

информационные технологии

«Хорошо капитализируется прозрачный ИТ-бизнес, который тяжело развивать»

— рыночный игрок —

С17  От подрядчиков сейчас требуется наличие многих качеств. Необходимо не просто хорошо писать кодили устранять какие-то проблемы. Надо уметь все: осуществлять консалтинг, управлять сложными проектами, управлять данными, организовывать тренинги, разрабатывать ПО, тестировать... Раньше этот рынок строился исключительно на западных программных продуктах, и, кажется, если заказчики будут меньше их покупать, то он умрет. Но деньги, которые шли на лицензии западных вендоров, будут тратиться на другие вещи.

— Но не будет ли разработка собственных систем клиентами и создание российских аналогов западного ПО определенным шагом назад в развитии?

— Вы должны понимать, что большинство западных систем было написано 10–20 лет назад. Это объективная реальность, о которой не принято говорить. Любые новые системы — это всегда шаг вперед. Просто объемы денег, которые ведущие производители ПО тратят на рекламу, сопоставимы с годовым бюджетом маленькой африканской страны.

— Вы хотите сказать, что ядро систем оставалось прежним?

— Да, разумеется. Хотя в этом, конечно, есть свои плюсы: западное ПО надежное. К примеру, СУБД очень редко переписывают целиком, потому что под эту задачу нет конкретных заказчиков. А без этого спонсировать переписывание уже существующей и работающей многие годы СУБД никто не захочет. Это дорого, а смысл неочевиден. Вот разработку прикладного ПО финансировать смысл есть, чтобы получить конкурентное преимущество или создать уникальный продукт. Можно инвестировать в создание нового проекта и получить прибыль в будущем. Все эти модели уже отработаны на Западе. Тем более что стоимость адаптации и внедрения сложных ИТ-систем западных вендоров настолько высокая, что в реальности за эти деньги можно написать качественный софт.

Раньше западные продукты покупали из-за серьезного лобби со стороны финансового рынка — аудиторов, аналитиков, Уолл-стрит... Целая система поддерживала эту индустрию.

— Но ведь эта система никуда не делась.

— Российские компании находятся в ситуации, когда деньги им не дают, как бы они ни старались благопри-

стойно выглядеть. Так что эту историю можно считать законченной. Раньше было понятно: стоимость акций возрастет, если у компании не локальное ПО, а глобальное. Все это складывалось в единую картину и увеличивало продажи западного ПО.

— Вопрос в том, сколько это продлится. На услуги давно возлагают большие надежды, про аутсорсинг говорят каждый год, что он взлетит, но этого не происходит.

— Сервисные модели будут жить, и аутсорсинг — тоже. Он на самом деле очень популярен на российском рынке. Аутсорсинг осуществляется дочерними компаниями заказчиков и коммерческими организациями, но выглядит в основном как проектная работа. Это происходит из-за того, что контракты на аутсорсинговое обслуживание заключаются не на длительный срок. До конца 2013 года рынок ИТ был крайне непрозрачен. Сложно разделить, где поставки, где услуги, где и то и другое. Все это посчитать было невозможно. Это хорошо заметно при взгляде на рейтинги, в которых одни и те же компании предоставляют о себе разную информацию.

— Насколько драматично вообще поменяется расклад сил на рынке?

— Думаю, рынок системных интеграторов очень сильно поредеет. Быстро перестроится на сервисную модель очень тяжело. Рынок дистрибуции давал сверхмаржу. Невозможно представить себе нормального человека, который может вернуть сделку с маржой в десятки процентов, а параллельно заниматься бизнесом, который приносит 10% в год. Это очень сложно психологически. При этом если ты занимаешься дистрибуцией, то негатива хватает, но позитива больше, клиенты тебя любят. А когда ведешь сервисный бизнес, на тебя постоянно давят. И эти два бизнеса до этого года плохо совмещались: одно дело — заниматься сверхмаржинальным бизнесом, совсем другое — низкомаржинальным. Сейчас первый исчезает, и большой вопрос, могут ли остаться на рынке те компании, которые занимались кросс-финансированием и спонсировали свой сервисный бизнес с помощью бизнеса по дистрибуции. Смогут ли они стать теми людьми, которым действительно нравится заниматься таким бизнесом.

Последние 15 лет рынок жил в условиях роста, и все к этому привыкли. Сейчас происходит тяжелая адаптация к новым условиям, но это нормально для любого человека и вообще любого организма, живущего на Земле. Кроме того, наивно думать,

что нас ждут на каком-нибудь другом рынке с распростертыми объятиями. На Западе пробиться очень сложно: на каждую success story приходится десятки тысяч провалов с полومانскими судьбами. В Азии работать еще сложнее: там другая ментальность. В России же работы очень много.

— Говорят, что ИТ-бизнесы плохо капитализируются в нашей стране. Невозможно продать долю, привлечь кредит или инвесторов.

— Хорошо капитализируется прозрачный ИТ-бизнес, который тяжело развивать. Когда у тебя быстрорастущий рынок с большой маржой и непрозрачностью, на котором люди зарабатывали миллионы долларов в год, какая тут капитализация? Ну и потом люди, которые провели успешное IPO, не стали меньше работать. Они впали в еще большую зависимость от акционеров, и это уже навсегда. Так что капитализация сравнима с концепцией рая — это такая религиозная по большому счету идея. Каждый вкладывает собственный смысл, а реальность отличает от мечты.

— Вы говорили о том, что российские ИТ-компании слабы в маркетинге. Успешные с этой точки зрения компании можно пересчитать по пальцам. С чем это связано?

— Любая серьезная маркетинговая стратегия — это долгосрочные инвестиции, которые невозможно окупить за год. Они окупаются за десять лет. Но у многих российских бизнесменов есть неуверенность в завтрашнем дне. В западных компаниях маркетинги являются привилегированным классом. Они либо самые важные сотрудники компании, либо входят в тройку ключевых менеджеров. При этом разработчики никогда не входят в топ статей расходов компании. Среди белых воротничков программистов считается чем-то вроде сельского хозяйства.

— Вечный спор: кто именно приносит прибыль — создатели продукта или продавцы.

— За последние 20 лет победила западная бизнес-модель: вендоры перенесли производство и разработку в страны третьего мира, а финансисты, маркетинги и юристы официально пришли к полной власти. У нас же ситуация совершенно другая: много российских компаний, основанных людьми, которые действительно хорошо программируют, или делали это в прошлом. У них отношение к маркетингу как к сервису, обслуживающему основной продукт. Я не могу сказать, какая модель лучше. У России просто свой путь.



Эффективность любой компании напрямую зависит от того, насколько своевременно и точно выполняются рабочие задачи. Ведь так важно оставаться на связи с коллегами, которые находятся вне офиса, контролировать работу оборудования и иметь доступ к актуальной информации. Финансовые результаты бизнеса во многом зависят от качества связи и используемых телекоммуникационных сервисов.

MTS знает, какие инновационные решения в области телефонии, интернета и передачи данных могут помочь клиентам в их бизнесе. Верное решение, найденное совместно, — это еще один шаг вперед, без которого невозможно достижение лучших результатов.

Примером такого результативного партнерства является сотрудничество MTS с «Алло Пицца», «Деловые Линии», Банк Хоум Кредит, Hewlett-Packard и другими компаниями.

«АЛЛО ПИЦЦА»
Для компании «Алло Пицца» MTS с 2004 года предоставляет услуги **финсированной телефонии**. Благодаря качественной телефонной связи заказы обрабатываются оперативно и бесперебойно. Более **18 000 заказов** на доставку в месяц, которые составляют **80%** всех заказов пиццерии, принимаются сотрудниками компании по телефонам от MTS.

«ДЕЛОВЫЕ ЛИНИИ»
MTS и «Деловые Линии» сотрудничают уже 7 лет. С помощью **M2M-решений от MTS** компания осуществляет мониторинг и контроль за передвижением транспорта. Около **2000 машин** компании оборудованы трекерами с M2M SIM-картами MTS, что позволяет отслеживать движение каждого груза.

БАНК ХОУМ КРЕДИТ
Банк Хоум Кредит и MTS успешно сотрудничают около 8 лет. Услуга **«Бесплатный вызов 8-800»** от MTS позволяет клиентам позвонить в банк быстро и бесплатно из любого города России. Только за март 2014 года было оперативно обработано **114 000 звонков**¹, поступивших на один из многоканальных номеров 8-800.

HEWLETT-PACKARD
Российское представительство компании HP (ЗАО «Хьюлетт-Паккард А.О.») является клиентом MTS уже 17 лет. Более **40%**² электронных писем обрабатывается сотрудниками через **мобильный интернет от MTS**, самый быстрый в России³. Использование интернета и корпоративных приложений HP позволяет экономить более **20%**² рабочего времени сотрудников компании!

Присоединяйтесь и Вы! Узнайте больше об услугах MTS для бизнеса по телефону **8 800 250 0990** и на сайте **corp.mts.ru**.

¹ Указано количество входящих звонков, поступивших с 01.03.2014 по 31.03.2014 на один из номеров, используемых ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» в рамках услуги «Бесплатный вызов 8-800».

² Данные получены по результатам исследования эффективности использования мобильного интернета в рамках корпоративных панетов обслуживания от ОАО «MTS». В материале приведены данные по сотрудникам, чья работа предполагает частую работу вне офиса. Исследование проводилось в период с 14.04.2014 по 15.05.2014.

³ По мнению пользователей мобильной связи, MTS — лидер в категории «Мобильный интернет» и оператор, предоставляющий самую высокую скорость мобильного интернета на территории РФ (исследование ЗАО «Аналитика» «Имидж операторов мобильной связи в регионах РФ», ноябрь 2013 года). По данным исследовательской компании ООО «ГФН-Русь», 38% российских компаний выбирают MTS — больше, чем любого другого оператора («Билайн» — 28%, «МегаФон» — 25%).