

информационные технологии



ЕСМ: от хаоса «разнообразия» к платформенному подходу

Олег Бейлезон, руководитель Центра разработки ЕСМ-продуктов компании «Логика Бизнеса», о пользе платформенного подхода в управлении документами

— экспертное мнение —

Рынок ЕСМ-решений (Enterprise Content Management) изначально не был единым. Он «вырастал» из нескольких функциональных направлений, к которым относились системы электронного документооборота (СЭД), управления деловыми процессами, архивы, юридически значимый электронный документооборот (ЮЗ ЭДО) и т. д. По каждому из них существовали свои поставщики, применялись разные технологии, подчеркивались разные конкурентные преимущества. Заказчики зачастую внедряли эти решения по принципу «один продукт — один поставщик», без оглядки на их потенциальную общность,

и в итоге оказались перед типичной IT-проблемой — «зоопарком систем». Разнообразие, которое поначалу казалось интересным и выгодным, привело к сложностям в интеграции и развитии, дорогому обслуживанию.

К концу 2000-х годов на рынок пришло понимание, что ЕСМ-задачи могут и должны решаться в рамках единого подхода, на базе корпоративной платформы — технологической и методологической основы для продуктов по управлению корпоративным контентом. В «Логике Бизнеса» приступили к разработке такой платформы почти восемь лет назад на основе библиотек с открытым кодом и с поддержкой открытых стандартов.



ФОТО: ИСТОЧНИК: ЛОГИКА БИЗНЕСА

«Логика Бизнеса» не единственный вендор, который пошел по пути создания платформы. По сути, рынок сам сформировал перечень базовых требований к ней. В ее нижнем слое содержится единые подходы к реализации общих элементов пред-

метной области: документов, справочников, хранения файлов, правил доступа, управления бизнес-процессами. Слой выше должны содержать инструменты для легкой настройки прикладных сервисов, позволяющие работать с функциональностью. Сюда входит управление справочными данными, штатной структурой организации, различными счетчиками, жизненными циклами документов, применением электронной подписи, элементами ЮЗ ЭДО, отчетами. Платформа должна содержать максимальное количество инструментов для сборки из таких сервисов функционально законченных решений. Идеально, если это «конструкторы», доступные администратору или аналитику: тогда для реализации многих требований к документообороту не понадобится подключение разработчика.

Это одно из весомых преимуществ платформенного подхода: участие разработчиков в построении ЕСМ-решений может быть ми-

нимизировано за счет того, что сформированы единые принципы, базовые объекты, установлены подходы к их конфигурированию и администрированию, вынесенным в интерфейс в виде инструментов. В продукте «Логика: ПЛАТФОРМА» весь этот базис есть. На нем мы сами, наши партнеры и заказчики реализуют различные прикладные решения. Бесконечная доработка «готовой» СЭД никогда не даст такой гибкости и неизбежно упрется в функциональный потолок.

С точки зрения стоимости владения это весьма выгодная инвестиция: во-первых, есть возможность начать с компактной лицензии и расширять ее с учетом появления нового функционала и пользователей. Во-вторых, платформенный подход снижает требования к разнообразию экспертиз специалистов, которые должны развивать ЕСМ-системы.

Тенденция импортозамещения дает вышперечисленным преимуществам дополнительный мульти-

пликатор. Представьте, что вам надо заменить пять продуктов на отечественные аналоги. Это пять процедур выбора, пять решений, пять разных миграций и большие накладные расходы. Вместо этого комплекс систем по документообороту может быть заменен на одну отечественную платформу, которая обеспечит поэтапный переход на российское ПО и в разы облегчит интеграцию.

Темпы ухода от бумажного документооборота в пользу электронного ускоряются с каждым годом. Эта тенденция активно поддерживается государством, принимаются новые законы. Темпы развития смежных технологий тоже не отстают: интеллектуальный анализ, омниканальность, средства извлечения знаний, новые способы организации интерфейсов скоро станут привычными для пользователей. И все эти изменения найдут свое отражение в ЕСМ-платформах, давая заказчику уверенность в актуальности используемых решений.

Заокеанский трансфер

— стартапы —

Каждый год сотни российских гиков вырываются из привычной реальности ради мечты о глобальной экспансии. Они пробуют свои силы в Европе, иногда неплохо зарабатывают в Азии, но их основное направление — США, самый конкурентный рынок в мире. Большинство стартапов, как говорят инвесторы, не взлетит. Для взлетающих же после выхода в Штаты пределом будет только небо.

Безумство храбрых

Анатолий Овчинников, основатель Fueltime, предлагающего услугу удаленной заправки для автопарков компаний Кремниевой долины, ради своей американской мечты бросил университет в Томске. «Я решил не терять время», — объясняет он. 20-летнему Овчинникову идея стартапа пришла еще в России. В США он встретил своего будущего партнера, владельца сети заправок, эмигранта из Афганистана. Через 11 месяцев с момента рождения стартапа партнеры заключили первую сделку с охраняемым предприятием в Калифорнии. Потребность в услугах Fueltime у рынка есть, особенно в Долине, где самый ценный ресурс для технологических компаний — время, которое обещает им сэкономить Fueltime. «Если что, будем душить конкурентов ценами», — обещает Анатолий Овчинников.

Чтобы приехать в Штаты так, как сделал это Овчинников, без свободного знания языка, быстрого роста бизнеса в России и бюджета на маркетинг, нужна не просто уверенность в собственных силах, но и бесстрашие, граничащее с безумием. Хотя многие инвесторы советуют сначала протестировать идею и технологию на знакомом рынке, Америка слишком сильно отличается от России. Локализация отнимает столько же времени и усилий, сколько и построение нового бизнеса.

Нередко от прежней российской компании не остается и следа. Чтобы не отпугнуть местных инвесторов и клиентов, необходимо новое юридикое, зарегистрированное в США. Может потребоваться полный ребрендинг, включая новое название, более понятное местному потребителю. К примеру, пару лет назад российский стартап по оценке качества сервиса Mitro CX после выхода в Штаты поменял название на Bino, более подходящее из-за ассоциации с биноклем (binoculars).

В последнее время в нью-йоркской подземке все чаще можно увидеть рекламу Scentbird — сервиса, позволяющего получать различный парфюм по подписке. В 2018 году стартап привлек \$18,6 млн от американских инвестфондов. Одним из основателей компании стала уроженка Березников Мария Нурисламова. Назвать девушку «российским предпринимателем» сложно: Мария училась в нью-йоркском City University на маркетолога, а затем оттачивала бизнес-навыки в знаменитом американском акселераторе Y Combinator.

Попасть туда или в другой ведущий акселератор Америки, 500 Startups, для многих российских стартаперов значит вытянуть счастливый билет — именно здесь начинали путь многие успешные технологические компании. Пройти в набор不容易: Business Insider назвал Y Combinator «программой, на которую сложнее попасть, чем в Гарвард». Также участие в 500 Startups или Y Combinator открывает возможности для получения визы O-1 для ода-

ренных людей с экстраординарными способностями, доказывая «уникальность» предпринимателя.

Технологии с акцентом

Недавняя история с русскими хакерами, которые, по мнению СМИ, «взломали» американские выборы, сыграла даже на руку российским стартаперам, напомнив о профессионализме отечественных разработчиков. Впрочем, и до этого программисты с постсоветского пространства ценились в Долине: их можно найти в Google или Facebook. Редкий стартап в США обходится без разработчика из РФ, Украины и из Белоруссии. Однако у россиян хватает недостатков: они плохо знают рынок и конкурентов, жалуются на маркетинг и бесконечно «пилить» продукт, совершенствуя технологию, вместо того чтобы его продавать. «Чтобы привлечь инвестора, основатель должен знать и чувствовать, как эти люди думают, и общаться с учетом их культурного кода», — поясняет Стас Тушинский, основатель платформы для голосовой рекламы Instreamatic. В 2018 году стартап вошел в финал конкурса SXSW, который ранее выигрывал голосовой помощник Siri, позднее купленный Apple. Этот код, кстати, может отличаться. К примеру, если в Долине, по словам Стаса Тушинского, важна свобода общения, то в Нью-Йорке «встречают по одежке».

Многие основатели российских стартапов просто не готовы переезжать за рубеж и жертвовать привычным уровнем комфорта. Но инвесторы, клиенты и партнеры хотят снизить геополитические риски. «Дело не в том, откуда стартап — из России, Великобритании или Германии», — рассуждает Рафай Халид, финансовый директор и управляющий группы инвесторов в Нью-Йорке. — Главное требование: основатель должен быть в США, даже если разработчики у него за рубежом. Это вопрос доверия».

Жесткие русские

По словам Марии Дроковой, запустившей в США собственную инвестиционную компанию Day One Ventures, сложности российских основателей не отличаются от тех, с которыми сталкиваются индийские или китайские. «Американские СМИ создают видимость, что русские особенные, но это не так. Всех эмигрантов можно разделить на две части — тех, кто приехал из „сытых“ европейских стран, и тех, кто прошел через трудности и голодные времена, подобные российской перестройке», — полагает она. Инстинкт выживания у последних сильнее, манера общения — жестче. Если на начальном этапе это помогает строить бизнес, то потом мешает развиваться и отталкивает людей.

Главное, по мнению Дроковой, для только переехавших в Штаты — не создавать себе «комплекс жертвы»: «Надо забыть, откуда ты приехал, понять, что инвесторы тебе не дают денег не потому, что ты русский, а потому, что бизнес-план недостаточно проработан, и быть благодарным за советы и обратную связь».

Большинство успешных стартапов нанимают американских сотрудников, которые хорошо знают рынок, привлекают местных консалтинговых компаний и экспертов. «Многие ведущие технологические компании в США были основаны эмигрантами первой или второй волны», — говорит Стас Тушинский. — Все об этом знают. Я никогда не чувствовал к себе какого-то особого отношения только потому, что я из России».

Выйти на авансцену

У наших стартапов в Америке разные способы достижения успеха. Одни поступательно вкладываются в маркетинг. Другие, как Instreamatic, получают признание за счет победы в престижных соревнованиях, организованных крупными независимыми организациями и компаниями. Так, в 2017 году российский разработчик NTech Lab привлек к себе внимание, победив в конкурсе Американского агентства передовых исследований в области разведки IARPA.

Некоторым удается привлечь внимание американских СМИ, которые, в отличие от российских, могут поднять стоимость компании в глазах местных инвесторов и повысить доверие потребителей к продукту и компании. К примеру, основатели российского Promobot уже успели прописать акциями с участием своего робота, который то сбегает из лаборатории, то бродит по улицам, создавая пробки, то попадает под колеса самоуправляемого автомобиля Tesla S.

Только ленивый русский стартапер не мечтает попасть в TechCrunch. Разработчики универсального мультимедийного помощника «Мультикубик», продаваемого на рынке США под брендом Cinemood, завоевали расположение одного из ведущих журналистов издания необычным способом. Корреспондент долго игнорировал звонки и письма основателей. В конце концов на ведущее мероприятие TechCrunch в Сан-Франциско стартап привез куклу журналиста в полный рост с цитатой из его e-mail: «Это даже не продукт». Журналист узнал себя, оценил юмор и начал репортаж с упоминания российской компании.

Несмотря на все сложности, за последние годы в США появилось уже немало успешных примеров российских стартапов. К примеру, DigitalGenius — компания, применяющая искусственный интеллект для автоматизации клиентской поддержки в чатах и соцсетях. Среди клиентов компании — BMW, Panasonic и Unilever. Основатели Дмитрий Аксенов и Михаил Наумов вошли в список журнала Forbes успешных предпринимателей младше 30 лет. В 2018 году платформа для визуализации совместных идей и задач в командах RealtimeBoard (в числе клиентов — Netflix, Twitter, Hubspot и Airbnb), недавно переименованная в Miro, получила \$25 млн инвестиций. Promobot подписал договор с US Lighting Group на поставку в США 2,8 тыс. роботов — сумма контракта может достичь \$56,7 млн в течение пяти лет.

А в начале марта стало известно о по-настоящему крупной сделке. Американская корпорация F5 Networks приобрела компанию Nginx за \$670 млн (почти 26 годовых выручек). Российские разработчики создали веб-сервер, который хранит данные сайта, принимает запрос от пользователей и в ответ выдает им изображение и файлы. Сейчас на Nginx работает 25% всех интернет-сайтов.

«США предоставляют открытую и благоприятную среду для иностранцев», — считает Стас Тушинский. — Только в этой стране можно стать „своим“, несмотря на акцент и какие-то внешние отличия». По мнению Тушинского, именно это привлекает сюда стартапы со всего мира и делает модель Долины такой успешной, в отличие от других стран, которые пытаются ее воспроизвести.

Виктория Завьялова, основатель консалтингового агентства для технологических компаний и инновационных организаций в США V Startup Agency

— финтех —

В банковских продуктах сейчас все стремятся к решению задач «нажатием одной кнопки»: простые интерфейсы, бесшовные платежи, биометрические системы идентификации и др. Для обеспечения этих потребностей развивается концепция Open Banking (API), которая открывает широкие возможности для обмена данными о клиентах и их транзакциях с внешними технологическими поставщиками, отмечает начальник управления цифровой трансформации банка ВТБ Алексей Чубарь. «Как и в 2018-м, в 2019 году сохранится интерес к технологиям распределенных реестров, AI/ML, квантовым вычислениям», — считает директор по развитию продуктов и IT Qiwi Андрей Протопопов. Особняком стоит инфобезопасность, отмечает он: ее развитие будет в тренде всегда.

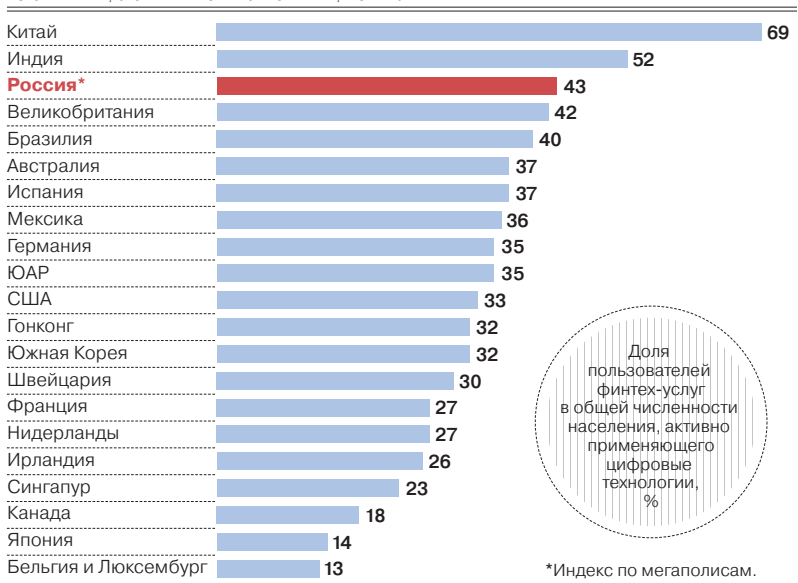
Банки как зеркало цифровой революции

Одна из ярких отличительных особенностей российского финтеха — сильный центр компетенций внутри банковской системы при полном отсутствии небольших игроков. «Многие розничные банки становятся все сложнее отличить от финтех-компаний. Мы наблюдаем масштабную кооперацию банков с ведущими вузами, открываются кафедры, лаборатории. Банки накопили экспертизу, опыт и ресурсы, которые весьма успешно инвестируют в исследования», — отмечает вице-президент, директор по бизнес-технологиям Тинькофф-банка Константин Маркелов.

При этом тему трепета традиционных банковских игроков перед юными стартапами, которая была популярной для обсуждения еще два-три года назад, теперь можно считать практически закрытой. «Банки болят финтехом, поэтому начинают с гигантской скоростью их покупать. Что мы с ними делаем? Пока коллекционируем», — говорил еще в декабре 2017 года глава Сбербанка Герман Греф. В нынешних же условиях, по словам господина Галева, могут выстрелить только те финтех-стартапы, которые способныкратно превзойти по уровню сервиса сам банк. За рубежом известны случаи, когда такого рода проекты впоследствии сами обирались за банковской лицензией. «Часть стартапов, которые работали над созданием банковских надстроек и экспериментировали с привлечением большого количества клиентов, прошли „Долину смерти“ и начали масштабироваться, но большинство по закону рынка потонуло», — говорит он. В России же подобных случаев не зафиксировано.

УРОВЕНЬ ПРОНИКНОВЕНИЯ ФИНТЕХ-УСЛУГ

ИСТОЧНИКИ: EY, GLOBAL FINTECH ADOPTION INDEX, ИЮНЬ 2017.



Доля пользователей финтех-услуг в общей численности населения, активно применяющего цифровые технологии, %

*Индекс по мегаполисам.

В развитии российского рынка весьма заметно участие госбанков и госструктур. «Например, ЦБ не только выполняет роль мегарегулятора, но и выступает инициатором и площадкой для развития финтех-проектов», — добавляет председатель правления Абсолют-банка Татьяна Ушкова. Так, под эгидой ЦБ в последние годы реализовано (или находится в активной стадии разработки и внедрения) большинство глобальных финтех-проектов: система быстрых платежей, Единая система биометрической идентификации, «финансовый супермаркет» — «Маркетплейс», антимонетарная система «Фид-Антифрод».

Единогласно не докладывают мяса?

Основная причина перекоса развития рынка в сторону банковской системы проста — недостаток финансирования. По данным опроса международной юридической компании Reed Smith, всего 1% международных венчурных инвесторов готовы вложиться в российский рынок финтеха. Справедливости ради, такой же процент инвесторов заинтересован в рынках Японии, Южной Кореи, ряда стран Северной Европы (Норвегии и Швеции) и Турции. Больше всего желающих поддержать финтех-отрасль в США (28%) и Великобритании (12%).

Такое положение вещей вряд ли можно объяснить только одними санкциями. По данным Accenture, в 2018 году почти половина всех инвестиций в финтехе пришла на китайские компании (\$25,5 млрд). И это несмотря на постоянно обостряющиеся торговые войны между Китаем и США. На западных и азиатских рынках инвесторы готовы инвестировать в финтех-проекты на ранней стадии. «В России же они, как правило, вкладывают средства в стартап на более поздней стадии», — рассказывает зампредаправления Совкомбанка Алексей Панферов. — Бизнес-ангелами выступают хорошие знакомые или родственники основателей этих стартапов. Как правило, данные ресурсы существенно ограничены».

RegTech не как у всех

Еще одно заметное отличие финтех-рынка в России от западных реалий — почти полное отсутствие технических решений для исполнения регуляторных требований. RegTech на большинстве развитых рынков — сейчас одно из трендовых направлений, востребованное венчурными инвесторами. В эту сферу входят: комплаенс-контроль, идентификация клиентов, мониторинг транзакций, управление рисками и предоставление отчетности.

Пока стабильного потока входящих предложений для банка от стартапов в этой области нет, констатирует господин Чубарь. В 2018 году всего в мире насчитывалось менее 300 поставщиков решений в RegTech, парирует господин Зайцевский из банка «Открытие». Исходя из общей тенденции к ужесточению требований к контролю операций в рамках противодействия отмыванию денег и финансированию терроризма рынок прогнозирует рост потребности финансовых учреждений в услугах по реализации решений в области идентификации клиентов и мониторинга транзакций. «RegTech ждет большое коммерческое будущее», — резюмирует он. Инвестиции в этот рынок возросли с \$1,8 млрд в 2017 году до \$4,5 млрд в 2018 году, по данным Reuters, его оборот составит \$120 млрд уже к 2020 году, говорит господин Протопопов, добавляя, что одним из драйверов рынка может оказаться проактивная позиция ЦБ.

Главная же проблема в этой части — часто и непредсказуемо меняющиеся регулирование. Внедрение технических решений на такой зыбкой почве затруднено. Это, в частности, становится барьером для привлечения инвестиций: для фондов необходимо иметь внятный горизонт планирования. Сейчас инвесторам в такие проекты скорее могут стать сами участники банковского рынка. Но для этого также нужны понятные правила игры. «При введении и реализации новых процессов важно точно понимать, какой пласт текущей нагрузки снимет конкретное технологическое решение», — считает господин Чубарь. По его мнению, оптимально проводить внедрение RegTech с использованием ступенчатого подхода, что позволит банкам оценить необходимые сроки и стоимость доработок.

Мария Сарычева