

ТЕСТ НА ПРОЧНОСТЬ

ОБЪЕМ МИРОВОГО ИТ-РЫНКА В ЭТОМ ГОДУ СОКРАТИЛСЯ НА 6%, СООБЩАЮТ АНАЛИТИКИ GARTNER. МИРОВОЙ ФИНАНСОВЫЙ КРИЗИС — ОТЛИЧНОЕ ВРЕМЯ ДЛЯ ТЕСТИРОВАНИЯ НОВЫХ БИЗНЕС-СТРАТЕГИЙ И ПОДХОДОВ. КРУПНЕЙШИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ И ПОСТАВЩИКИ ИТ-РЕШЕНИЙ РАССКАЗАЛИ НАМ, КАКИЕ УРОКИ ОНИ ИЗВЛЕКЛИ ИЗ СЛОЖИВШЕЙСЯ РЫНОЧНОЙ СИТУАЦИИ.

СВЕТЛАНА РАГИМОВА

ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ИТОГИ Влияние мирового финансового кризиса не могло не сказаться на всей ИТ-отрасли в целом. По данным аналитической компании Gartner, в 2009 году объем мирового ИТ-рынка сократится до \$3,2 трлн, что на 6% меньше показателя 2008 года. Хотя еще только в марте Gartner предсказывала рынку падение лишь на 3,8%.

Конец года — самое время подводить промежуточные финансовые итоги. Аналитики предсказывали, что больше всего должны были снизиться расходы потребителей на компьютеры — на 16,3%. Николай Прянишников, президент Microsoft в России, замечает, что общее падение спроса на компьютеры действительно повлияло на результаты работы компании по данному направлению, поскольку Microsoft продает лицензии для предварительной установки на полностью собранные ПК. «При этом с июня мы уже отметили увеличение спроса на персональные ПК с предустановленной ОС по сравнению с данными прошлого года и верим в оздоровление рынка и экономики. Большую роль тут опять же сыграет выпуск новых продуктов», — уверен господин Прянишников. — Если говорить по сегментам, то в России по продажам в крупном бизнесе у нас даже наблюдается небольшой рост. Средний и малый бизнес, увы, показал серьезное падение. Снижение продаж в сегменте физических лиц стало заметным совсем недавно. И во многом это связано с сокращением поставок ПК». Владислав Мартынов, генеральный директор SAP СНГ, отмечает, что заключаемые сегодня сделки потеряли в объеме. «Но это нормально, это не значит, что люди не покупают», — уверяет он и приводит в пример недавно анонсированную сделку SAP с «Северсталью». В компании также отметили хороший рост спроса на бизнес-аналитику, особенно со стороны банков и финансовых организаций. «Замечу, что, несмотря на трудные времена, рост прибыльности нашей компании отметили все аналитики. Думаю, мы в кризис и на сокращающемся рынке сумели увеличить профитабильность именно потому, что у нас есть надежное решение для управления», — заключает господин Мартынов. В Honeywell отмечают, что финансовые показатели компании в среднем лучше рыночных, но хуже, чем были в прошлом году.

ЗАТЯГИВАНИЕ ПОЯСОВ В первые месяцы кризиса средний и малый бизнес резко бросился сокращать издержки, пытаясь сэкономить чуть ли не на туалетной бумаге. Международные корпорации подошли к вопросу экономии более здравомысляще. Согласно исследованию интернет-библиотеки СМИ Public.ru, 63,8% опрошенных компаний собирались сокращать издержки за счет персонала, еще 18,6% — отказавшись от планов развития, и только 17,6% решили оптимизировать бизнес-процессы. В число последних входит российское отделение Microsoft. «Например, в начале кризиса Microsoft в России стал более активно использовать в работе Unified Communications, что позволило сократить расходы компании на \$2,2 млн. Это решение объединяет различные коммуникационные возможности, в частности позволяя организовать видеоконференцсвязь вместо командировок и экономить на организации удаленной работы сотрудников. При этом стоимость такого ре-

шения для компании нашего масштаба (около 1 тыс. человек, включая сотрудников по контракту) не превышает несколько сотен тысяч долларов», — рассказывает господин Прянишников. — За счет проведения обучения с помощью онлайн-технологий в компании оптимизировали образовательные программы, что позволило обучить большее количество сотрудников за меньшие деньги».

А вот компания Honeywell, по словам ее директора по стратегии и развитию в Восточной Европе и странах СНГ Леонида Сорокина, никаких изменений и сокращений бюджета не провела, в России все маркетинговые инициативы реализуются на прежнем уровне. На глобальном уровне оптимизация происходит за счет уменьшения затрат на обязательные командировки сотрудников. Некоторое сокращение персонала произошло в отделениях Honeywell в Западной Европе и Америке. «Сотрудники, которые получают бонусы, привязанные к производительности и эффективности, будут получать их на прежнем уровне», — говорит господин Сорокин. — Вопрос о выплате бонусов высшему руководящему составу по итогам года пока не решен, это будет ясно в марте-апреле следующего года».

С методами Honeywell согласна компания SAS: там тоже стали более внимательно и тщательно подходить к операционным расходам — и на маркетинг, и на внутренние нужды вроде командировок, телефонных разговоров и пр. «Например, мы ввели лимиты обеспечения сотрудников мобильной связью, и это привело в целом по компании к пятикратному сокращению этой статьи расходов. Перес-

мотр договоренностей по аренде офиса позволил сократить арендную плату на 25–30%», — делится секретами главы компании «SAS Россия/СНГ» Валерий Храбров. — Наш маркетинговый бюджет в связи с кризисом не уменьшился, мы считаем, что только незрелые компании урезают бюджет в кризис. По сути, это отсеечение новых ростков, без которых новые ветви просто не вырастут».

Бонусы сотрудникам SAS сокращены не были. Не изменились и правила их выплаты — согласно исполнению плана по ключевым показателям. В соответствии с ним бонус состоит из двух частей — собственных достижений и результата деятельности компании в целом. Доходы московского офиса в 2008 году увеличились на 26%, а в этом году, по предварительным оценкам, доход возрастет лишь на 2%, а значит, бонусы могут оказаться меньше. Также в SAS ввели лимит на использование мобильной связи и оптимизировали тариф в том числе на SMS. У некоторых сотрудников компании раньше счета за SMS доходили до 3,5 тыс. рублей в месяц. В результате общие расходы компании на мобильную связь сократились почти в 4,3 раза.

В SAP также серьезно отнеслись к сокращению расходов и постарались оптимизировать их, насколько это возможно, без ущерба для эффективности. «Наверное, нам здесь было легче, чем другим, так как мы использовали для выявления мест, где можно сократить затраты, решения SAP», — говорит Владислав Мартынов. — В октябре 2008-го у нас стартовала программа сокращения затрат. И сейчас могу сказать, что затраты только на мобильную

связь уменьшились почти на треть, например, за счет использования интернет-телефонии. За счет более широкого использования телемостов и видеоконференций удалось значительно снизить расходы на поездки». Кроме того, компания в 2008 году перевела бухгалтерские и HR-процессы в единый центр сервисного обслуживания, что также помогло держать расходы под контролем.

СВЯЗИ ПРЕВЫШЕ ВСЕГО Некоторые из вендоров воспользовались нестабильной финансовой обстановкой для того, чтобы поменять систему взаимоотношений с клиентами и партнерами. Так, например, представитель SAP СНГ рассказал нам, что с самого начала кризиса компания предлагала так называемую Best run NOW инициативу, куда входят предложения для всех типов предприятий. Данные предложения были специально подготовлены для рыночной ситуации и позволяют эффективно управлять даже в столь быстро меняющихся условиях, как сегодня. Кирилл Корнильев, генеральный директор IBM в России и СНГ, рассказывает о подходе своей компании: «Насущная потребность клиентов понятна — экономить деньги, сохранять капитал и резко снизить расходы. Больше нет длинных многолетних проектов. Бизнесу нужен быстрый прогнозируемый результат. Так как наши решения направлены именно на достижение этих целей, клиенты даже в условиях кризиса выбирают IBM. Именно поэтому прибыльность нашего сервисного и программного бизнеса так выросла за последние годы». По словам господина Корнильева, бизнес-аналитика по-прежнему востребована, так как сейчас две трети решений принимаются в условиях нехватки информации. Также он напоминает, что сократить расходы можно за счет использования оптимизации существующей инфраструктуры: виртуализации, консолидации, сервисно ориентированного подхода и энергетически эффективных решений, при этом обеспечив гибкость инфраструктуры и максимальную защищенность от различных рисков. Кроме того, несомненными способами сокращения издержек господин Корнильев называет аутсорсинг, SaaS и облачные решения. Также IBM запустила инициативу по ускорению завершения сделок. «Если партнеру удастся завершить сделку в пределах одного квартала, он получает бонус», — рассказывает Кирилл Корнильев. — Более интересной представляется программа по защите партнеров в сделках, которая распространяется на рынок серверов стандартной архитектуры и системы хранения данных начального уровня. В основном это преднастроенные решения, и по сравнению с остальными сегментами этот рынок можно назвать массовым. Для того чтобы исключить конкуренцию между партнерами на начальной стадии, IBM выступила с инициативой. Партнер, который первым установил отношения с конкретным заказчиком, может рассчитывать на специальную цену на оборудование для этого заказчика, но только на первую сделку».

ТАРИФ «АНТИКРИЗИСНЫЙ» Еще один яркий тренд — позиционирование своих продуктов в качестве экономичных. Конечно, вряд ли антикризисные средства закладывались в них уже при разработке. Николай Прянишников из числа новых продуктов Microsoft выделяет →

ЕСЛИ ГЛАВНАЯ ЦЕЛЬ — ПОВЫШЕНИЕ ЗАНЯТОЙ ДОЛИ РЫНКА ЛЮБОЙ ЦЕНОЙ, ТО МОЖНО СДЕЛАТЬ ЭТО И ВНЕ КРИЗИСА. НАПРИМЕР, СЕРЬЕЗНО СНИЗИТЬ ЦЕНЫ НА ПРОДУКТЫ. ТОЛЬКО В ИТОГЕ ПРИБЫЛЬ СТАНЕТ НИЗКОЙ, И КОМПАНИЯ ПРОСТО НЕ ВЫЖИВЕТ



НЕКОТОРЫЕ КОМПАНИИ ВВЕЛИ ЛИМИТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОТРУДНИКОВ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗЬЮ. У SAS ЭТО ПРИВЕЛО К ПЯТИКРАТНОМУ СОКРАЩЕНИЮ ЭТОЙ СТАТЬИ РАСХОДОВ