аутсорсинг

Будущее на откуп

маркетинг

Внутрироссийский спрос на услуги IT-аутсорсинга формируется по принципам, существенно отличающимся от мировых. Около 50% российских клиентов аутсорсинговых компаний не видят в услугах IT-аутсорсеров выгоды или руководствуются внеэкономическими мотивами при покупке услуг. Вероятно, в ближайшее время рост рынка IT-аутсорсинга, особенно современных его форм, будет напрямую зависеть от инвестиционной активности в России, поскольку вложения в IT-аутсорсинг выглядят во многом как долгосрочные.

То, что российским IT-аутсорсерам часто приходится ощущать себя белыми воронами на рынке IT-услуг, закономерно. Их бизнес, во всем мире формировавшийся на гребне ультрамодной «цифровой экономики», исходно требовал инновационности и уровня корпоративного управления выше, чем в компаниях-клиентах: по сути, именно этот более высокий уровень эффективности и продается клиенту. Кроме того, история развития этого рынка в России в конце 90-х дополнительно позиционировала услуги IT-аутсорсинговых компаний как hi-end рыночного предложения. Приход на рынок таких компаний, как VDI и Aplana, был, по сути, расширением бизнеса компаний, работавших на рынке США и ЕС, на Россию, а такие структуры, как LUXOFT, подразделение крупнейшего системного интегратора IBS, и «Сибинтек», созданной в ходе spin-off информационного департамента НК ЮКОС, для российского рынка исходно рассматривались как «прогрессорские» — призванные не столько обеспечить рыночный спрос в России на IT-аутсорсинг, сколько его сформировать.

Это накладывает на картину нынешнего рынка IT-аутсорсинга необычный отпечаток. По данным исследования Gather Group и Market-Visio (см. стр. 25), среди опрошенных клиентов IT-аутсорсеров лишь 7,2% придерживаются хрестоматийных западных взглядов об экономической выгодности передачи всего, что не относится к core business, в аутсорсинг. 46,8% считают, что выгоду приносит передача в аутсорсинг лишь части непрофильных функций. И почти половина не видит в такой операции прямой выгоды: 14,4% опрошенных считают, что услуги IT-аутсорсинга востребованы ими по внеэкономическим мотивам (необходимость сертифицированного IT-департамента, экспертиз), а 31,5% опрошенных заявляют, что невыгодные услуги они покупают из-за дефицита своих ресурсов — от кадровых до управленческих.

Впрочем, нынешними темпами развития многие IT-аутсорсеры явно недовольны. «Можно сказать, что движущей силой являются не тенденции рынка, а существующий спрос. В наших интересах переломить сложившуюся ситуацию»,— говорит Анатолий Гавердовский, генеральный директор VDI. Большая часть опрошенных „Ъ“ компаний-аутсорсеров категорически не согласны с невыгодностью покупки IT-услуг, ставя прямой экономический эффект от сотрудничества с собой на первое место в ожидаемой мотивации клиентов.

Заметим, что ценовая ниша услуг IT-аутсорсеров в России также оценивается клиентами и аутсорсерами по-разному. «Рынок должен прийти к стабилизации цен на услуги. Как правило, большинство заказчиков не рассматривают предложения, которые не попадают в среднюю вилку цен, то есть ни демпинг, ни завышение цен не окажут значительного влияния на среднюю стоимость услуг»,— полагает Виктор Вайнштейн, гендиректор компании Aplana. «IT-аутсорсинг в России будет расти не просто из-за дешевизны, но и из-за более высокого уровня качества, более удобной модели работы „заказчик—исполнитель“, отсутствия проблем в освоении новых направлений работы, уменьшения персонала»,— полагает гендиректор нижегородской IT-аутсорсинговой компании «Телма» Валерий Калачев. Отметим, что, по данным Market-Visio, высокая стоимость IT-аутсорсинга — второй по значимости барьер для покупки таких услуг с точки зрения заказчиков.

Андрей Великанов, начальник управления сервисными контрактами дирекции сервиса ИТ компании «Сибинтек», выделяет два типа наиболее заинтересованных в IT-аутсорсинге клиентов. «В IT-аутсорсинге сейчас более всего заинтересованы крупные предприятия с развитой информационной инфраструктурой. Другая категория потенциальных клиентов — небольшие предприятия, имеющие несколько десятков сотрудников. Им не всегда выгодно нанимать IT-специалиста на полный рабочий день, аутсорсинг становится альтернативой. Важна даже не экономия средств, а снижение рисков»,— считает он. Для крупных же компаний, по его словам, «аутсорсинг оказывается дешевле, хотя мы не скрываем и даже подчеркиваем, что наши услуги стоят дорого». Средний бизнес, «весящий» для западных аутсорсеров не меньше, чем элита — нефтяные, коммуникационные, транспортные компании, не рассматривается IT-аутсорсерами как массовый рынок: его активного развития ждут не ранее 2007–2010 годов.

Между тем именно от распространенности услуг IT-аутсорсинга зависят перспективы развития рынка в целом — насколько удачно маркетологи компаний-лидеров IT-аутсорсинга, а равно как и компаний, специализирующихся на BPO, будут находить среди среднего класса российского бизнеса компании, заинтересованные в получении от покупки услуг долгосрочных конкурентных преимуществ.

Очевидно, что активность в покупке аутсорсинговых услуг в ближайшее время будут проявлять компании из среднего класса, рассматривающие такие контракты, как долгосрочные инвестиции. И их число растет: в среднем в портфелях заказов IT-аутсорсеров на 2004–2005 годы максимальный прирост новых клиентов отмечается помимо создания заказного ПО в поддержке ERP-систем и WAN-систем, использование которых редко дает мгновенный эффект.

ДМИТРИЙ БУТРИН

Краткий словарь терминов, используемых в аутсорсинговом бизнесе

Аутсорсинг (outsoursing) — бизнес-технология, предусматривающая передачу сторонним специализированным компаниям (аутсорсинговым компаниям) процессов или функций внутри своего бизнеса вместе с ответственностью за результат выполнения этих процессов.
IT-аутсорсинг (ITO) — наиболее развитый вид аутсорсинга в мире, перенос всего бизнес-процесса или какого-то проекта, связанного с разработкой, проектированием, тестированием, интеграцией или поддержкой программного обеспечения, из организации в другую организацию.
Офшорный IT-аутсорсинг (Offshore ITO) — IT-аутсорсинг с участием аутсорсинговых компаний за пределами страны заказчика.
Local presence — наличие представительства аутсорсинговой компании в стране заказчика.
Core business или **core competence** — та часть бизнеса, которая не может быть передана на аутсорсинг в силу ее уникальности. Обычно это часть, обеспечивающая конкурентное преимущество заказчика.
Knowledge transfer — передача от компании-клиента аутсорсеру информации, необходимой для работы над заказом.
Technology transfer — передача аутсорсеру технологий, необходимых для работы над заказом.
Аутсорсинг бизнес-процессов (BPO — Business Process Outsourcing) — передача в полное ведение компании-аутсорсеру какого-либо произвольного бизнес-процесса в компании-заказчике.
Модель profit sharing — бизнес-модель работы заказчика и аутсорсинговой компании, в которой мотивацией аутсорсера является участие в прибылях заказчика от реализации конкретного проекта.
Process compatibility — совместимость инструментов и документов у заказчика и исполнителя.
ASP (Application Service Providing, также распространен термин Custom Application Development Outsourcing) — одна из новых технологий аутсорсинга, предполагающая расширение IT-аутсорсинговых контрактов в сферу BPO, на бизнес-процессы, осуществляемые с использованием соответствующей IT-инфраструктуры.
BSP (Business Service Providing) — аутсорсинг бизнес-услуг через интернет.
SLA (Service Level Agreedment) — соглашение об уровне сервиса, документ, в котором задаются параметры качества услуг, содержащих метрики оценки качества. Типичные примеры метрик — время реакции аутсорсера на проблему, допустимое время неработоспособности системы.

прямая речь

Для чего аутсорсинг нужен вашим клиентам?

Михаил Брусенцев,
президент компании «Сибинтек»:
— Идея аутсорсинга не нова. Чем, как не аутсорсингом, занимались, скажем, МТС по отношению к колхозам и совхозам советского периода? То, что сейчас этой теме стали уделять повышенное внимание, скорее связано с тем, что многие компании подошли к тому уровню развития, когда применение подобных схем становится жизненно необходимым. Услуги аутсорсинга особенно востребованы компаниями, которые находятся на этапе интенсивного роста. Хотя следует отметить, что определить, когда компании необходимо применять схему аутсорсинга для выведения на внешнее обслуживание непрофильных видов деятельности, бывает сложно.

Филипп Гиллен,
управляющий компании Intercomp:
— Под аутсорсингом обычно понимают передачу в руки «экспертов» или «специалистов» части своего бизнеса — часто критически важной части, но не ключевой. А последние препятствия, которые необходимо преодолеть в России на пути к признанию аутсорсинга, включают вопросы снижения затрат, решение проблемы конфиденциальности, а также предоставление услуги, отвечающей ожиданиям клиента.

Анатолий Гавердовский,
генеральный директор компании Vested Development Inc (VDI):
— Аутсорсинг в России будет расти — это мировая тенденция, и в России она прослеживается все отчетливее. Темпы роста рынка аутсорсинга зависят в основном от зрелости рынка и компаний, готовых отдавать нефокусные направления деятельности в аутсорсинг.

Дмитрий Лощинин,
генеральный директор компании LUXOFT:
— В последнее время аутсорсинг становится стандартом на мировом рынке. Компании, не использующие аутсорсинг, рассматриваются как неэффективные и, соответственно, неконкурентоспособные. Аутсорсинг позволяет компаниям лучше сфокусироваться на основном бизнесе и переложить все трудности вспомогательных функций на компании, специализирующиеся в выполнении этих функций.

Виктор Вайнштейн,
генеральный директор Aplana Software:
— Интерес к аутсорсингу как к бизнес-модели объясняется прежде всего экономическими мотивами. Передавая выполнение задачи или функции сервисной компании, заказчик имеет возможность контролировать результат. Если исполнитель выполнил задачу некачественно или не до конца, заказчик вправе отказаться от оплаты услуг (если это предусмотрено договором), пока результат не будет достигнут. Поставщики идут на это, чтобы сохранить заказчика. Если проблема возникла со штатными сотрудниками, то зарплату не вернуть.

Александр Егоров,
генеральный директор компании Reksoft:
— Все с аутсорсингом сталкиваются в быту каждый день, например, отводя детей в школу. Вместо того, чтобы учить детей самим, мы поручаем этот процесс профессионалам, обладающим специальными знаниями и методикой работы в области обучения. Таким образом, аутсорсинг — это ни что иное, как разделение труда, только на глобальном уровне.

Сергей Яскевич,
директор IBM Global serviees в России:
— Аутсорсинг в будущем — это все. Аутсорсинг, по сути, это инструмент финансового реинжиниринга. Ключевые выгоды, которые дает аутсорсинг — снижение расходов, концентрация ресурсов на профильном бизнесе, повышение качества услуг, оказываемых клиентам, повышение конкурентоспособности,— очевидны.

Цифровая эволюция

тенденции

(Окончание. Начало на стр. 25)

Мировая мода на «цифровую экономику» и изощренные IT-технологии с фондовым кризисом 1999–2001 годов и «схлопыванием электронного пузыря» Россию практически не затронула, поэтому нынешнее развитие российских IT-аутсорсеров на западном рынке определяется фундаментальными факторами. «Проекты, которые требуют оригинальных решений, а не простого написания программных кодов, заказчики с большей охотой отдают в Россию, а не в Индию»,— утверждает Дмитрий Лощинин, генеральный директор LUXOFT. В качестве примера он приводит продукт компании SecuraVista, моделирующий потенциально опасные события при охране объектов, имеющий серьезный спрос в США. «К композиционной цене IT-разработки необходимо прибавить стоимость создания и поддержания рабочего места, аренды помещения, социального страхования сотрудника и так далее — в России это не так дорого,— полагает Виктор Вайнштейн.— К тому же не секрет, что уровень оплаты труда среднестатистического специалиста по разработке ПО, например, в США.»

Что же касается российской части бизнеса аутсорсеров, то пока говорить о том, что рынку не угрожают возможные колебания ценовой конъюнктуры, невозможно, однако рост в экономике России и стабильность цен на нефть позволяют IT-аутсорсерам говорить о стабильном росте в течение трех-четырех лет и значительно более высоком, чем мировые 7–8% в год. Так, проект Datafort компании IBS полностью ориентирован на рынок России, в Aplana говорят о том, что соотношение продаж 50:50 вне РФ и в России является стратегическим приоритетом компании. Важна и появившаяся в последнее время тенденция к обсуждению передачи на аутсорсинг IT-процессов госструктур. Специалисты консалтинговой группы IDC полагают, что начавшаяся вторая волна интереса к IT-аутсорсинговому бизнесу в мире в 2003–2004 годах поддерживается и фундаментальными факторами в промышленности, и ростом спроса на IT-аутсорсинг среди госструктур. У России есть шанс попасть в эту волну.

В ряде секторов сформировалась жесткая конкуренция, позволяющая смягчить возможные конъюнктурные проблемы. На российском рынке банковской автоматизации возникли лидеры — «Диасофт» и R-style, однако, по оценкам специалистов, им уже наступают на пятки более мелкие компании, такие, как БИС или «Инверсия». Рост интереса к банковской и бухгалтерской автоматизации, основанный на внедрении в России международных систем отчетности, подогревает интерес к российскому рынку ранее сокративших активность в России западных производителей ПО, таких, как разработчик системы Midas компании Misys.

На фоне явного роста интереса к IT-аутсорсингу в России постепенно растет и доля аутсорсинга бизнес-процессов. Так, по словам Ирины Баевой, коммерческого директора компании «Содексо», «все больше российских компаний планируют аутсорсинг таких услуг, как организация инфраструктуры офиса, питания, технической эксплуатации здания, управления административно-вспомогательными услугами, службой приема посетителей, обработкой и доставкой корреспонденции, уже на стадии проекта будущего офиса». А IT-аутсорсинг в России рассчитывает на то, что происшедший за два-три года рывок в развитии уже сделал интерес к этой бизнес-модели неотвратимым. Сейчас, полагают игроки, дело за временем и самоорганизацией рынка. Так, например, в России уже создана ассоциация «Руссофт», ориентированная на создание знаменитой индийской Nasscom, ассоциации местных офшорных программистов. Впрочем, по словам господина Вайнштейна, «создается все больше неформальных клубов и объединений, в рамках которых руководители IT-служб обмениваются опытом, обсуждают рисковые моменты проектов и недобросовестных поставщиков. Развитие отрасли необходимо осуществлять не только силами поставщиков, но и заказчиков».

ДМИТРИЙ БУТРИН, ДМИТРИЙ СМИРНОВ, АЛЕКСАНДР БЕЛКОВ

Кадровое программирование

рынок труда

Наличие в России достаточно большого даже по западным меркам количества квалифицированных IT-специалистов позволило в кратчайшие сроки сформировать рынок аутсорсинговых услуг. Тем не менее сейчас, на подъеме рынка, кадровый вопрос становится одним из главных. Риски потери ключевых сотрудников остаются на рынке достаточно велики, а механизмы создания стоимости аутсорсинговой компании помимо стоимости ключевых сотрудников еще отрабатываются ведущими компаниями.

Российский рынок труда пока дает достаточно возможностей для развития ключевого для аутсорсингового бизнеса сектора рынка — IT-аутсорсинга. По данным исследования аналитической компании Forrester, средний рост численности персонала в российских компаниях, специализирующихся на офшорном IT-аутсорсинге, в 2003 году составил больше 37%. По оценкам Дмитрия Лощинина, гендиректора компании LUXOFT, в этой отрасли работает около 10 тыс. высокопрофессиональных программистов, то есть больше 60% от общего числа занятых в российском экспорте программного обеспечения. Потенциальные «позиции российских IT-аутсорсеров на мировом и российском рынке оцениваются как перспективные» — такого мнения придерживается представитель компании Auriga Валерий Медведев. По словам гендиректора компании Aplana Виктора Вайнштейна, «в международном словаре появился даже особый термин — „brain-added“, который очень точно отражает международную специализацию российских поставщиков IT-услуг. Россия заметна в мире благодаря своим программистам, последние выпуски MIT — это русские, китайские, корейские специалисты».

Доля российских заказов в IT-аутсорсинге довольно быстро растет, причем в России кадровые требования к персоналу IT-аутсорсеров существенно выше, чем в странах-конкурентах. По данным исследования компаний Elashkin Research и Aplana Software октября 2003 года, для заказчиков IT-аутсорсеров наличие в компаниях специалистов с определенными знаниями и навыками — фактор более важный, чем, например, экономический эффект или повышение качества реализации проекта. Во многом дефицит собственных IT-кадров и сконцентрированность их в компаниях, специализирующихся на офшорном IT-аутсорсинге с западными заказчиками, и позволили в конце 90-х аутсорсерам открыть для себя внутренний рынок России. «Сформировался костяк компаний-лидеров, работающих на рынке более десяти лет, имеющих зрелый процесс разработки программного обеспечения, подтвержденный стандартами ISO и CMM и уже успевших изучить на собственном опыте все подводные камни этого бизнеса»,— говорит Михаил Цыганков, директор по развитию санкт-петербургской компании «Стар Софтвэр».

(Окончание на стр. 27)

«Перспективы нашего рынка огромны»

интервью

О перспективах рынка BPO «Ъ» рассказал ВИКТОР НАЙШУЛЛЕР, председатель совета директоров компании OMC.



— Насколько, по вашим оценкам, сейчас распространено понятие аутсорсинга в российском бизнес-сообществе?
— Два года назад среди наших партнеров и заказчиков никто слова «аутсорсинг» не слышал. Мы статьи из интернета распечатывали клиентам. Сейчас ситуация изменилась. Термин стал обиходным. Особенно в крупных компаниях, которые являются главными потенциальными потребителями аутсорсинга.

Потребители созревают сейчас даже быстрее, чем рынок тех, кто оказывает услуги. Они созрели в понимании того, что, во-первых, натуральное хозяйство — плохо, а во-вторых, существуют компании, которые высокоэффективны в сфере оказания услуг.

Конкуренция вынуждает заказчиков сосредотачиваться только на своем бизнесе. А основная идея аутсорсинга — это как раз направление всех ресурсов компании на решение основных бизнес-задач, их обеспечение отдав аутсорсеру.

— Как устроен рынок аутсорсинга по обеспечению бизнеса (BPO), на котором работает компания OMC?
— На рынке обеспечения бизнеса большая часть компаний предлагают одну услугу: либо клининг, либо эксплуатация, либо телефония, либо бухгалтерия, либо поставка товаров и др. Но веление времени — это комплексная услуга. Я совсем недавно был в Израиле, общался с компанией, которая двигалась по странному пути. Они начали с охраны зданий, потом добавили предложение по доставке персонала на рабочие места (это критически важная для Израиля функция), затем клининг, и, наконец, взялись за эксплуатацию зданий. Мы одни из первых в России, кто также пытается собрать в одну корзину разные услуги. А начинали мы с розничной торговли, затем перешли к корпоративным поставкам по пяти товарным группам. Наконец перешли к услугам. В итоге этих услуг набралось более полутора сотен.

(Окончание на стр. 28)

