

15 мая 2015

ИТ-расходы ритейлеров сократились почти на треть

Ежегодное исследование CNews Analytics «ИТ в ритейле» свидетельствует в этом году о падении оборота розничной торговли и сокращении ИТ-бюджетов ритейлеров в среднем на 30%. О том, какие задачи в области ИТ будут решать ритейлеры в наступившем году рассуждают аналитики издания и эксперты рынка, среди которых Геннадий Тарантасов, руководитель направления «Ритейл» ГК «КОРУС Консалтинг».

Начавшийся в 2014 г. очередной экономический кризис неизбежно привел к сокращению ИТ-бюджетов ритейлеров. Меньше всех пострадал продуктовый ритейл, где сокращение составило 5–10%, больше всех – сегменты, ориентированные на продажу импортных товаров – здесь этот показатель достигает 50–60%. Основная задача ИТ в сложившихся условиях – обеспечить поддержку основных бизнес-процессов торговой сети с минимальными затратами.

По данным Росстата, оборот розничной торговли в РФ в 2014 г. в сопоставимых ценах вырос на 2,5% по сравнению с 2013 г. и составил 26,12 трлн. Однако причиной роста оборота явился не рост покупательной способности населения, а высокий уровень инфляции, которая, по данным того же Росстата, по итогам 2014 г. составила 11,4%.



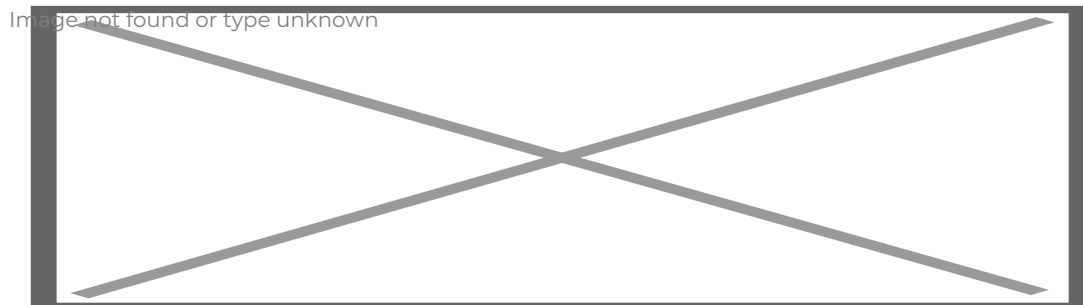
В феврале 2015 г. оборот розничной торговли снизился на 7,7% по сравнению с аналогичным периодом 2014 г. и на 4% по сравнению с январем 2015 г. и составил 2,024 трлн. В целом по итогам первых 2 месяцев 2015 г. этот показатель сократился на 6,1% по сравнению с январем-февралем 2014 г. и достиг 4,078 трлн. Вместе с падением оборота снизились и инвестиции в основной капитал - на 6,3% в январе и на 6,5% в феврале 2015 г. по сравнению с аналогичными периодами 2014 г.

ИТ-расходы розничной торговли

Падение оборота российских розничных предприятий неизбежно привело к сокращению расходов на ИТ. «Если в начале 2014 г. ритейлеры планировали масштабные ИТ-проекты, то во втором полугодии многие инициативы были приостановлены или отложены,— говорит Сергей Осипов, директор по специальным проектам MAYKOR-GMCS. —На наш взгляд, эти процессы были вызваны в большей степени психологическими причинами: рост курсов иностранных валют, слухи о возможных запретах в области технологий, излишне пессимистические экономические прогнозы». Тем не менее, по его словам, единства в действиях ритейлеров не наблюдалось — кто-то поспешил заморозить почти все начинания в области ИТ, а кто-то, наоборот, стал прорабатывать ИТ-проекты для поддержки критически важных бизнес-задач.

«Расходы на ИТ сократились, но назвать точный процент сложно—это зависело от конкретной компании,—согласен Артак Оганесян, заместитель генерального директора EPAM Systems по развитию бизнеса.—Кто-то уменьшил на 5-10%, а кто-то и на все 50%. При этом сокращения в первую очередь коснулись инвестиционных проектов, поддержка операционной

деятельности осталась почти на прежнем уровне».



«Наши заказчики, работающие в сегменте продуктового ритейла, в целом, незначительно корректируют ИТ-бюджеты в пределах 5-10%. Более того, некоторые компании из этого сегмента наоборот сейчас начинают новые проекты по внедрению корпоративных информационных систем, в том числе, ожидая получить более привлекательные условия от партнеров-интеграторов по отношению к ситуации 2013-2014 гг.,—

продолжает Геннадий Тарantasов, руководитель направления «Ритейл» «КОРУС Консалтинг». — Что касается таких сегментов, как электроника, одежда и других, завязанных на импорт направлений, то там мы видим значительные сокращения ИТ-расходов —по моей оценке до 60% и отказ от всех новых проектов».

«Плановые расходы в бюджете 2015 г. на ИТ-услуги и программное обеспечение в конце прошлого года были сокращены ритейлерами на 10-20 %, а весной после подведения итогов года многими было проведено повторное секвестрование статей ИТ-бюджетов, что уменьшило финансирование еще примерно на 10 %, — приводит свои оценки Елена Старынина, бизнес-аналитик направления «Торговые сети», группа компаний Custis. — Даже в уже утвержденные ИТ-бюджеты продолжают

вносятся корректировки, связанные с необходимостью дополнительного обоснования экономической и бизнес-значимости ИТ-расходов. Поэтому фактически уменьшение бюджета все еще продолжается».

Как обеспечить рост прибыли

Кризис 2014-15 г. не стал неожиданностью. Большинство работающих на российском рынке компаний еще хорошо помнит события 2008-09 гг. и поэтому расценивает сложившуюся сегодня ситуацию не как катастрофу, а как стимул для модернизации и повышения эффективности своего бизнеса. И, конечно, важная роль в этом процессе отводится информационным технологиям. По сути, сегодня ИТ-подразделения ритейлеров продолжают решать все стоящие перед ними задачи, но только со значительно меньшими затратами.

«Несмотря на экономические трудности, задачи ИТ остались прежние: обеспечение бесперебойной работы бизнеса, повышение эффективности бизнес-процессов, оперативное предоставление менеджменту компании аналитических данных, инструментов для их обработки и принятия управленческих решений. Разве что сократились потребности ИТ, связанные с долгосрочными стратегическими проектами развития: некоторые (но далеко не все!) ритейлеры «заморозили» или отложили подобные проекты, — комментирует Александр Заржецкий, руководитель дирекции реализации интеграционных проектов «ІС-Рарус». — Скорее, можно говорить о том, что сейчас ритейлеры вынуждены решать ИТ-задачи в условиях заметного снижения возможностей. Прежде всего, речь идет, конечно, о финансовых возможностях: ИТ-бюджеты пересматриваются в сторону сокращения, в

некоторых компаниях уже по второму-третьему разу. Экономия средств приводит и к другим ресурсным ограничениям – временным, человеческим, инфраструктурным».

Основная задача, стоящая сегодня перед бизнесом, — повышение эффективности, то есть рост прибыли и сокращение затрат. Рост прибыли может быть обеспечен путем привлечения новых и удержания старых клиентов, а также увеличения суммы их покупок. Для этого существует целый ряд маркетинговых программ, таких как начисление бонусов, организация распродаж, индивидуальные предложения на основе анализа предпочтений и многое другое. Эффективность подобных мероприятий необходимо прогнозировать, а затем тщательно анализировать полученные результаты. Понятно, что без соответствующих ИТ-инструментов, здесь не обойтись.

«Востребованы решения в области привлечения клиентов, которые позволяют в любое время и в любом месте предложить покупателю нужный ему товар или услугу, а также донести информацию о новых товарах, акциях, скидках и т.п. Решения, направленные на увеличение эффективности взаимодействия с покупателем, пользуются высоким спросом, конкуренция на данном рынке стремительно увеличивается», — **комментирует Геннадий**

Тарантасов.

Кроме маркетинговых программ, привлечению и удержанию клиентов способствует развитие омни-канального ритейла. На место существовавшим ранее самостоятельным интернет-магазинам, основным преимуществом которых был удобный поиск любого товара по самой низкой цене, приходят интернет-представительства крупных торговых сетей. Именно здесь

покупатель часто начинает свое общение с ритейлером, оценивая не только стоимость товара, но и качество предлагаемых дополнительных сервисов – скорости реагирования на его запрос, доставки, возможность при необходимости «пощупать» товар в торговом зале, отремонтировать его в течение гарантийного и пост-гарантийного срока и многого другого.

С точки зрения ИТ это означает, что торговые предприятия проявляют все больший интерес к дата-центрам и большим данным, аналитическим инструментам и инструментам управления логистикой, а также стремятся обеспечить высокое качество и стабильность их работы. «На мой взгляд выделяются три блока приоритетных задач – это электронная коммерция и оптимизация логистики, а также внедрение аналитических систем BI и Big Data для различных задач, связанных с оперативным мониторингом текущей ситуации и прогнозами по ее развитию (например, планирование изменений в ассортименте)», — говорит Артак Оганесян.

ИТ и снижение затрат

Рост прибыли — это только одна сторона медали под названием «Повышение эффективности бизнеса». Другой необходимой составляющей этого процесса является снижение затрат. И одним из способов достижения этой цели является перевод Capex в Opex, что применительно к ИТ означает получение всех необходимых ресурсов как сервиса. Кроме того, в сложившейся ситуации бизнес готов идти только на те затраты, которые окупятся в ближайшее время. То есть внедрение новых решений должно быть экономически обоснованным.

«В 2014 году среди наших заказчиков были особенно востребованы решения, которые напрямую влияют на прибыль компании и довольно быстро окупаются. В частности системы борьбы с мошенничеством (anti-fraud), BI-решения различного рода и облачные IaaS-сервисы, в том числе обеспечивающие работу основных учетных систем компаний, — рассказывает Геннадий Махов, директор по развитию бизнеса в индустрии торговли и страхования «Инфосистемы Джет». — Традиционно пользовались популярностью услуги техподдержки и аутсорсинга, позволяющие заказчикам увеличить эффективность ИТ-обслуживания».

Так, в 2014 г. «М.Видео» и «Инфосистемы Джет» развернули рабочие места пользователей по технологии VDI: в дата-центре построена виртуальная отказоустойчивая ИТ-инфраструктура, для подключения к рабочим станциям VDI на местах сотрудников установлены так называемые нулевые клиенты (предназначены исключительно для удаленного подключения к инфраструктуре виртуальных рабочих станций по протоколу PCoIP), данные с ПК пользователей мигрированы в хранилище данных. Также «Инфосистемы Джет» построила модульную виртуализованную ИТ-инфраструктуру для работы новой программной платформы интернет-магазина «М.Видео».

Рост курса доллара заставил ритейлеров задуматься об [импортозамещении](#) — ведь и раньше недешевые системы от западных производителей для многих стали и вовсе не по карману. Благо дело, найти им замену у отечественных разработчиков сегодня не проблема. Например, в 2014 «1С:Рарус» внедрила программу «1С:Розница 8» в компании «Спорт ритейл». Мониторинг движения денежных средств и отчеты о прибыли легли в основу системы управления бизнес-процессами компании. Рабочее место кассира

позволяет сотруднику просмотреть складские остатки, подобрать сопутствующие товары, найти аналоги для отсутствующих позиций.

«Если стратегия компании — удержание текущих клиентов и повышение «среднего чека», то полезными станут продукты, позволяющие запустить эффективную систему поддержания лояльности — бонусную или дисконтную. Внедрение такой системы на базе «1С-Рарус:Бонусный сервис» не займет много времени и не потребует значительных вложений, а эффект может быть получен достаточно быстро,— советует Александр Заржецкий. — Те, кто выбрал стратегию сокращения транзакционных издержек, могут обратить внимание на автоматизацию документооборота. Внедрение системы электронного документооборота не требует сверхбюджетов и позволяет снизить затраты по сравнению с бумажным делопроизводством в 1,5–2 раза. Я привел только два примера, но решений гораздо больше».

Кризис стимулирует бизнес к оптимизации тех ресурсов, на которые в более спокойные времена, возможно, никто не обратил бы внимания. Речь идет о передаче на [аутсорсинг](#) услуг печати, оптимизации услуг связи. Еще один из способов сокращения затрат — повышение качества управления персоналом, снижение уровня текучести и рост эффективности оплаты труда. Соответствующие HR-системы позволяют также создать эффективную и понятную сотрудникам систему нематериальной мотивации, стимулирующую повышение производительности труда. Подобные решения также необходимы крупным торговым компаниям, в штате которых имеется много выездных специалистов. Внедрение автоматизированных систем контроля их работы и получения оперативной отчетности способны существенно повысить эффективность работы.

Снизить издержки могут помочь даже, на первый взгляд, незначительные преобразования, которые в масштабах крупного торгового предприятия способны принести весомую выгоду. Например, отказ от печати рекламной продукции и каталогов в пользу их электронной версии для мобильных устройств. Внедрение технологий электронного обучения торгового персонала вместо традиционных очных занятий. Отказ от бумажных ценников и, соответственно, расходов на их печать, размещение в торговом зале и постоянный ручной контроль правильности, в пользу электронных.

Опрошенные CNews эксперты единодушны — вариантов оптимизации бизнеса ритейлеров даже в такой сложной экономической ситуации достаточно много, и российские ИТ-компании способны предложить всем желающим различные способы решения стоящих перед ними ИТ-задач с учетом их финансовых возможностей.

Материал опубликован в журнале CNews

