

## IT-АУТСОРСИНГ ГОТОВИТСЯ К РОСТУ

РОССИЙСКИЙ РЫНОК IT-АУТСОРСИНГА СО ВРЕМЕН ПРЕДЫДУЩЕГО КРИЗИСА «ПОВЗРОСЛЕЛ» И, СУДЯ ПО ВСЕМУ, НАКОНЕЦ «ВЫСТРЕЛИТ» В НОВОЙ НЕПРОСТОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ. СЕГОДНЯ СЕГМЕНТ УДЕРЖИВАЕТ ПОКАЗАТЕЛИ ПУСТЬ НЕБОЛЬШОГО, НО РОСТА НА ФОНЕ ОБЩЕГО СПАДА РЫНКА IT. А ИНТЕРЕС ЗАКАЗЧИКОВ К УСЛУГАМ ВНЕШНИХ ПОСТАВЩИКОВ УСИЛИВАЕТСЯ С КАЖДЫМ ДНЕМ. **ТАТЬЯНА СЕРОВА**



**Р**оссийский рынок IT-аутсорсинга в новый кризисный этап получает очередной шанс. В четвертом квартале прошлого года аналитики исследовательской компании IDC отметили его рост (4%), даже несмотря на постоянно ухудшающуюся экономическую ситуацию. Причем именно этот период оказался для российского IT-рынка в целом очень сложным. Ожидается, что и по итогам 2015 года аутсорсинговый сегмент покажет рост.

Рост спроса на услуги IT-аутсорсинга в компании «Крок», провайдер IT-решений и услуг, считают стандартным явлением для кризисного времени. Александр Файнбойм, руководитель направления IT-аутсорсинга «Крока», отмечает, что организации начинают более активно отдавать на аутсорсинг непрофильные функции: «Это заметно по растущему количеству конкурсов, причем достаточно крупных. Бюджеты становятся меньше, к задачам начинают относиться разумнее, а затраты, как временные, так и финансовые, стремятся оптимизировать». По его словам, именно в такой период проще бороться с распространенными стереотипами и неверным пониманием преимуществ IT-аутсорсинга. Как известно, далеко не всегда аутсорсинг оказывается дешевле поддержки собственными силами, однако выигрыш здесь можно получить по гибкости, оперативности и экспертизе, если правильно выбран подрядчик.

Юрий Панченко, заместитель директора сервисного центра по организации производства IT-компании «Инфосистемы Джет», подтверждает, что после полугодовой паузы спрос на аутсорсинговые услуги практически достиг докризисных показателей и продолжает расти. «Однако если год назад основной упор делался на развитие новых услуг — ускоренное внедрение новых сервисов и их эксплуатацию, то сейчас речь идет об оптимизации текущих эксплуатационных процессов для повышения финансовой эффективности. Вырос спрос на услуги со стороны представительств зарубежных компаний, так как из-за роста курса стоимость услуг в валютном выражении упала на 20–30%», — поясняет он.

Впрочем, «скидку на кризис» аутсорсерам ожидать не стоит, считает Георгий Мегрелишвили, директор департамента развития сервиса и аутсорсинга компа-

нии «Сервионика» («Ай-Теко»), провайдера IT-услуг. Очевидно, что в условиях сокращения бюджетов клиенты заинтересованы в получении не менее качественного сервиса, чем раньше, и в более высоких показателях ROI и эффективности бизнеса.

Со своей стороны, Руслан Вагизов, исполнительный директор сервисной компании ICL Services, отмечает, что в своем движении к аутсорсингу заказчик не хочет резких перемен, он осторожен и предпочитает не рисковать операционной деятельностью компании, а четко взвешивать все за и против. «В кризисные моменты нужно заставить работать IT-инфраструктуру компании максимально эффективно, чего можно добиться, внедряя более интеллектуальные формы IT-аутсорсинга», — дополняет такую оценку директор ICL Services Сергей Соловьев.

Сегодня поставщики IT-сервисов и заказчики из разных отраслей отмечают, что за последние годы российский рынок аутсорсинга стал более зрелым. Одни подчеркивают, что запросы стали более комплексными, сформировалось понимание реально необходимых параметров поддержки. Другие говорят о возможности получить быструю эффективность без снижения качества и в целом отмечают большую клиентоориентированность поставщиков.

### Нужные услуги

Долгое время аутсорсинг в России по большей части ассоциировался с техподдержкой и аутстаффингом. «Заказчик обычно начинает с самых простых услуг. Традиционно это field support и service desk, — поясняет Руслан Вагизов. — Такая политика логична — начинать нужно именно с тех функций, которые достаточно просты, чтобы их передача не повлекла серьезных рисков».

Проще всего отдать на аутсорсинг комплексную техническую поддержку пользователей, включая рабочие места, оргтехнику и администрирование учетных записей, согласен Александр Файнбойм. «В остальном все довольно индивидуально и зависит от отрасли, особенностей бизнес-процессов, политики информационной безопасности и пр. Например, ретейлеры и банки могут отдать на сторону поддержку открытия

новых магазинов, включающую прокладку структурированной кабельной системы, расстановку и тестирование оборудования и оргтехники, временную техподдержку систем. Территориально распределенным компаниям интересны услуги доступа к виртуальным АТС и инструментам проведения web-конференций», — считает эксперт.

Еще одно сложившееся направление аутсорсинга на российском рынке — поддержка контакт-центров, включая услуги из облака. В этом случае заказчик сразу получает доступ к сервису, самостоятельно определяет срок пользования услугой и может отказаться от нее практически моментально, поясняет Александр Файнбойм; это удобно, например, для сезонных маркетинговых кампаний.

Облачные сервисы — относительно новое направление в истории российского аутсорсинга. Однако развивается оно в соответствии с мировыми трендами, достаточно быстро и вроде бы успешно. Так, в 2014 году несколько заказчиков компании «Крок» перешли на аутсорсинговую модель управления транспортной логистикой (TMS) из облака. В их числе компания «Мон'дэлис Русь», которая развернула в публичном облаке быстродействующую систему мониторинга и сервисной поддержки, благодаря чему на 60% снизила свои затраты на управление сетевой инфраструктурой.

Помимо облачных сервисов востребован аутсорсинг центра хранения и обработки данных (ЦОД). Для «Крока» подобный фокус внимания заказчиков в прошлом году принес рост выручки по данному направлению почти на 20%. В частности, на его площадку перенес хранение персональных данных российских клиентов банк «Интеза». Можно ожидать, что этот тренд будет наблюдаться и весь 2015 год, так как тема персональных данных продолжает подогревать рынок. В «Сервионике» также говорят о популярности услуги co-location (размещения оборудования в ЦОДе) и притоке новых клиентов, в основном со стороны компаний, ранее использовавших зарубежные ЦОДы.

Другая острая тема года — импортозамещение — тоже может сыграть на руку компаниям-аутсорсерам. Отечественные заказчики будут стремиться к минимизации рисков, связанных с использованием зарубежных решений и услуг. Тем более что поддержка западных вендоров становится дорогой, да и само зарубежное оборудование и ПО — менее доступными. Российские поставщики, очевидно, готовятся к усилению активности. Георгий Мегрелишвили говорит, что с начала 2015 года в сервисном портфеле компании появилась «Дорожная карта импортозамещения» — услуга аудита, ориентированная на клиентов, находящихся в поиске альтернатив импортному оборудованию и ПО.

### Малые дела

Чего все еще не хватает российскому рынку аутсорсинга, так это крупных комплексных проектов — например, по передаче на аутсорсинг всей IT-инфраструктуры. «Выигрышная стратегия для аутсорсера — быть бизнес-партнером, помогать клиенту в долгосрочном развитии бизнеса, а не только в обслуживании текущих потребностей», — формулирует общие и выражаемые уже на протяже-

нии многих лет чаяния рынка Георгий Мегрелишвили.

Пока же на рынке доминирует мульти-аутсорсинг — подход, при котором заказчик сотрудничает с несколькими подрядчиками либо передает на аутсорсинг отдельные функции или задачи, сохраняя за собой поддержку основных функций, поясняют в компании «Сервионика». Принято считать, что таким образом минимизируются риски. Однако минусом мультиаутсорсинга остаются достаточно высокие затраты заказчика на администрирование: контроль работы разных исполнителей, организация взаимодействия подрядчиков, документооборот. Собственно, тут и замыкается круг взаимного недовольства заказчиков и поставщиков, годами накапливавшегося на российском рынке. При таком подходе экономии от аутсорсинга очень сложно ощутить.

В «Сервионике» считают, что преодолеть ситуацию позволит подход «одного окна», когда заказчик получает максимум услуг от одного поставщика. Тогда можно будет выстраивать долгосрочные отношения, ориентированные на полную сервисную поддержку заказчика. Однако от аутсорсера такой подход потребует серьезных инвестиций в подготовку персонала и материальной базы, а также в управление качеством всего комплекса предоставляемых услуг.

### Нежелательные помехи

Конечно, кризисный период и нестабильность рынка не самые благоприятные факторы роста. Заказчики сокращают бюджеты и часто откладывают запланированные проекты, хотя сегодняшняя риторика импортозамещения и становится новым драйвером для аутсорсинга.

В числе «старых» факторов, препятствующих продвижению IT-аутсорсинга в России, Сергей Соловьев называет негативный опыт использования компаниями внешних услуг — зачастую в форме аутстаффинга. Кроме того, он говорит о роли человеческого фактора: «Генеральные директора (СЕО) часто стремятся все управление держать у себя в кулаке, косвенно препятствуя развитию аутсорсинга в компании, хотя именно СЕО, ответственные за повышение эффективности бизнеса, и являются основными заказчиками и проводниками аутсорсинга в западных компаниях».

Российский менталитет к аутсорсингу привыкает медленно, считают большинство поставщиков. «Кто-то хочет получить все преимущества аутсорсинга уже через месяц, но в большом проекте на достижение всех заявленных целей требуется время, — поясняет Александр Файнбойм. — Для того чтобы все задачи встали на поток, а основные процессы наладились, может потребоваться от полугода до года. К тому же IT-аутсорсинг не может быть шаблонной услугой, он требует гибкости и индивидуального подхода как с позиции перечня сервисов, так и их параметров».

Российский рынок, кажется, уже перерастает «проблемы детства», однако для нового рывка ему все еще не хватает наглядности — крупных проектов, на которых можно было бы продемонстрировать, как именно IT-аутсорсинг работает и в чем его эффективность, и, главное, публичных. Пока что большая часть из них остается для потенциальных заказчиков в серой зоне.