телеком

У края платформы

Опрос, проведенный IDC среди 700 европейских компаний, включая российские, показал, что в 2012 году 48 % покупателей ИТ-решений считали своей приоритетной задачей снижение операционных расходов. В этом году ситуация изменилась: стратегия снижения затрат никуда не делась, однако многие предприятия начинают всерьез задумываться о росте и расширении.

АЛЕКСАНДР МИРИДОНОВ

Российские заказчики начинают покупать ИТ для роста

— тенденция —

Смена курса

Исследователи агентства IDC опросили представителей 700 компаний Западной и Восточной Европы и выяснили, что в 2012 году почти половина (48 %) покупателей ИТ-решений считала своей приоритетной задачей снижение операционных расходов. При этом 31 % компаний использовали ИТ как инструмент оптимизации издержек, а оставшиеся 17 % достигали этой цели собственно за счет экономии на ИТ-продуктах. В условиях общемировой экономической нестабильности большинство организаций с осторожностью подходили к планированию своих ИТ-бюджетов, тщательно взвешивая необходимость закупки нового ПО, оборудования и заключения контрактов на оказание ИТ-услуг.

Однако в 2013 году покупатели корпоративных ИТ Западной и Восточной Европы, включая Россию, стали менять стратегию: после четырех лет вынужденной экономии и сокращения расходов многие компании вновь задумываются о расширении бизнеса и росте прибыли. Увеличивается спрос на решения, автоматизирующие процессы фронт-офиса и ориентированные на работу с конечным потребителем. Схожие тенденции наметились и в некоторых отраслях российской экономики. По оценкам экспертов, отечественный рынок стал более зрелым с точки зрения подхода к ИТ, но развивается по-прежнему крайне неравномерно. В то время как средний и малый бизнес по-прежнему озабочен автоматизацией базовых бизнес-процессов, крупные игроки инвестируют в инновационные технологии так называемой третьей платформы, которая опирается на четыре ключевые составляющие: «облачные» решения, мобильные сервисы, социальные медиа и аналитика «больших данных». Первым этапом данной эволюции стал переход от мейнфреймов к мини-компьютерам в 1960-х, за ним последовал переход от мини-компьютеров к клиент-серверной модели в 1980-х.

Пересмотр приоритетов уже привел к трансформации ИТ-инфраструктуры многих компаний: к составляющим ее костяк системам, автоматизирующим внутренние бизнес-процессы (финансовый менеджмент, цепочки поставок, управление трудовыми ресурсами и др.), активно добавляются клиентоориентированные приложения. Происходит перераспределение инвестиций в пользу фронт-офисных решений, которые отвечают за обслуживание клиентов, оформление счетов, продажи, маркетинг, анализ клиентской базы. Соответственно, меняются и требования компаний к ИТ-услугам: все большим спросом пользуются продукты, заточенные на увеличение рыночной доли, повышение лояльности клиентов, изучение предпочтений и привлечение новых клиентов, разработку конкурентных предложений, а также стимулирование роста доходов.

Аналитики IDC отмечают, что смена акцентов в стратегиях покупателей корпоративных ИТ происходит на фоне перехода к новой парадигме ИТ-индустрии — третьей платформе. По прогнозам IDC, к 2020 году, когда объем отрасли информационных технологий составит $5 млрд, как минимум, 80 % ее роста будет обеспечено решениями, построенными на технологиях третьей платформы. От того, как быстро компании сумеют отреагировать на запросы времени и осознают необходимость перестроить свои бизнес-модели с учетом новых требований рынка, будет зависеть их эффективность и конкурентоспособность, предупреждают в IDC. Так, уже к концу этого года мировой объем цифровых данных должен составить 4 зеттабайта, что на 50 % превышает прошлогодний показатель и почти в четыре раза — показатель 2010 года. Очевидно, что для компаний, чей бизнес напрямую связан с обработкой больших объемов информации (например, предприятия финансового сектора, розничной и оптовой торговли), инвестиции в аналитику «больших данных» должны иметь приоритетное значение.

Российские тренды

Общемировые процессы накладывают свой отпечаток и на российский рынок ИТ, однако мнения опрошенных BG экспертов о характере и векторе развития рынка разнятся. Проведенный IDC в 2012 году аналогичный опрос российских ИТ-директоров также показал, что сокращение затрат на информтехнологии является их основным приоритетом.

Директор по исследованиям «IDC Россия и СНГ» Елена Семеновская говорит, что это наблюдение не потеряло актуальности, с учетом того, что экономическая ситуация ухудшилась в 2013 году. «Мы видим это и по сокращению инвестиций в ИТ в первом полугодии этого года», — сетует она. Впрочем, уменьшение бюджетов на ИТ еще не означает окончательного отказа от автоматизации бизнес-процессов и внедрения новых решений — речь идет прежде всего об оптимизации затрат на поддержку уже работающей ИТ-инфраструктуры и прицельных точечных вложениях в технологии, которые позволят добиться ощутимых результатов для бизнеса, добавляет эксперт. «Все чаще решения о внедрении тех или иных технологий и продуктов принимаются представителями бизнес-подразделений», — говорит Елена Семеновская.

Между тем и среди российских покупателей корпоративных ИТ наметилась тенденция к росту. «Есть компании и целые отрасли, которые сегодня активно трансформируются и выходят на новую траекторию роста именно за счет внедрения информационных систем, — комментирует Тагир Яппаров, председатель совета директоров ГК «Ай-Ти». — Речь идет в первую очередь об отраслях, завязанных на обслуживание массового потребителя: телекоммуникации и связь, банковский сектор, образование, здравоохранение, транспорт, розничная торговля, государственное управление в части государственных услуг для граждан и бизнеса». Первыми преимущества трансформации с помощью ИТ ощутили на себе телекоммуникационные компании и банки. «В банковской сфере практически все операции по обслуживанию клиентов автоматизированы, что вывело их на принципиально иной уровень качества и сделало массовыми, — говорит господин Яппаров. — Сегодня мы со многими клиентами из банковской сферы обсуждаем решения для новых форматов розницы, где практически все общение клиента с банком происходит исключительно через интернет-приложения и различные автоматы». Транспортная отрасль и розничная торговля также активно модернизируют традиционные процессы за счет внедрения систем самообслуживания (Self-Check-out кассы и киоски) и перехода в формат электронных онлайн-продаж.

Важным внутрироссийским трендом эксперт называет активное внедрение «трансформирующих» ИТ, то есть решений, направленных на создание новых бизнес-моделей, расширение портфеля предлагаемых клиентам продуктов и услуг и пр., в социально значимых секторах экономики. «Сейчас мы наблюдаем настоящую ИТ-революцию образования: появление модели открытых онлайн-курсов позволяет обучать сотни тысяч студентов одновременно. Другой горячий сектор — здравоохранение. Например, дистанционный мониторинг состояния здоровья человека с помощью беспроводных датчиков помимо повышения качества оказания услуг позволяет существенно сократить расходы, связанные с длительным пребыванием больных в стационарах. Так, по оценкам компании McKinsey, использование систем дистанционного мониторинга состояния здоровья способно сэкономить до 15 % расходов, выделяемых на госпитализацию больных», — добавляет Тагир Яппаров.

По наблюдениям собеседников BG, российские заказчики начинают проявлять интерес к технологиям третьей платформы. Основной их потребитель — финансовый сектор, за ним следуют ритейл, транспортная логистика и промышленность. Так, рынок «облачных» сервисов в России по результатам последнего отчета IDC вырос за год более чем на 50 %. «Orange Business Services прогнозирует рост с 4,5 млрд рублей в 2012 году до 19 млрд рублей к 2016 году, то есть почти в четыре раза, при этом дополнительно около 20 млрд рублей будет инвестировано компаниями в проекты по созданию «облачной» инфраструктуры», — приводит данные Дмитрий Лисогор, заместитель генерального директора SAP СНГ. Растущая популярность «облаков» обусловлена двумя факторами: снижением стоимости проекта и высокой скоростью внедрения. «Динамика бизнеса сегодня такова, что заказчики заинтересованы в быстрых внедрениях. «Облако» позволяет существенно быстрее перейти к использованию тех или иных IT-решений. Клиент получает уже развернутую систему и может сфокусироваться именно на настройке бизнес-процессов. Ему не нужно инвестировать в создание, развитие и обслуживание собственной IT-инфраструктуры — закупку серверного оборудования, проектирование и создание телекоммуникаций, а это весьма значительная часть затрат. В «облачной» модели все эти задачи лежат на поставщике сервиса», — объясняет господин Лисогор. При этом спрос на «облачные» услуги демонстрируют, как правило, средние и малые компании, для которых развернуть собственную инфраструктуру — слишком дорогое удовольствие, отмечает генеральный директор компании «КРОК» Борис Бобровников. Крупные же компании приходят в «облака», как правило, с отдельными разовыми или сезонными задачами.

«Вторым заметным сектором роста инвестиций в ИТ в условиях скромного экономического роста является корпоративная мобильность, — рассказывает Елена Семеновская. — У компаний сегодня нет другого пути, кроме как продолжать рост за счет выхода на новые рынки, предоставления новых продуктов и услуг, расширения возможностей бизнеса. Правильно выстроенная стратегия по использованию корпоративных приложений и данных на мобильных устройствах сотрудников помогает повысить эффективность их работы, оптимизировать бизнес-процессы, улучшить качество обслуживания клиентов и т. д. Это та область, в которую компании будут инвестировать в ближайшее время». Иначе обстоит дело с социальными медиа: их потенциал в российской корпоративной среде пока несправедливо недооценен. «Многие компании не осознают преимуществ, которые они могут получить при использовании социальных приложений. Новое поколение работников, поколение Y и Z, имеет сформировавшиеся навыки работы с социальными сетями, и не использовать эти качества означает ограничивать возможности и сотрудников, и бизнеса в целом», — уверена Елена Семеновская. Борис Бобровников добавляет, что среди тех, кто уже обратил внимание на корпоративное социальное ПО, преобладают «компании — флагманы своих сегментов рынка или приверженцы высоких технологий», такие как МТС, «СТС Медиа», «Яндекс», Yota.

Что касается «больших данных», то, по словам Дмитрия Лисогора, для бизнеса это уже «не роскошь, а осознанная необходимость»: «Современные компании генерируют огромные объемы самой разной информации: от бухгалтерских отчетов до переписки по электронной почте. И уже практически научились извлекать из всех этих данных пользу — достоверную и полную картину работы компании, возможность точно прогнозировать ее развитие. Объем данных, генерируемых бизнесом, постоянно растет, а требования к скорости их обработки и получению конечного результата, например отчетности, растут еще быстрее».

Алексей Ананьин, президент консалтинговой группы «Борлас», не столь оптимистичен в оценках и прогнозах: ситуация неопределенности в мировой экономики, по его словам, снижает активность российских компаний, в том числе в использовании ИТ. «Новые технологии — «облака», мобильные платформы, аналитика следующего поколения, увы, пока не стали драйверами, способными разогнать наш рынок. Все это более удобные формы решения бизнес-задач, но для интенсификации их внедрения в наших условиях, похоже, нужны дополнительные стимулы, — сетует эксперт. — Было предположение, что вступление в ВТО даст толчок к усилению конкуренции и активизации спроса. Однако реальная интеграция в мировой рынок — это длительный процесс и до некоторых отраслей дело дойдет только через несколько лет».

По наблюдениям Алексея Ананьина, сокращение издержек как приоритетная задача бизнеса пока себя не исчерпало. «Возьмем, например, цепочки поставок: полноценные системы управления для них созданы лишь у отдельных компаний. По итогам одного из исследований в России 77 % респондентов отметили непредсказуемые сбои в поставках. В HR-сфере базовые вещи, да, автоматизированы, но вот управление талантами и продуктивностью персонала почти нигде не выстроено. А ведь проблема дефицита кадров была и никуда не денется. А если нет хороших сотрудников, то как выигрывать те самые проценты рынка у конкурентов?» — задается вопросом собеседник BG. В 2013 году рынок бизнес-приложений развивался в основном за счет отдельных сегментов — BI, CRM, а не комплексных ERP-проектов. Вложив деньги в поддержку «универсальных» процессов, компании поняли, что это не даст им преимущества перед конкурентами. «Их интерес сместился к улучшению ядра бизнеса, основных процессов — в каждой отрасли они свои, поэтому и решения нужны специально заточенные. Я бы сказал, что пришло время нишевых решений», — добавляет эксперт.

Осторожную оценку инновационности отечественного рынка дает и Ольга Рубцова, заместитель генерального директора «Техносерв Консалтинг». По ее словам, тенденция использования ИТ как трамплина для роста наблюдается и в России, однако происходит это не за счет новинок типа облаков или big data: российские компании «в который раз пошли своим путем и изыскивают новые возможности для роста в решениях, которые поддерживают базовые бизнес-процессы». «Например, раньше компании внедряли CRM, чтобы хранить информацию о клиентах в одном месте, иметь возможность накапливать ее. Это фокус на сокращение издержек. Сейчас частный сектор тоже внедряет CRM, но движет им другой мотив — увеличить продажи, выстроив правильный контакт с клиентами, имея возможность сделать предложение в нужный момент. Это уже прицел на увеличение доходности», — объясняет Ольга Рубцова. При этом в компаниях среднего и малого бизнеса ИТ-системы внедрены, как правило, только в бухгалтерии, «и то в ответ на требования законодательства, в остальных же областях львиная доля работы с информацией производится вручную». Новые технологии становятся привлекательны для средних и малых предприятий только при условии доступной цены и в случае, если стоимость их последующего использования ниже расходов на владение «классическими» ИТ-активами, считает эксперт. Вследствие этого найти с помощью ИТ резервы для роста может удаться только крупным компаниям: «Порядка 80 % из них уже внедрили ИТ-системы для поддержки базовых бизнес-процессов. Речь идет именно об автоматизации как такового — закроем глаза на то, что часть действующих систем устарела или была не очень грамотно построена. Крупный бизнес пока только присматривается к новым технологиям — mobility, SaaS, социальные медиа и пр. — и крайне выборочно пробует их на вкус. В ближайшее время массового использования в бизнес-среде их не будет», — прогнозирует госпожа Рубцова.

«Очевидно, что в большинстве крупных российских частных компаний базовые бизнес-процессы уже автоматизированы. Не менее очевидно, что среди компаний среднего и малого бизнеса это не так, — подтверждает руководитель департамента инфокоммуникационных технологий и услуг J`son & Partners Consulting Владимир Карпенко. — Однако следует учесть, что для СМБ важны не столько сами размеры операционных и капитальных затрат на ИТ, сколько возможность их быстро масштабировать в ту или иную сторону, и единственным выходом в данной ситуации является использование «облачных» сервисов».

Вместе с тем в последние пару лет на российском рынке наметился другой тренд — формирование более зрелого и взвешенного подхода к ИТ, считает Вадим Пестун, руководитель практики технологического консалтинга компании Accenture. «Еще два-три года назад целостного понимания и плана развития направления ИТ у многих клиентов как такового не было. В последние полтора года планирование в ИТ стало глубже и на большую перспективу, чем это было раньше, когда появлялась какая-то новая «модная» технология и компании активно пытались ее применить в своем бизнесе», — объясняет он. Первые лица компаний начинают рассматривать ИТ не просто как затратную статью, но как инструмент для повышения эффективности и доходности бизнеса. Примером взросления рынка Вадим Пестун считает распространение практики портфельного управления и финансового моделирования ИТ. «Практически все компании сейчас пытаются отследить эффективность проектов, тогда как раньше все заканчивалось после реализации проекта и расходования бюджета: соотношение полученного результата к затратам зачастую не измерялось, — говорит он. — С развитием процессов программного и портфельного управления ИТ-проектами становится возможным отслеживать необходимые параметры с момента появления бизнес-идеи и оформления ее в виде ИТ-инициативы до завершения реализации проекта и в процессе поддержки внедренного решения».

Диана Россоховатская

«Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» («Информационные технологии»). Учредитель: ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом». Адрес: 127055, г. Москва, Тихвинский пер., д. 11, стр. 2. | **Дмитрий Сергеев** — 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. (846) 276-72-51 (52) | **Алексей Харнас** — руководитель службы «Издательский синдикат» | **Екатерина Вьюшкова** — выпускающий редактор | **Игорь Черников** — фоторедактор | **Ольга Мохначева** — корректор | **Адрес редакции:** 443110, Самара, Ново-Садовая, 44, «Тисиз», оф 4, 5 Тел. (846) 276-72-51 (52)