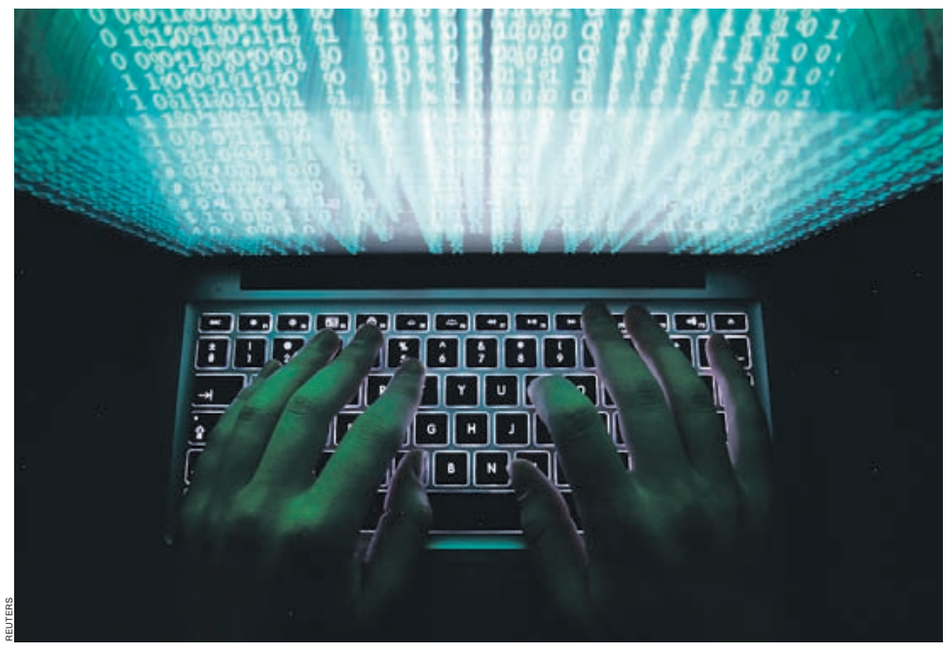
В замедленном режиме

«Замедление темпов роста экономики на 1,5–2% и четко обозначенный руководством страны курс на бюджетную экономию существенно ограничили приток новых средств на ИТ-рынок. Многие заказчики очень консервативно подходили к формированию ИТ-бюджетов на 2013 год, а сегодня так же консервативно планируют и 2014-й. Это касается и коммерческого сектора, и органов государственной власти»,— делится наблюдениями Тагир Яппаров, председатель совета директоров группы компаний «АйТи».

Стратегия оптимизации расходов породила два параллельных подхода к организации ИТ-служб. По наблюдениям опрошенных экспертов, многие клиенты предпочитают укреплять собственные ИТ-команды и передавать им задачи по развитию и внедрению ИТ-систем с нуля, выделяя ИТ-департамент в формально независимую структуру. «Коммерческий сектор все чаще и чаще идет на такие условно бесплатные проекты в попытке вписаться в сужающиеся рамки бюджетов»,— говорит Ольга Рубцова. Вместе с тем растет спрос на ИТ-аутсорсинг, причем сторонним компаниям стали отдавать не только техподдержку, но и бизнес-процессы.

Соответственно, меняются и критерии выбора ИТ-решений для инвестирования. «Еще в 2012 году компании рассматривали проекты, которые способны принести пользу бизнесу в перспективе трех-пяти лет. Сегодня отбор проходят только инициативы со сроком окупаемости год и менее. В подобных случаях речь идет о решении точечных задач или об автоматизации наиболее горящих областей»,— отмечает Ольга Рубцова, заместитель генерального директора «Техносерв Консалтинг». «Жесткий рационализм стал заметен и в плане закупок и управления ИТ. Перед запуском каждого ИТ-проекта проводится достаточно длительная и кропотливая работа по его обоснованию и расчету возможного ROI (коэффициент рентабельности инвестиций)»,— подтверждает Юрий Овчаренко, коммерческий директор компании EPAM Systems.

На фоне общего курса на экономию происходят серьезные изменения рыночной конъюнктуры. «Мы долгие годы говорили о незрелости и искаженной в сторону чрезмерной высокой доли аппаратных средств структуры ИТ-потребления в России. По данным Минкомсвязи, доля аппаратных средств — „железа“ — на российском рынке составляет 56% (350 млрд руб. в 2012 году), тогда как программного обеспечения и услуг — всего 19% и 25% (120 млрд и 150 млрд руб.) соответственно,— подсчитывает Тагир Яппаров.— Сегодня, когда происходит массовое замещение компьютерной техники мобильными устройствами, а традиционной модели владения ИТ — „облачными“ решениями, такие диспропорции в потреблении ИТ отзываются серьезным падением объемов продаж именно в аппаратном сегменте рынка. Это падение рынку с большим трудом удается отыгрывать в сегментах ИТ-услуг и программного обеспечения, где ежегодный рост хоть и замедлился с 20–30% в прошлые годы до 10–15%, но сохранился».



REUTERS

ИТ-рынок испытывает серьезное падение объемов продаж в аппаратном сегменте из-за распространения «облаков» и замещения компьютерной техники мобильными устройствами

В октябре специалисты International Data Corporation (IDC) прогнозировали, что к концу 2013 года расходы на ИТ в денежном выражении увеличатся на 7% по сравнению с предыдущим годом и составят около $37,6 млрд. Наиболее активный спрос на ИТ-услуги в течение года демонстрировали госсектор, банковский сектор, телеком и ритейл. При этом на банковском рынке начали проявлять активность телеком-компании — через приобретенные банки или через тесное сотрудничество с уже имеющимися банками-партнерами. «Пока эффект синергии от такого вида деятельности далек от идеального, хотя потенциал этой стратегии достаточно высок,— считает Юрий Овчаренко.— Также конкуренция усиливается от появления на рынке сильных игроков из числа небанковских организаций (к примеру, Qiwi, WebMoney, организации, оказывающие услуги по peer-to-peer платежам, услуги по микрокредитованию и др.). Отечественный ритейл сталкивается с неожиданным соперничеством не только со стороны западных розничных сетей, которые все больше приходят в Россию, но и со стороны компаний, которые на первый взгляд не имеют прямого отношения к торговле». Речь идет о планах «Яндекса» выйти на рынок электронной коммерции: на базе «Яндекс.Маркета» интернет-холдинг намерен развивать собственную торговую площадку.

Технологические тренды

С технологической точки зрения отечественный рынок информтехнологий развивается, по общему мнению аналитиков, в русле глобальных тенденций. Среди компаний растет спрос на интеллектуальные решения так называемой третьей платформы, главным образом на «облачные» сервисы, мобильные приложения и аналитику больших данных. «Сейчас российский ИТ-рынок по-прежнему в положении отстающего, но мы уже стремительно догоняем западных коллег. Если раньше на адаптацию новых решений и направлений в ИТ России требовалось, как минимум, пять лет, то сейчас этот разрыв сократился на два-три года. Так, например, о взрывном росте индустрии мобильных приложений на B2B-рынке западные компании всерьез заговорили в 2010 году, а уже в 2012-м аналогичные серьезные инвестиции в данной области начались и у нас»,— отмечает Антон Чехонин, генеральный директор компании «Норбит». При этом развитие «третьей платформы» происходит на фоне замедленного роста объемов поставок традиционных приложений для корпоративного сектора (ERP, аналитические системы, CRM). «В секторе корпоративного ПО мы наблюдаем насыщение и замедление роста рынка ERP-систем, а фокус корпоративных заказчиков смещается на решения в области управления информацией — ECM, системы коллективной работы, а также решения для автоматизации логистики, фронт-офисные решения, аналитические приложения. На рынке решений для среднего и малого бизнеса сегодня вполне заметной альтернативой 1С стали удобные „облачные“ приложения»,— рассказывает Тагир Яппаров.

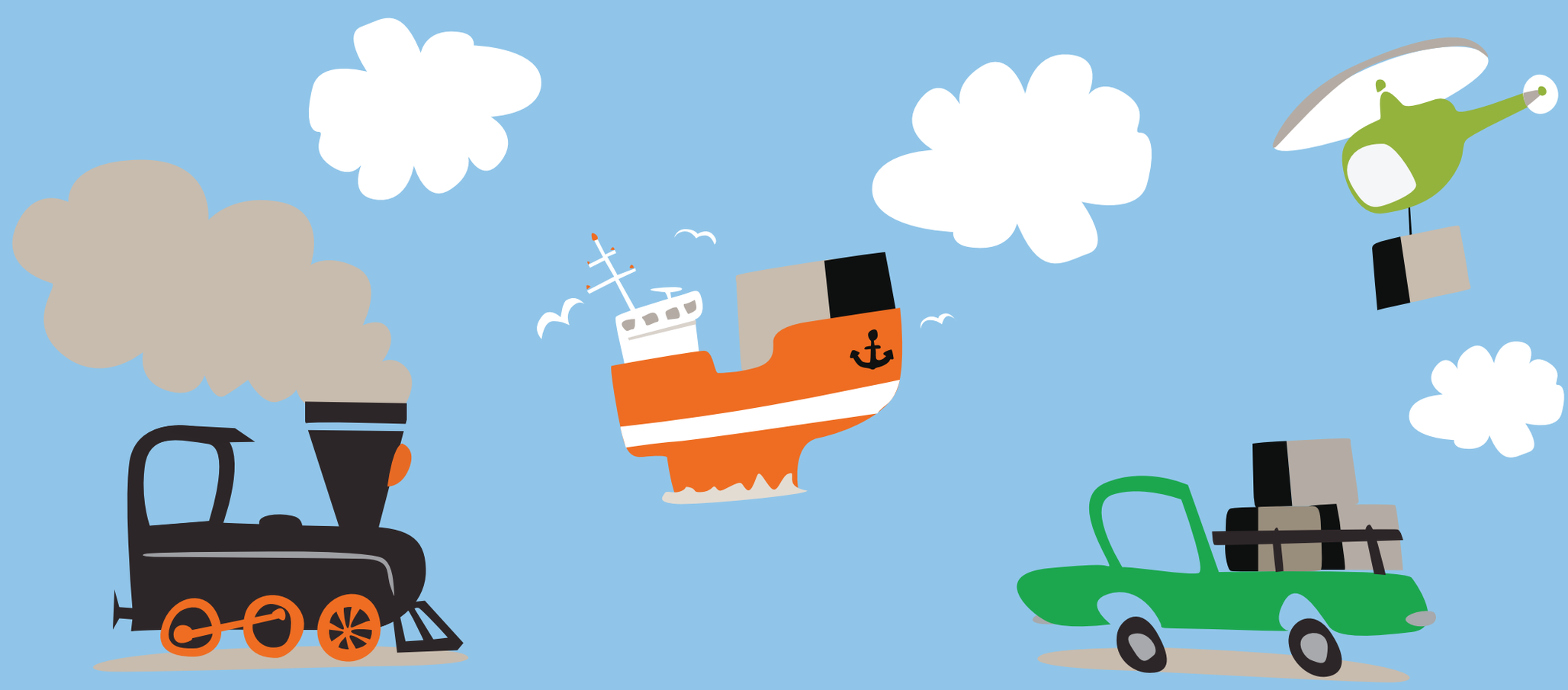
Одним из наиболее востребованных продуктов стали «облака»: согласно прогнозам IDC, среднегодовой рост рынка „облачных“ услуг в России в период с 2013 по 2017 год превысит 40%.

Вследствие того что по объемам продаж мобильные устройства — смартфоны и планшеты — уже обогнали традиционные ПК и ноутбуки, увеличивается спрос на решения в области корпоративной мобильности. «Под разные бизнес-задачи появляются новые мобильные приложения, развиваются решения для управления мобильными устройствами и информацией на них. Динамика более чем оптимистичная: рост более чем в два раза в ближайшие пару лет обеспечен»,— уверен генеральный директор компании КРОК Борис Бобровников.

с28

СОКРАЩАЙТЕ ЗАТРАТЫ НА ЛОГИСТИКЕ!

Transportation Management System от КРОК:
100% контроль перевозок при 30% экономии



РЕКЛАМА

Максим Андреев
Директор по бизнес-приложениям
Т: (495) 974 2274 доб. 6998
Ф: (495) 974 2277
E-mail: mandreev@croc.ru

Алексей Исаев
Руководитель направления управления цепочками поставок
Т: (495) 974 2274 доб. 6757
Ф: (495) 974 2277
E-mail: AIlsaev@croc.ru

111033, Москва, ул. Волочаевская, д.5, к.1
Т: (495) 974 2274
Ф: (495) 974 2277
E-mail: croc@croc.ru
www.croc.ru

КРОК

Узлы и связи

Начало применения санкций к операторам связи за непредоставление услуги по смене оператора с сохранением номера было перенесено на апрель 2014 года. Тем не менее угроза оттока абонентов как никогда высока. Один из инструментов борьбы с ним — метод Social Network Analysis.

— аналитика —

Первые два слова в названии Social Network Analysis (SNA; «социально-сетевой анализ») могут ввести в заблуждение. Нет, речь не идет о мониторинге социальных сетей вроде Facebook в поисках личных данных и признаков связей между потребителями. SNA — это метод, который используется для построения модели взаимоотношений между клиентами какой-либо компании на основе ее собственных данных.

С математической точки зрения такая модель представляет собой граф, в котором каждая точка (узел или вершина) символизирует человека, а ребро между ними демонстрирует наличие взаимоотношений между людьми. Также могут анализироваться сила отношений, характер, направленность. Такой граф может построить только компания, клиенты которой активно взаимодействуют друг с другом. По словам Стивена Бробста, СТО компании Teradata, эта ситуация наиболее характерна для мобильных операторов, чьи абоненты звонят друг другу и пишут сообщения. Построить граф взаимоотношений может также банк на развитом рынке (например, в Японии), в котором активно используются peer-to-peer платежи между клиентами. Для остальных компаний инструменты SNA неактуальны.

Даже если интернет-магазин построен по принципу закрытого клуба, доступного по приглашениям (инвайтам), как KupiVIP, по словам господина Бробста, этого недостаточно, чтобы построить работающую модель взаимоотношений. В такой системе невозможно выявить лидеров, влияющих на решение о покупке. Ведь именно для этой цели и применяется SNA.

Слухами земля полнится

Писатель и журналист Малколм Гладуэл в своей книге «Переломный момент» утверждает, что маркетинговые отделы компаний могли бы значительно сэкономить, если бы знали точно тех людей (экспертов), к которым другие обращаются за советом о покупке в определенной области. Такие эксперты могут ничего не знать, например, про одежду, но отлично разбираться в телефонах или качестве услуг операторов связи. Также Малколм Гладуэл в отдельную группу выделяет людей (распространители), которые обладают обширными связями и охотно делятся своим опытом использования товара или услуги — как позитивным, так и негативным. С помощью анализа своей абонентской базы по методу SNA оператор может выявить таких людей и наладить с ними взаимодействие. Например, именно экспертам и распространителям имеет смысл первым предлагать новые услуги. Кроме того, рекомендуется срочно принимать меры, если один из них решил отказаться от услуг компании, потому что высока вероятность, что за ним последуют другие.

Стивен Бробст приводит пример того, как один из клиентов Teradata — крупный оператор — использовал SNA для контроля оттока абонентской базы. «В данном случае удалось снизить отток с 25,5% до 23,1%. Казалось бы, небольшая разница. Но компании удалось при этом сохранить прежний уровень выручки, объем которой без применения SNA упал бы на 22,7%. Это получилось за счет того, что абоненты стали общаться больше, так как оператор уменьшил стоимость минуты разговора, чтобы удержать своих клиентов».

То есть, несмотря на снижение стоимости минуты, компания не потеряла в общей выручке. Господин Бробст уточняет, что в каждом конкретном случае результат применения метода может быть разным.

Семь раз отмерь

В России технологии такого рода уже применяются некоторыми игроками. «Мы были первыми на телекомрынке России, кто решил попробовать эту технологию,— рассказывает исполнительный вице-президент по развитию массового рынка ОАО „Вымпелком“ Александр Поповский.— В 2009 году компания провела бесплатные пилотные проекты с четырьмя достаточно крупными вендорами. На примере одного региона в один и тот же период „Вымпелком“ проанализировал три направления — сохранение клиента, привлечение и вирусный маркетинг. Опыт 2009 года показал, что предлагаемый продукт вне зависимости от производителя далек от совершенства: пересечение результатов по выявлению лидеров мнений — ядра любой социальной сети — по результатам трех тестовых исследований составило всего 4%».

По словам господина Поповского, выбор альфа-лидера под конкретную задачу должен был быть максимально идентичным вне зависимости от системы его выявления. Но результаты не совпадали и не выявляли уровня влияния определенных ими лидеров на других участников сети. Например, эксперты «Вымпелкома» увидели, что по направлению «сохранение клиента» предлагаемые на тот момент решения работают даже несколько хуже, чем собственные кампании по прогнозированию склонности к оттоку на основе предиктивной модели.

Так что после провальных результатов «пилотов» было принято решение в эту технологию не идти до тех пор, пока решения не будут доработаны. Кроме того, на тот момент неочевидными были способы монетизации полученных данных. От попыток использовать SNA не отказались. Но «Вымпелком» решил сделать ставку на улучшение точности предсказательной модели оттока за счет добавления информации о социальных связях. Было принято решение развить начатое направление и протестировать аналитическое решение с новыми гипотезами в 2013 году. Для построения моделей Data Mining «Вымпелком» использует софт SPSS Modeler от IBM. В новой продвинутой версии этого ПО SPSS Modeler Premium есть узел Group Analysis, позволяющий строить сообщества, и Diffusion Analysis, позволяющий вычислять степень влияния абонентов друг на друга. «Данные инструменты дадут нам возможность выстраивать свои гипотезы по актуальным для компании направлениям. Мы также имеем в своем распоряжении необходимые ресурсы и готовы применить приобретенные за этот период знания с максимальной пользой для клиента и компании,— говорит Александр Поповский.— Основное отличие новой попытки — решение конкретных задач компании без привлечения посредников».

Графство маркетинга

Область применения SNA в телекоммуникационных компаниях не ограничивается управлением оттоком. «У анализа социальных сетей огромный потенциал,— считает эксперт компании Teradata Наталья Муравьева.— Данный метод может быть использован для выявления альфа-лидеров, склонных к распространению продуктов телеком-оператора своему окружению, для борьбы с мошенничеством абонентов, для выявления подозрительных номеров, незаконно обзванивающих или рассылающих SMS по базе оператора». При этом анализ социальных сетей — это не специфика телекоммуникационной отрасли. «По сути, данный метод может применяться в любой сфере — от банков и ритейла до социологии, фармацевтики и медицины, то есть в той области, в которой стоит задача поиска вирусности того или иного явления.

По словам руководителя направления по взаимодействию со СМИ ОАО «Мобильные телесистемы» (МТС) Дмитрия Солодовникова, в МТС работает система SNA, которая более чем за два года использования доказала свою эффективность. Система может собирать данные о контактах абонентов всей России и анализировать сложившиеся между ними «социальные сети», что необходимо для повышения лояльности клиентов и продвижения дополнительных услуг. «SNA применяется компанией в том числе для борьбы с оттоком. Система использует данные о звонках, не затрагивая персональных данных абонента. При этом анализ позволяет понять картину потребления абонентами различных сервисов и предложить наиболее выгодные условия. По итогам первой половины 2012 года МТС продемонстрировали рекордно низкий на рынке показатель оттока — 9,4%. Это подтверждает, что комплекс мер по удержанию абонентов, в том числе и аналитика системы SNA, работает эффективно»,— говорит Дмитрий Солодовников. Еще один важный момент: в телекоме на базе графа можно выявить источники спам-рассылок и подозрительно активных распространителей информации, чтобы их заблокировать. Для того чтобы построить граф по модели SNA, достаточно сохранять информацию о поведении и взаимоотношениях абонентов хотя бы в течение трех месяцев.

Анализ по методу SNA, конечно же, могут производить и компании, владеющими социальными сетями: Facebook. LinkedIn, Twitter и т. д. Некоторые данные из них могут почерпнуть и внешние компании, хотя этот процесс затруднен из-за политики безопасности и конфиденциальности: соцсети отдают информацию, только если пользователь на это согласился.

Например, с помощью графа, построенного на базе информации из Twitter, можно по ключевым словам выявлять скопления аккаунтов и причину данных скоплений, находить центры влияния — лидеров мнений с большим количеством последователей, которым свойственно копировать модель поведения лидеров и т. д., что, безусловно, является ценнейшей информацией при работе с мнениями и другими PR-активностями.

Кроме того, SNA может применяться в области управления человеческими ресурсами. «Многие компании сегодня утверждают, что люди — это их самый ценный актив. Так почему бы им не инвестировать в инструменты, которые помогают им лучше управлять?» — задается вопросом Стивен Бробст.

Компания, в которой работает большое количество сотрудников, может выявлять неформальных лидеров, анализируя присутствие людей на переговорах, конференциях, участие в проектах, факт переписки друг с другом (без доступа к контенту), общение в корпоративной соцсети и т. д. Например, так поступает компания Google. Такой анализ позволяет построить граф взаимоотношений в коллективе и предотвратить массовый уход сотрудников из компании, что часто случается, если работодателя покидает неформальный лидер. HR-менеджер в этом случае может обсудить новые условия с теми сотрудниками, которые были подвержены его влиянию.

Светлана Рагимова, Ольга Фисун

Разговоры в облаках

— тенденции —

IBM

В рамках бизнес-форума IBM, прошедшего в Москве в ноябре, компанией были обнародованы любопытные данные: 54% руководителей компаний всех направлений деятельности считают, что клиенты оказывают значительное влияние на их организации, а 90% планируют теснее сотрудничать с клиентами для развития своего бизнеса в будущем. Эти цифры активно обсуждались участниками форума.

Питер Корстен, вице-президент IBM, уверен в том, что компании признают необходимость социального и цифрового взаимодействия с клиентами

Исследование под названием «Предприятие, управляемое клиентами» было основано на результатах опроса 4 тыс. руководителей высшего звена компаний, действующих в 20 сферах экономики 70 стран мира. Оказалось, что 90% топ-менеджеров ожидают перехода на новый уровень сотрудничества с клиентами в ближайшие пять лет. При этом, правда, российские руководители компаний реже соглашались с тем, что потребители оказывают значительное влияние на предприятия, чем руководители других стран (39% против 54%), и менее других готовы к расширению партнерства со своими клиентами как в настоящее время (37% против 46%), так и в будущем (76% против 90%). «Результаты C-Suite Study, и особенно сравнение глобальной и российской выборок, подтвердили „особость“ нашего пути, вызванную проблемами в развитии экономики: низким базовым уровнем конкуренции и относительной слабостью потребительского рынка,— объясняет Александр Поповский, исполнительный вице-президент по развитию бизнеса на массовом рынке компании „Вымпелком“.— При этом российский телеком на общем фоне выглядит значительно ближе к „глобальным“ бенчмаркам, чем к средней температуре по России».

Согласно результатам исследования, основным каналом взаимодействия с клиентами становится онлайн: в 2012 году 57% главных исполнительных директоров ожидали, что в течение следующих пяти лет цифровые каналы станут одним из ключевых средств взаимодействия с клиентами в их компании. В 2013 году 52% руководителей компаний всех профилей отметили, что это уже происходит.

Обсуждение результатов исследования вызвало живую дискуссию среди участников форума и бизнес-партнеров IBM. «Разговор о том, как стремительно изменились ожидания клиентов, какие продукты и услуги они хотят получать, стал самым запоминающимся,— делится впечатлениями Елена Шведова, директор по маркетингу компании „Инфосистемы Джет“.— Возможность выбора по различным параметрам, учет индивидуальных предпочтений, быстрое получение информации здесь и сейчас, мгновенные коммуникации и обмен информацией с друзьями и коллегами — вот лишь некоторые из их ожиданий. И это только начало.

Мы видим, что связка ИТ и бизнеса, на которую все большее влияние оказывают сами клиенты, становится еще теснее. Сегодня практически ни одно ИТ-решение не внедряется без понимания того, как оно отразится на бизнесе и его задачах. Это сильно меняет приоритеты и векторы развития информационных систем наших заказчиков». Ее поддерживает Андрей Сунгуров, заместитель генерального директора по продажам «СКБ Контур»: «Не секрет, что клиент важен для любой компании, которая работает с клиентами, но те подходы и те прогнозы, которые обсуждались на мероприятии, были крайне интересны. Представленное участникам исследование на тему важности трендов в современном бизнесе, панельные дискуссии — все это дало обильную пищу для размышлений и идеи для развития бизнеса нашей компании».

Одной из горячо обсуждавшихся на форуме тем стали «облачные» сервисы. Рассказывает Кирилл Кушнарев, начальник управления разработки и реализации проектов департамента прикладных решений компании «Техносерв»: «Наиболее запомнились пленарное заседание, которое вел генеральный директор IBM в России и СНГ Кирилл Корнильев, обсуждение будущего взаимодействия банков и их клиентов и дискуссия „Где деньги в «облаке»?“, в которой активное участие принял „Техносерв“, анонсировав свою концепцию по предоставлению сервисов из „облака“ по модели SaaS и интеграционных услуг для публичных и частных „облаков“. Дополнительно, по нашему мнению, в „облачном“ сегменте в России стоит ожидать высокого спроса на строительство частных и узкоспециализированных „облаков“, на миграцию существующих информационных систем в „облака“ и тестирование их работоспособности».

С ним соглашается Руслан Заединов, заместитель генерального директора, руководитель направления ЦОД и «облачных» вычислений компании КРОК. По его словам, все участники форума сошлись в том, что главным трендом 2014 года в «облаках» станет виртуализация сетевой инфраструктуры SDN (программно-конфигурируемая сеть). Традиционная сетевая архитектура устарела, сети слишком статичны и не могут обеспечить динамики, свойственной современному бизнесу, не могут поддержать гибкость, которую предоставляют серверы. Для миграции данных между разрозненными виртуальными машинами необходимы качество и безопасность сетевого взаимодействия — традиционные технологии с этой задачей не справляются. Сегодня же существует всего три-четыре решения, которые представлены небольшими неизвестными компаниями, и рынку предстоит решиться использовать данные бренды. «Один из таких стартапов, например, чуть больше года назад приобрела компания VMware, заплатив за сделку $1,26 млрд,— рассказывает господин Заединов.— Сегодня это решение известно как VMware NSX. КРОК пользуется им уже более трех лет: наше знакомство состоялось еще в то время, когда это был небольшой стартап, созданный выходцами из Стэнфордского университета. Сетевая архитектура виртуального дата-центра КРОК построена с использованием технологии SDN с самого начала существования».

Евгений Гусев

IBM

Основным каналом взаимодействия становится онлайн

Цепочка случайностей

Согласно исследованию, проведенному летом компанией Oracle, в России от непредсказуемых сбоев в цепях формирования стоимости страдает больше компаний-респондентов, чем в Европе: 77% против 63%.

— логистика —

Автоматизируй это

В рамках исследования компания опросила 677 руководителей высшего звена, ответственных за принятие ключевых решений в крупных организациях девяти стран региона EMEA. Оказалось, что компании, сталкивавшиеся со сбоями в функционировании стоимостной цепочки в последний год, тратили на восстановление нормальной работы в среднем 63 дня и £520 тыс. (в России — £290 тыс.). При этом 75% из них признались, что не проводили оценок рисков во всех элементах цепочки. А 42% пострадавших российских респондентов не справились с соблюдением требований законодательства, за что и поплатились. «Конкуренция и контроль за транспортными издержками диктуют необходимость автоматизировать процессы планирования и оперативного управления логистикой и транспортными задачами,— подытоживает Елена Миронова, директор департамента бизнес-приложений Oracle в России.— Мы видим значительный рост потребности решения таких задач среди наших клиентов, которые раньше ограничивались решением задачи планирования, а сегодня хотят контролировать фактические затраты, связанные с транспортом». По словам госпожи Мироновой, опыт клиентов компании показывает, что транспортные издержки составляют значительную долю себестоимости. Грамотное планирование транспортного парка позволяет сократить простои и порожние прогоны, а сокращение транспортных затрат — существенно повысить рентабельность.

Сергей Евтеев, директор по развитию бизнеса департамента «Логистика и склад» компании «АйТи. Смарт системы», рассказывает, что наиболее сильным трендом рынка логистических систем является растущий спрос на специализированные решения класса WMS: «На сегодняшний день доходность предприятий зависит от обстановки на рынке, а при низкой управляемости повышение рентабельности бизнеса возможно за счет снижения себестоимости. Затраты на логистику большинства предприятий составляют высокий процент от общей себестоимости производства и дистрибуции товаров». Многие компании готовы инвестировать в решения, позволяющие выстроить прозрачные и управляемые процессы на складе, сократить затраты и издержки. Внедрение системы управления складом обеспечивает комплексное планирование, распределение задач и контроль их исполнения всеми ресурсами склада, предоставляя руководителям подразделения возможность сфокусироваться на задачах оптимизации работы склада, мотивации персонала. По словам эксперта, спрос на подобные решения стабилен по всем сегментам. Отдельно стоит отметить повышение интереса со стороны предприятий химической и нефтегазовой отрасли, металлургии, холдинговых компаний с распределенной сетью складов.

Аутсорсинг логистических услуг становится все более востребованным — это отмечает и Сергей Лапин, первый заместитель гендиректора компании «СПСР Экспресс»: «Если раньше у нас покупались простые логистические решения, например доставка, то сейчас уже идет процесс усложнения продуктов — это, например, услуги по исполнению заказов, начиная с хранения и подборки товаров до конечной доставки скомплектованных покупок клиенту с последующим приемом денежных средств и многое другое». Такая услуга аутсорсинга логистики, предлагаемая «СПСР Экспресс», востребована прежде всего интернет-магазинами.

Как объясняет руководитель проекта Pick & Pack Мария Зайцева, заказчик может приобретать услуги пакетом и использовать все преимущества решения. Но если ему интереснее воспользоваться одной или несколькими опциями, он может оптимизировать предложение под особенности своего бизнеса. При этом, по словам экспертов, высокий уровень востребованности решений по автоматизации логистических процессов характерен для всех сегментов рынка. Это объясняется широким спектром разнообразных систем, представленных на российском рынке, с разным уровнем функциональных возможностей, набором поддерживаемых технологий и различной стоимостью лицензии. «На примере рынка WMS-систем малый бизнес и некоторые компании из сегмента среднего бизнеса, впервые столкнувшиеся с задачей автоматизации логистики, выбирают простые и недорогие технологии, внедрение которых не требует привлечения высококвалифицированных специалистов и обеспечивает решение минимального объема задач. Это разумный компромисс между экономическим эффектом внедрения и стоимостью решения»,— заключает господин Евтеев. Логистика компаний крупного и среднего бизнеса требует системного подхода к выбору и внедрению решения, ключевым приоритетом являются максимальные автоматизация и оптимизация, а также сокращение издержек по всей цепочке логистических процессов.

Евгений Гусев

«Заказчики логистических решений хотят предсказуемости и обоснованности затрат»

— логистика —

МАКСИМ АНДРЕЕВ, директор по бизнес-приложениям компании КРОК, рассказывает о возможностях аутсорсинга обслуживания систем управления транспортом, а также трендах в сфере логистики. Главный из них: российские заказчики начинают массовый переход с самостоятельно разработанных систем на профессиональные решения, прибегая к услугам внешних подрядчиков.

ФОТО ПРЕДОСТАВЛЕНО КОМПАНИЕЙ КРОК

— Какие тенденции текущего года можно отметить в сфере потребления логистических решений?

— В последние годы заказчики массово переходят с «самописных» логистических систем на промышленные, разработанные профессионалами. Вторая тенденция, которая фактически зародилась в этом году и наверняка будет развиваться дальше, заключается в повышенном интересе со стороны заказчиков к аутсорсингу обслуживания TMS (Transport Management Systems — системы управления транспортом). Компании хотят использовать решения, которые уже содержат большую часть функциональности для их бизнеса, но при этом не желают увеличивать штат сотрудников ИТ-департамента для поддержки эксплуатации таких систем. Соответственно, в рамках проектов по развертыванию таких решений мы обучаем сотрудников логистического отдела заказчика, чтобы они могли пользоваться TMS. Но всю поддержку, обслуживание и развитие этого ПО мы берем на себя. Никакой дополнительной нагрузки на ИТ-департамент не ложится. Конечно, такой режим взаимодействия подразумевает подписание соглашения о предоставляемом уровне сервиса (Service Level Agreement — SLA).

— Отдают ли логистику целиком на аутсорсинг? Почему бы и операторов, и транспортные средства не вывести из штата?

— На такой шаг могут пойти только компании, для которых логистика не является ключевым бизнес-процессом. Есть примеры на рынке, когда крупная компания из разряда электронной коммерции заключила договор с внешним подрядчиком на обеспечение доставки всех заказов и получила серьезные проблемы. Сейчас она пытается исправить ситуацию, возвращая логистику под свой контроль. Доставка в онлайн-ритейле — важная часть пользовательского опыта: если потребитель окажется недоволен, то он будет потерян для магазина, возможно, навсегда. Поэтому нужно ответственно относиться к решению вопроса, отдавать или не отдавать этот бизнес-процесс целиком подрядчику. Что же касается передачи ИТ-составляющей на внешнее обслуживание, этот подход выглядит более рациональным. В западных компаниях такая практика уже становится стандартом. Мы предлагаем в таких случаях различные варианты в зависимости от требований заказчика — как размещение системы на его собственных мощностях, так и в нашем публичном «облаке».

— Почему компании начинают переходить с собственных разработок на промышленные TMS?

— У каждой ИТ-системы есть свое время жизни, рано или поздно появляются ограничения, не позволяющие обеспечить стабильность и эффективность бизнес-процессов. Или объемы бизнеса растут, или компания развивается — старая система перестает справляться с возложенными на нее функциями. Например, так было в случае с одним из наших заказчиков — иностранным производителем кондитерских изделий. Какое-то время их российское представительство пыталось скоординировать распределение и перевозку товаров по всей России, используя «самописную» логистическую систему, таблицы Excel и электронную почту для общения с контрагентами. Но когда объемы заказов достигли нескольких сотен в день, стало понятно, что для управления всем этим процессом нужен новый инструмент. Им стала система Oracle Transportation Management, которой заказчик пользуется из нашего «облака». С помощью этого инструмента удалось скоординировать работу 20 фабрик, нескольких складов и производителей по контракту, более 30 транспортных компаний. При этом системе абсолютно не важно, каким видом транспорта производится перевозка товара — наземным, самолетом или морем.

— Это основная причина или есть еще какие-то?

— Причины могут быть разными. Мотиватором перехода на промышленное решение может быть и желание получить преимущества от отработанных и проверенных best practice, то есть лучших практик в логистике. Исходя из нашей практики, такие проекты не запускаются, пока не пройдут этап экономического обоснования, причем прогнозируемая окупаемость не должна превышать три года. Но так как в среднем такого рода системы могут увеличить прибыль компании на 1% от оборота (в основном за счет экономии на транспортных расходах и сокращении издержек на нахождение товаров в пути), то, скажем, для крупной розничной сети с выручкой от $1 млрд и больше вложения могут окупиться даже меньше чем за год. Здесь важно подчеркнуть, что переходят на промышленные TMS обычно крупные компании с большими оборотами. Хотя на рынке есть решения для автоматизации логистики в компаниях любого размера, в том числе для среднего и малого бизнеса (СМБ).

— В чем специфика российских потребителей в этой области?

— Одна из главных интересных особенностей российских заказчиков в том, что большинство из них хотят, чтобы логистические системы учитывали информацию о пробках. Как правило, в типовых решениях вендоров такой функциональности нет. Поэтому мы интегрируем их с геоинформационными системами и статистикой пробок, чтобы при построении оптимального маршрута движения транспорта учитывалась текущая ситуация на дорогах.

— Ограничивается ли автоматизация логистических процессов только управлением транспортом?

— Конечно, нет. Автоматизация процесса логистики подразумевает наблюдение за всей цепочкой поставок: от создания товара до его продажи конечному потребителю, в том числе обеспечивает связь с маркетинговыми активностями, прогнозирование спроса и разработку модели пополнения складских запасов с учетом проводимых маркетинговых кампаний. Поэтому управление транспортной логистикой и цепочками поставок — это две параллельные задачи, которые в идеальном случае должны решаться одновременно. Долгие годы автоматизация логистики в России ограничивалась тем, что заказчики наводили порядок на своих складах с помощью учетных систем. Это действительно первоочередной этап, потому что если компания толком не представляет себе, что есть у нее на складе, то автоматизировать все остальное просто невозможно. Сейчас же практически все заказчики с этой частью глобальной задачи уже справились. И можно идти дальше.

Интервью взяла Светлана Рагимова

Windows 8

Office 365

Ностальгия — это не бизнес-стратегия. Прощай, Windows XP!

Скидка до 20% на Windows 8 и Office 365

Подробности предложения на сайте ms4smb.ru

© Microsoft 2013. На правах рекламы. *Лицом, уполномоченным корпорацией Microsoft предоставлять лицензии на использование продуктов Microsoft в рамках программ корпоративного лицензирования на территории Российской Федерации является компания Microsoft Ireland Operations Limited

Удачный кадр

В прошедшем месяце правительством РФ была утверждена «Стратегия развития отечественной ИТ-отрасли на 2014–2020 годы». Согласно документу, в настоящее время российская ИТ-индустрия удовлетворяет потребности рынка только на 25%. Одна из главных причин этого — острый кадровый дефицит.

— человеческий фактор —

Есть проблемы

В «Стратегии развития отечественной ИТ-отрасли на 2014–2020 годы» приводятся такие данные: в Санкт-Петербурге на одну вакансию в области информационных технологий приходится 0,6 резюме. При этом ежегодно из вузов страны выпускается до 25 тыс. специалистов этого профиля, а общее их число в России составляет 300 тыс., еще 700 тыс. обладают навыками программирования. России необходимо успеть за конкурирующими рынками — в 2019 году в Китае будет насчитываться 2 млн программистов, а в Индии — более 5 млн.

Татьяна Золотарева, HR-директор компании «Техносерв», подтверждает: нехватка квалифицированных ИТ-кадров является общей проблемой российских ИТ-компаний: «Согласно последней сводке статистики, к концу 2013 года разница между потребностью в новых ИТ-специалистах и их притоком вырастет до 30 тыс. человек. Кроме того, ИТ-рынок развивается быстро: фактически каждый день появляются новые технологии и продукты. В связи с этим появляются все новые специализации, необходимые ИТ-рынку». С ее оценкой соглашается Игорь Морозов, ректор Академии АйТи: «Значительный дефицит ресурсов на нашем рынке вызван тем, что даже общий выпуск по ИТ-специальностям вузов не покрывает реальных потребностей в найме персонала. Дополнительными факторами, ухудшающими ситуацию, являются отток специалистов из ИТ-индустрии в непрофильные области и их миграция за рубеж. Кроме того, существует внутренняя конкуренция за кадры между ИТ-компаниями и заказчиками, особенно в контексте формирования и активного расширения отраслевых/ведомственных аутсорсинговых компаний. В силу высокой динамики ИТ-индустрии также периодически ощущается кадровый дисбаланс, когда особенно дефицитными становятся специалисты в определенных технологиях, в то время как часть навыков теряет актуальность. Например, сейчас наблюдается огромный спрос на мобильную разработку».

Специалисты соглашаются с тем, что инерционность системы высшего образования по-прежнему порождает разрыв между квалификацией выпускника и требованиями работодателя.

Рука руку учит

Предложений по исправлению кадрового дефицита в утвержденной «Стратегии» немного — «усиление подготовки высококвалифицированных кадров», «развитие наиболее сильных факультетов, связанных с ИТ, и увеличение их количества», «активное использование государственно-частного партнерства». По словам Игоря Морозова, необходима работа по развитию системы общего и профессионального образования для устранения деформаций на рынке труда: «Однако существует и фактор зрелости самого рынка труда и переквалификации. Западный опыт показывает, что в большей степени рынки труда склонны саморегулироваться через создание профессиональных ассоциаций, разработку профессиональных стандартов с последующим созданием системы независимой сертификации специалистов. Такая сертификация существует для бухгалтеров, аудиторов, секретарей и многих других специальностей, включая, разумеется ИТ-кадры. В определенной степени в системе профессиональной сертификации ответственность смещается на самого соискателя в части как обучения, так и прохождения сертификации. Но в целом это повышает мобильность трудовых ресурсов. Поскольку есть тенденция к большей доступности форм и методов обучения и повышения квалификации в ИТ-индустрии, включая множество бесплатных источников, можно предсказать, что на первый план выйдет именно подтверждение квалификации через независимую сертификацию».

О своем опыте решения кадрового вопроса рассказывают в «Техносерве». По словам госпожи Золотаревой, в компании имеется собственная программа роста молодых специалистов: «При этом они часто обращаются к нам самостоятельно, зная, что в „Техносерве“ получат уникальную возможность участия в инновационных и масштабных проектах и станут причастными к развитию самых перспективных направлений. Обучению этих сотрудников мы уделяем большое внимание. Для этого мы используем как учебные площадки вендоров, так и независимые образовательные ИТ-центры в России, СНГ, Европе, США, ЮАР и даже ОАЭ. Более того, в партнерстве с ними мы создаем собственные специальные курсы для специалистов „Техносерва“, заточенные под реализацию текущих или перспективных проектов компании».

В «Техносерве» существует и большой блок ИТ-обучения молодых коммерсантов и менеджеров проектов, которые обязаны очень хорошо разбираться в нюансах всех технологических новинок, ведь им приходится взаимодействовать с CIO заказчиков, которые не станут иметь дела с непрофессионалами. Помимо этого в «Техносерве» есть ряд образовательных программ, которые помогают талантливым специалистам стать эффективными руководителями. Особенно они востребованы у сотрудников технического блока. Также в компании очень развита традиция наставничества: процент технических специалистов, работающих в «Техносерве» 10–15 лет, довольно высок.

Евгений Гусев

«95% старшеклассников в РФ не хотят связывать свою жизнь с ИТ»

— человеческий фактор —

По прогнозам АП КИТ, потребность в ИТ-специалистах к 2015 году вырастет на 213%. Microsoft стремится решить кадровую проблему для себя, обучая будущих специалистов уже со школьной скамьи. Об этом рассказывает КИРИЛЛ СЕМЕНИХИН, региональный директор Microsoft в России.

ФОТО ПРЕДОСТАВЛЕНО КОМПАНИЕЙ MICROSOFT

— Как вы оцениваете ситуацию с ИТ-профессиями в России — что нужно менять и кто должен этим заниматься?

— Работа в сфере информационных технологий пока не относится к числу престижных в России — об этом свидетельствуют данные ВЦИОМа, согласно которым популярность ИТ-профессий составляет всего 3–5%. О том же говорит и практика: в среднем по регионам на одну вакансию в отрасли приходится 0,5–0,6 резюме. Для страны, избравшей инновационный путь развития экономики, напрямую связанный с применением высоких технологий, в первую очередь ИТ, статистика не самая благополучная. А если принять во внимание утвержденный Минкомсвязью план, по которому к 2018 году в России планируется удвоить количество рабочих мест в сфере ИТ, то ситуация выглядит еще острее. Поэтому, чтобы через три-четыре года удовлетворить растущий спрос на специалистов, нужно активно заниматься вовлечением людей в профессию уже сегодня.

— Какой видит свою роль компания Microsoft в этом процессе и почему?

— Для Microsoft Россия — важный рынок, одна из приоритетных стран, в чье инновационное развитие мы вносим свой вклад. Как стратегический партнер мы предоставляем технологии, контент, методологические материалы, открываем образовательные центры для школьников и студентов, занимаемся подготовкой преподавателей, проводим конкурсы, выделяем гранты, поддерживаем стартапы. За два года существования Фонда посевного финансирования 35 российских стартапов получили гранты на общую сумму $1,36 млн. Важнейшее направление нашей деятельности — проекты в сфере образования. Мы предлагаем четко выстроенную преемственность инициатив по вовлечению молодежи в ИТ, начиная со школьной скамьи. Все эти меры нацелены как на повышение популярности ИТ-отрасли, так и на ее развитие, в первую очередь на подготовку специалистов.

— Почему вы решили вербовать в айтишники уже со школы?

— Во-первых, очень важно показать школьникам привлекательность профессии. Мы стремимся с самого начала, с детских лет прививать интерес к технологиям, потому что формирование специалиста, его выбор будущей профессии происходит уже в школе. А во-вторых, необходимо предоставить информацию и дать ребятам возможность на этой основе приобрести какие-то начальные навыки, почувствовать вкус ИТ. Не секрет, что у нас во многих образовательных учреждениях сам контент нуждается в обновлении — иногда в школах преподают языки программирования, которые давно никто не использует. В результате формируется искаженное представление об этой сфере деятельности.

— Расскажите подробнее о своих образовательных проектах.

— У нас довольно большой пакет таких программ, которые охватывают разные направления и практически все уровни образования: от начального школьного до поствузовского. Молодежные программы и проекты — их уже более 25 — объединены в инициативу Microsoft YouthSpark, которая в России была запущена чуть больше года назад, и этот старт вполне можно признать успешным. За это время новыми возможностями в области образования, трудоустройства и предпринимательства воспользовались 1,7 млн жителей России. Одним из приоритетных для Microsoft проектов является «Твой курс: ИТ для молодежи», который представлен только в России. В образовательных мероприятиях приняло участие более 80 тыс. молодых людей. В течение следующего учебного года мы планируем охватить еще 175 тыс.

— В чем особенность программы YouthSpark?

— Главное отличие программы в том, что она позволяет вовлекать людей в специальность на всех ступенях образования. Мы работаем со школьниками средней и старшей ступеней — на этапе профориентации и обучения азам программирования, далее в вузах, где появляются первые стартапы и коммерческие проекты, и затем, если они успешны, выдаем гранты из нашего Фонда посевного финансирования. Но знакомить детей с ИТ мы начинаем практически с начального школьного возраста. В качестве примера можно привести ярославский ИТ-ориентированный детский дом «Солнечный» — пока единственный в своем роде, где, обучаясь навыками визуального программирования, десятилетние дети самостоятельно рисуют компьютерные игры.

— Есть ли подобные инициативы у Microsoft в других странах?

— YouthSpark — глобальная инициатива, а вот пакет сотрудничества с каждой страной формируется в зависимости от ее потребностей, обусловленных особенностями социально-экономического развития, менталитета, системы образования. Например, в России 70% выпускников поступают в вузы, поэтому профориентационные курсы «Твой курс» являются одним из основных проектов, а, скажем, в Великобритании только 30% школьников становятся студентами — все остальные идут работать, и здесь центральное положение занимает другая программа, которая помогает трудоустройству, так как именно это актуально для англичан.

— Как наша страна выглядит на общемировом ландшафте в плане популярности ИТ-профессий и кадрового потенциала? Каковы перспективы России в отношении кадровых ресурсов для ИТ-отрасли?

— У нас в сфере ИТ занято сегодня порядка 300 тыс. специалистов, то есть примерно 1,5% трудоспособного населения, в развитых странах этот показатель превышает 3%. Если рынок ИТ-вакансий через три года удвоится, а специалистов не появится, это приведет к кадровому голоду, который будет провоцировать рост зарплат, текучку и хэдхантинг. Стоит принять во внимание, что общий объем мирового рынка ИТ, демонстрирующего 5% роста ежегодно, составляет $1,7–1,8 трлн — это очень серьезные цифры и очень перспективный рынок. Востребованность ИТ-профессионалов будет постоянно увеличиваться. Так что если мы планируем развиваться по инновационному пути, нам необходимо успеть подготовить специалистов.

— Если не принимать мер и не начинать готовить школьников уже сегодня, каким может оказаться дефицит кадров через пять-десять лет?

— Будем надеяться, что дефицит удастся предотвратить. Повод так думать нам дает внутренняя статистика: если при первичном опросе 95% российских старшеклассников не хотят связывать свою жизнь с информационными технологиями, то, пройдя наши профориентационные тренинги «Твой курс: ИТ для молодежи», 65% ребят дают положительный ответ на вопрос о возможности получения ИТ-специальности. Опыт сотрудничества с популярным у школьников интернет-ресурсом dnevnik.ru также свидетельствует о повышении интереса к этой сфере.

— Кадровый дефицит — общемировая проблема или специфичная для РФ?

— Наверное, правильнее рассматривать мир в целом. Скажем, в Microsoft сейчас много разработчиков из США и немало русских, а также примерно четверть — специалисты из Индии и Китая. Но ситуация довольно быстро изменяется. По данным Evans Data Corp., Индия превзойдет США по количеству разработчиков программного обеспечения к 2017 году. Всего в мире будет 18,2 млн специалистов, а к 2019-му их численность возрастет до 26 млн, то есть на 45%.

Интервью взяла Элина Лобацкая

Инерционный момент

— рынок —

с25

Еще один заметный технологический тренд — развитие решений, связанных с интеграцией, хранением, обработкой и анализом больших объемов данных, Big Data. «Для глобальной индустрии ИТ новые решения в области аналитики больших данных — это тема номер один. Многие компании сегодня задумываются над тем, как использовать огромные массивы данных, которые накоплены в их корпоративных информационных системах или к которым они могут получить доступ, например, через социальные сети,— комментирует Евгений Пескин, заместитель генерального директора компании IBS.— Многие ИТ-задачи на российских предприятиях еще не решены, и мы можем попытаться решить их наиболее эффективным способом».

Уходящий год охарактеризовался как продолжением усиленного строительства собственных дата-центров, так и ростом доверия заказчиков к услугам аутсорсинговых ЦОДов, добавляет Исмаил Белов, руководитель департамента ИТ и инноваций J'son & Partners Consulting. «Это, в свою очередь, привело к приходу зарубежных инвесторов на российский рынок и массовому строительству ЦОДов с вычислительными мощностями, расположенными на территории РФ, тогда как еще два года назад подавляющее большинство ЦОДов, предоставляющих аутсорсинговые услуги и collocation, физически находились за пределами России»,— уточняет эксперт.

Умеренные перспективы

Ожидать в ближайшие годы взрывного роста рынка, по прогнозам экспертов, не стоит: динамика сохранится на уровне 5–10%. «С учетом того что Министерство экономического развития достаточно пессимистично оценивает перспективы роста экономики — 1–2% на ближайшие три-пять лет, темпы роста ИТ-индустрии, скорее всего, будут опережать рост экономических показателей на 3–5%. Таким образом, можно рассчитывать, что рост будет в пределах от 5% до 7%,— объясняет Антон Чехонин.— Опережающий рост ИТ связан с еще значительным недоинвестированием большей части компаний реального сектора экономики в информационные технологии, а также необходимостью поддерживать эффективность в условиях стагнирующего рынка за счет изменения бизнес-процессов с помощью современных технологий».

По мнению Тагира Яппарова, драйверами развития рынка также могут стать массовые услуги, базирующиеся на новых технологиях. Речь идет прежде всего о таких областях применения, как здравоохранение, где сегодня ИТ формируют «новую парадигму персонализированной медицины», основанной на обработке больших массивов информации о пациенте, использовании различных дистанционных датчиков и т. п., и образование: открытое онлайн-обучение для миллионов людей.

Ольга Рубцова из компании «Техносерв Консалтинг» прогнозирует, что в ближайшие три-пять лет российские предприятия сохранят фокус на повышение прибыльности, в том числе за счет информационных технологий: «Часть резервов для роста, к примеру связанных с выводом новых продуктов, уже исчерпана. В других областях, скажем, в географической экспансии, компании вот-вот упрутся в потолок. Поэтому в будущем поиск прибыльности будет происходить за счет более тонких и точечных тактик, в том числе за счет использования ИТ». На необходимость поиска новых резервов для роста обращают внимание и другие опрошенные аналитики. «Сегодня мы столкнулись с ситуацией, когда спрос на внутреннем рынке уже не сможет обеспечивать российским игрокам устойчивое развитие в модели перепродажи чужих продуктов и сервиса вокруг них,— комментирует Тагир Яппаров.— С одной стороны, ограничение спроса, а с другой — ресурсные ограничения, прежде всего кадровые, все более остро ставят вопрос о смене вектора развития в сторону разработки собственных продуктов и технологий, с которыми возможна экспансия на внешние рынки. Это означает, что отрасли совместно с другими институтами придется решить целый клубок вопросов, связанных с подготовкой кадров для ИТ-индустрии, организацией R&D (Research & Development, исследования и разработки.— „Ъ“), привлечением инвестиций, выходом на зарубежные рынки».

Клавдия Щур

«Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» («Информационные технологии»). Учредитель: ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом». Адрес: 127055, г. Москва, Тихвинский пер., д. 11, стр. 2. | **Владимир Желонкин** — президент ИД «Коммерсантъ» | **Павел Филенков** — генеральный директор ИД «Коммерсантъ» | **Азер Мурсалиев** — шеф-редактор ИД «Коммерсантъ» | **Павел Кассин** — директор фотослужбы | **Валерия Любимова** — коммерческий директор ИД «Коммерсантъ». **Рекламная служба:** Тел. (499) 943-9108/10/12, (495) 101-2353 | **Алексей Харнас** — руководитель службы «Издательский синдикат» | **Светлана Рагимова** — выпускающий редактор | **Ольга Боровягина** — редактор | **Сергей Цомык** — главный художник | **Виктор Куликов** — фоторедактор | **Екатерина Бородулина** — корректор | **Адрес редакции:** 125080, г. Москва, ул. Врубеля, д. 4. Тел. (499) 943-9724/9774/9198