



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

«НЕ ПОВАЛЬНАЯ РОБОТИЗАЦИЯ, А ВОЗМОЖНОСТИ»

РЫНОК ТЕЛЕКОМА ДЛЯ ФИЗЛИЦ НАСЫТИЛСЯ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ НАЗАД, ЗАТО БИЗНЕСУ ОН МОЖЕТ ПРЕДЛОЖИТЬ РЕШЕНИЯ, КОТОРЫЕ КАРДИНАЛЬНО МЕНЯЮТ БЕЗОПАСНОСТЬ И УДОБСТВО ПРОЦЕССОВ, СЧИТАЕТ ДИРЕКТОР МАКРОРЕГИОНА «СЕВЕРО-ЗАПАД» КОМПАНИИ «ЭР-ТЕЛЕКОМ ХОЛДИНГ» (БРЕНДЫ «ДОМ.РУ», «ДОМ.РУ БИЗНЕС») АЛЕКСАНДР МОТРИЧ. КАК ЦИФРОВЫЕ ПРОДУКТЫ ВСТРАИВАЮТСЯ В КЛАССИЧЕСКИЕ ЗАДАЧИ И ОТВЕЧАЮТ ЗАПРОСАМ НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ, ОН РАССКАЗАЛ В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВГ АННЕ ЧУРУКСАЕВОЙ.

BUSINESS GUIDE: Пандемия повлияла на спрос на ваши услуги?

АЛЕКСАНДР МОТРИЧ: В апреле и мае прошлого года, когда объявили локдаун, был очень резкий рывок в массовом сегменте (b2c). Многие считали, что дома можно обойтись мобильным интернетом, но для работы и учебы им потребовался надежный и быстрый широкополосный. А наши сети пропускают до 950 Мбит/с. В сегменте b2b наблюдались обратные процессы: клиенты приостанавливали пользование услугами. Сейчас, спустя полтора года, все уже адаптировалось к ситуации и работают по-прежнему. Например, мы построили сеть скоростного доступа в интернет в Ленинградской области. Адаптируем под новую реальность решения для бизнеса.

BG: При этом у вас появились и обусловленные коронавирусом услуги: умное видеонаблюдение определяет, кто без защитной маски; тепловизионный терминал измеряет температуру человека за 0,3 секунды...

А. М.: В классическом телекоме мало динамики. Годами продавать триаду «интернет + телевидение + IP-телефония» довольно скучно. Кроме того, рынок услуг для физических лиц насытился еще лет пять назад. А вот для бизнеса еще многое можно сделать. При этом мы не какие-то особенные, даже не инновационные, не строим модные экосистемы, хотя, наверное, что-то в них есть. Мы просто изучаем бизнес клиента и говорим: «Вот это вы делаете вручную и долго, а мы можем быстро, недорого и удобно». Ключевое слово тут — «удобно». Например, сейчас на входе на предприятиях нужно измерять работникам температуру. Если каждому к руке аппарат подносить, это сильно затянет процесс, возникнет длинная очередь. Поэтому мы сделали систему, которая работает быстро и незаметно, а если что-то не так, автоматические двери просто не откроются, турникет не повернется.

Решение с масками тоже можно адаптировать под разные задачи. Например, когда нужно проконтролировать, носят ли работники на предприятии пищевой промышленности перчатки. Или проследить, что сотрудники на вредном производстве пользуются средствами индивидуальной

защиты, ведь это им жизненно необходимо. За порядком до красных глаз может следить человек или это автоматически сделает наша система аудио- и видеонаблюдения с десятками датчиков по периметру.

BG: Такие решения доступны только для крупного бизнеса? Ведь у нас люди до сих пор обходятся дешевле машин.

А. М.: Это стереотип, все зависит от предпринимателя. Продвинутый руководитель быстро принимает решение, когда понимает, что некто или нечто может делать то же самое, что и его работники, но при этом не ошибается, не устает и не требует повышения зарплаты. С машиной ты получаешь гарантированный результат 24/7.

Но у нас нет цели сэкономить на человеке или сделать предприятие без людей: мы убираем их от ненужной и нелюбимой работы. Так что это не повальная роботизация, а возможности. Как поступить с возможностью — каждый решает сам. Вот, крупное предприятие по добыче полезных ископаемых, у них была древняя система, показывающая задымление. А мы знаем: чуть что не так с погодой или сотовой связью — работа симки может замедлиться, а под землей критически важны даже доли секунды, ведь это жизни людей. Мы пришли и сказали: «Давайте сделаем ту же самую систему, но основанную на технологии LoRaWAN, которая не требует новой батарейки в течение десяти лет, подает сигналы за несколько миллисекунд даже с большой глубины, быстро их обрабатывает и визуализирует?» Нам ответили: «Да, скорее возьмите наши деньги!»

BG: А все клиенты так реагируют? И кто к кому приходит: вы к ним или они к вам?

А. М.: Обычно это мы приходим и рассказываем, что можем сделать. Несколько лет назад в пермской школе произошла трагедия, которая заставила задуматься об эффективной системе безопасности. Мы предложили городской администрации: «Давайте в одной школе сделаем образец, вы посмотрите и потом закупите у нас на все остальные?»

Наша система позволяет распознавать машины, подъезжающие к периметру, и тут же сверять их номера с базой данных. Если в базу добровольно занесены дан-

ные, мы видим, что это папа ученика приехал, все в порядке. Если номера в базе нет, автомобиль стоит у ограды дольше положенного времени — количество разрешенных минут можно задать, тут же поступает сигнал, охранник выходит и проверяет обстановку. Или в школу по временным пропускам проходят гости: у них есть полчаса и подняться им разрешено только на второй этаж, в актовый зал — метки гостей отслеживаются. И если вдруг мы видим одну метку на четвертом этаже около вентиляционного выхода, значит, нужно принимать меры. Еще мы добавили распознавание эмоций — тоже полезная функция. Сейчас наша система стала в Перми городским стандартом. Более того, уже Москва ее закупает для своих школ.

BG: На каждый случай есть готовые решения?

А. М.: Вовсе нет, примерно 50% у нас дорабатывается под конкретного клиента. К примеру, есть решение для контроля за наполняемостью полок в магазине — мы его подстроили, чтобы оценивать наполняемость ковша. И сэкономили деньги заказчику: оказалось, рабочие выезжали с полупустым транспортом, чтобы получить больше премий. Другой пример: настраивали облачную телефонию для сети «Обойкин». Учли большое количество точек, предложили перенаправлять звонки не по географическому принципу, а на дежурный магазин — ускорили время обработки. Бывает, что к нам обращаются с запросом, при обработке которого мы предлагаем другое решение, более простое и выгодное. Но чаще всего мы описываем наши возможности и спрашиваем, что из этого интересно. Например, у нас совершенно не цифровизованный агробизнес. Когда мы пообщались с производителями, то увидели, что агрометрия — это очень перспективно.

BG: Сколько вам приносят эти эксперименты?

А. М.: Пока новые услуги дают нам 7% от всего дохода, но год назад это был ноль, а в следующем году 7% превратятся в 15%. В новом офисе на Почтамтской у нас будет демозона, также в течение двух лет мы планируем построить в Петербурге и еще

нескольких городах — Мурманске, Омске, Челябинске и других — технопарки. Один из таких — Almaz Digital — мы открыли в сентябре в Саратове. Это поможет наглядно продемонстрировать, на что мы способны. Пока, например, мы создаем какое-то решение для кафе, потом к нам приходит владелец соседнего заведения и хочет то же самое, то есть работает сарафанное радио.

BG: А что вы делаете для рестораторов?

А. М.: В первую очередь обеспечиваем их клиентов Wi-Fi. Это не просто дополнительная услуга, чтобы гости не скучали в ожидании заказа, это ценный инструмент. Закон обязывает пользователей авторизоваться с помощью номера телефона, а система запоминает связку «номер телефона и mac-адрес устройства» и открывает доступ в интернет. Так владельцы получают информацию о клиентах и могут разработать для них специальные предложения и увеличить продажи. Плюс на стартовой странице доступа в сеть есть место для баннера или видео, вообще любого контента, монетизирующего бизнес.

Наши датчики измеряют температуру, влажность — любые параметры на кухне, вплоть до степени прожарки стейка. А если вывести трансляцию с видеонаблюдения на сайт и показывать, что происходит на кухне, то можно и соблюдение гигиенических мер в заведении доказать, и онлайн-развлечение для гостей устроить. Это решение и для стройплощадки можно адаптировать. Будет не просто шоу, а инструмент, который покажет, что работы идут по плану и застройщику можно доверять.

BG: Говоря об инвестициях, чего вам не хватает сейчас?

А. М.: Скорости и ресурсов. Понимаете, мы же сами не знаем, на что способны. До пандемии, например, мы не думали, что можем создавать такие простые и удобные решения в области видеоналики. Но потребовалось отслеживать ношение масок — решение появилось, и теперь мы применяем его в других сферах. Что мы придумаем через год, к чему подтолкнет жизнь? Может, придет талантливый клиент, скажет: «Хочу вот это!» — и мы поймем, что это нужно не только ему, но и всем нам. ■