

14 декабря 2016

# Рынок Business Intelligence в России — 2016

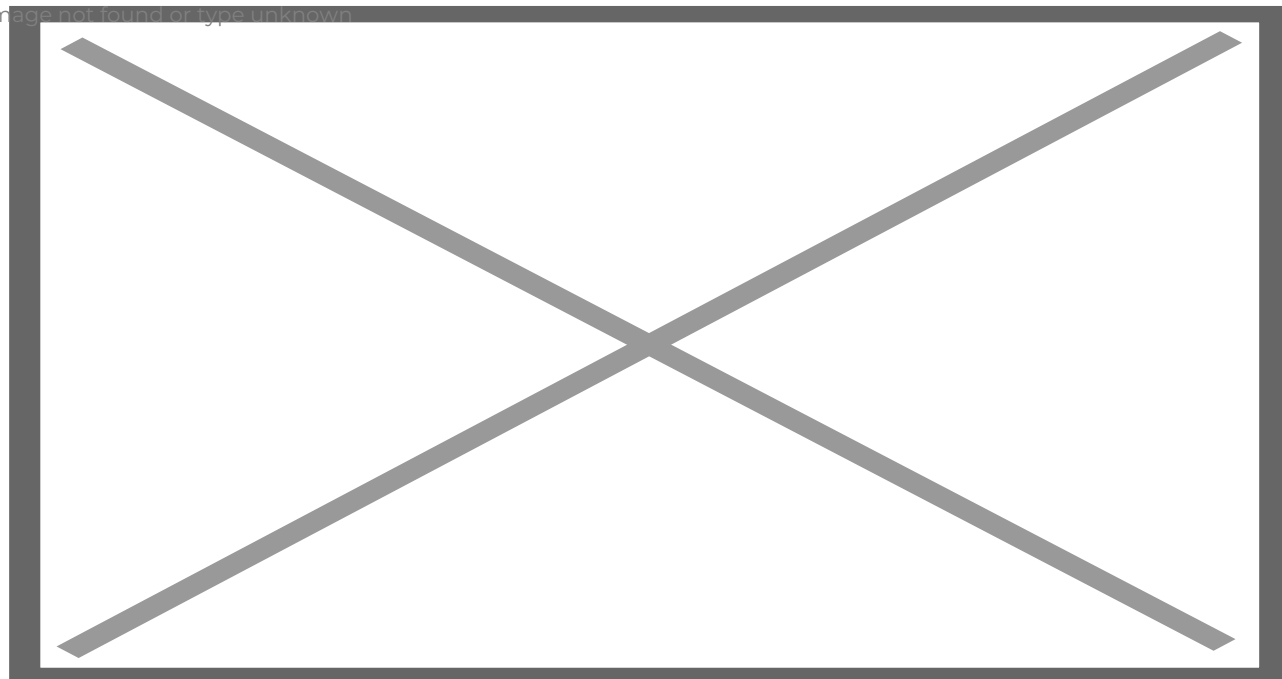
Российский рынок BI продолжает расти. Основными потребителями подобных решений по-прежнему остаются высококонкурентные отрасли – ритейл, телеком, банки, производство. В основном это проекты, реализованные с использованием программных продуктов западных вендоров, однако роль отечественных решений постепенно увеличивается.

## Состояние рынка

По оценкам TAdviser, объем российского рынка BI-систем в 2015 году, включая услуги по внедрению и поддержке, увеличился на 5% и достиг 45,9 млрд рублей.



Image not found or type unknown



Рынок продолжает расти вслед за ростом количества различных информационных систем, которые используют заказчики, и объема данных, обрабатываемых в этих системах. Постепенное накопление данных является драйвером спроса на BI-инструменты.

Так, по мнению Павла Адылина, исполнительного директора Artezio (входит в группу компаний ЛАНИТ), сейчас бизнес активно использует CRM и eCommerce-решения, и желание проанализировать данные, выявить зависимости и тренды вполне обосновано.

Евгений Смирнов, заместитель генерального директора Navicon, замечает, что с ростом объема данных, в том числе неструктурированных, появляется интерес к математическим и алгоритмическим методам их обработки. В тоже время стоимость новых технологий, датчиков и ИТ-мощностей стремительно снижается во всем мире, появляется возможность использования облачных

технологий для обработки данных. «Аналитика становится одним из факторов конкурентоспособности», - уверен эксперт.

Роман Баранов, руководитель направления бизнес-аналитики и хранилищ данных компании «Крок», уверен, что российский рынок BI сегодня можно назвать перспективным:

*«Дело в том, что аналитика – это один из самых действенных инструментов, позволяющих увеличить эффективность компании. А это задача №1 в наших экономических условиях.»*

## **Динамика рынка**

Что касается динамики рынка, то большинство его участников говорит о движении вверх на уровне 5-10%.

К примеру, Юрий Востриков, заместитель коммерческого директора «Норбит», полагает, что последние годы российский рынок BI-решений показывает стабильный рост в пределах 10% год к году, если смотреть на него с точки зрения рублевой выручки игроков.

*«Конкретно «Норбит» в 2015 году активно инвестировал в развитие нашего нового BI-направления на платформе Qlik, что позволило нам вырасти в нем более чем на 70% за 2015 год. Если говорить в целом о рынке, тут мы согласимся с остальными экспертами, что в рублевом эквиваленте рынок вырос примерно на 10% и 2016 году мы ожидаем такой же динамики,» - отметил Востриков.*

Роман Баранов из «Крок», также считает, что несмотря на негативное влияние экономических процессов, рынок BI растет в денежном выражении.

*«Мы это отчетливо видим и у себя в «Крок». Так, например, за 2015 год в этом сегменте мы заработали на 16% больше, чем в 2014. По итогам 2016 года мы ожидаем, что динамика роста будет не меньшей,» - говорит он.*

По мнению Павла Адылина, исполнительного директора Artezio, темпы прироста российского рынка BI колеблется в пределах 5% в рублевом выражении, что связано с сокращением ИТ-бюджетов. При этом до начала экономического кризиса прирост, по его данным, достигал 20%.

### **По оценке Андрея Байбутова, директора по развитию бизнеса**

**департамента BI ГК «Корус Консалтинг»,** объем затрат на системы бизнес-аналитики в 2016 году будет больше, чем в 2015, что связано с окончательным принятием компаниями новой реальности, где доллара по 30 рублей уже не будет.

*«Теперь собственники и руководители думают, как работать в этом новом мире. При этом, относительно 2014 года объемы BI-рынка 2015 были схожи. Основное различие: раньше упор был на западные платформы, а сейчас он сместился в сторону отечественных и open-source продуктов,» - считает Байбутов.*

Евгений Смирнов из Navicon, отмечает, что российский рынок BI все еще не так насыщен, как, к примеру, рынок ERP, поэтому он будет расти, оснащаться и новыми техническими решениями, и новыми подходами к реализации и

внедрению этих решений.

В целом же, по его мнению, показатели будут ниже, чем запланированные IDC 8% роста мирового рынка BI. «На мой взгляд, в России наметится тенденция к росту рынка в 4-5% на ближайшие несколько лет», - считает представитель Navicon.

Константин Черноусов, заместитель генерального директора компании Vesolv, предполагает, что выручка топ-10 компаний в области BI будет на уровне 9,9 млрд рублей.

*«Поскольку ситуация такова, что весь ИТ-рынок стагнирует и его показатели снижаются, при этом спрос на BI-решения в данных условиях остается высоким, динамика рынка BI в 2015 и 2016 должна быть идентичной,»* говорит Черноусов.

В AT Consulting отмечают, что несмотря на кризис, российский рынок BI в целом позитивен. По итогам 2015 года компания оценивает его в 10–12 млрд рублей. Такие цифры, в частности, в интервью TAdviser приводит Андрей Нугманов, партнер AT Consulting, директор блока BI.

В тоже время ряд компаний говорит о стагнации или медленном падении рынка традиционной аналитики.

Так, по мнению Владимира Сизых, директора по маркетингу РДТЕХ, первичное насыщение произошло достаточно давно, и сейчас в этой нише в основном встречаются проекты по развитию / миграции (внутри платформ с версии на версию, реже – между платформами). При этом, по его словам,

ключевые вендоры предлагают свои облачные BI-сервисы, однако массового исхода большой аналитики в облака все еще не отмечено. Причиной тому является необходимость выгрузки большого объема частных данных для анализа куда-то «наружу».

О том, что общая стагнация рынка сказывается и на динамике развития сегмента бизнес-аналитики, говорит и Евгений Курилович, директор отделения аналитических технологий компании «Форс».

*«Многие проекты, над которыми мы работали раньше, теперь «заморожены». Чтобы решиться на модернизацию или, тем более, на создание современного хранилища данных, и выделить средства на приобретение дорогостоящих лицензий, нужна очень сильная мотивация в виде поиска новых возможностей для развития, острой конкуренции, потребности в дополнительных рычагах управления и пр. И такая мотивация есть только у весьма ограниченного круга клиентов – крупных банков, ритейлеров, телекоммуникационных операторов и некоторых предприятий реального сектора экономики. Там, как правило, классические BI-системы уже внедрены, и растет интерес к новым возможностям, которые открывают технологии Больших данных,» - говорит эксперт.*

В целом за последние два года рынок сильно изменился. По мнению, Андрея Нугманова из AT Consulting, сейчас недостаточно быть просто партнером, предоставляющим качественные сервисы по разумной цене, – рынок требует большего.

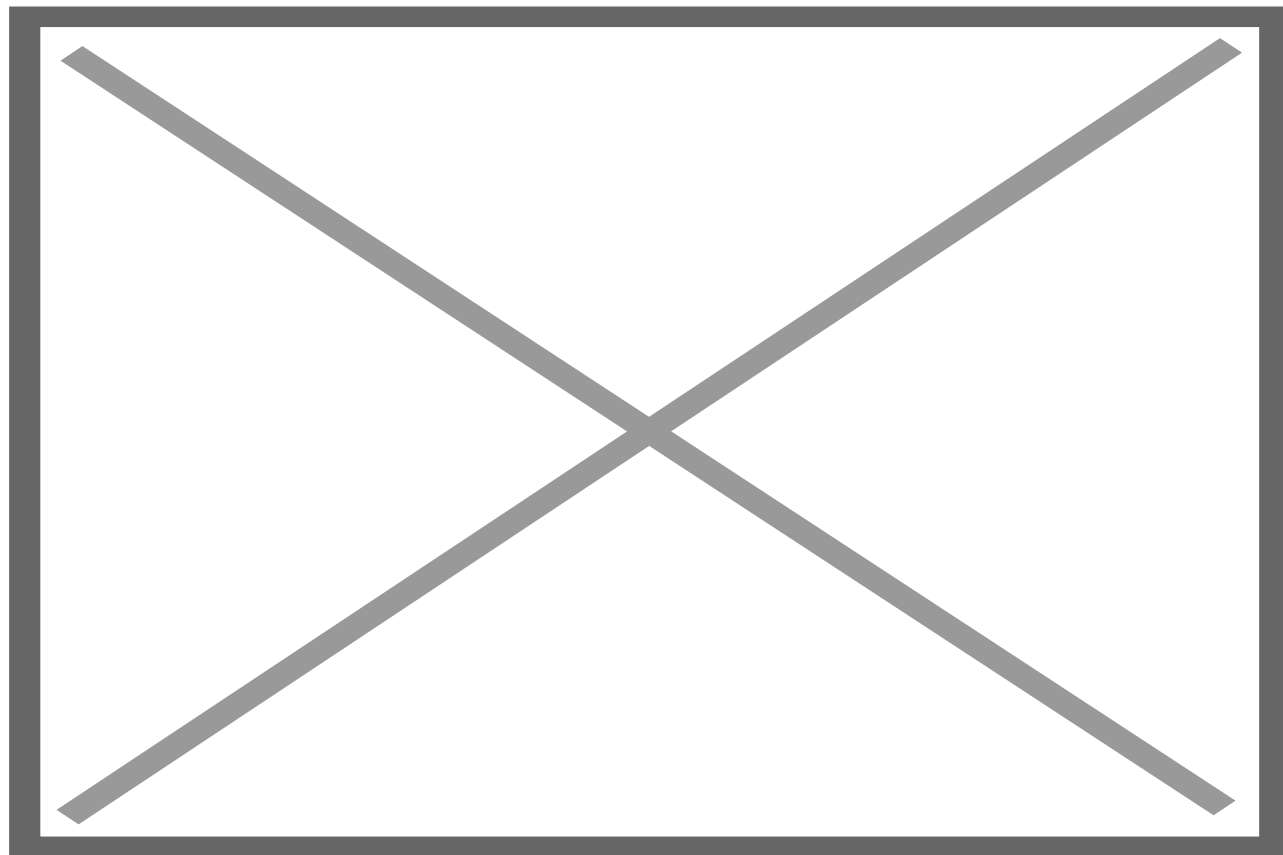
*« Нужно садиться в одну лодку с клиентом, брать весло и грести, совместно принимая имеющиеся вызовы. Если ты не заполняешь все свободные ниши, если не проявляешь гибкость, то тебе находят замену. Твердость в достижении цели и гибкость в выборе формата взаимодействия – текущая парадигма успеха,» - уверен Нугманов.*

## **Выручка участников рынка**

По итогам 2015 года лидером российского рынка ВІ остается компания "Прогноз". Однако её выручка за год упала сразу на 22%. Компания находится в очень сложном положении. В частности, в течение 2016 года сообщалось о массовом уходе сотрудников, задержках зарплаты, возможном банкротстве. По состоянию на декабрь 2016 года к "Прогнозу" подано множество исков о взыскании задолженностей. Самый крупный - от Росбанка - почти на 274 млн рублей.

В число крупнейших участников отечественного ВІ-рынка также входят компании AT Consulting, "Глоубайт Консалтинг" и "Крок".

Наибольшая динамика выручки по итогам 2015 года наблюдалась у Maykor-GMCS - +95,7%.



## Драйверы и барьеры российского рынка VI

### Драйверы

Одним из основных драйверов российского рынка VI, как ни странно, является сложная экономическая ситуация. В кризисный период руководству компаний как никогда важно получать точную и объективную информацию о состоянии их бизнеса, причем получать ее быстро. Об этом, в частности, говорит Иван Вахмянин, генеральный директор компании Visiology.

Другим важным драйвером, о котором рассказывают многие участники рынка, является накопление компаниями большого объема данных. В этом случае у бизнес-игроков появляется желание получить из них добавленную

стоимость или дополнительную ценность.

Ряд экспертов в числе движущих сил рынка видят развитие сценариев Big Data+IoT. Так, в производственном секторе накапливая и анализируя данные, получаемые в процессе обходов или от установленных на оборудовании датчиков, предприятия могут минимизировать затраты на обслуживание, прогнозировать возникновение неполадок и осуществлять так называемые предиктивные ремонты. В ритейле сценарий Big Data+IoT может использоваться для управления холодильным оборудованием и оптимизации торговых площадей.

Однако, Мария Венедиктова, вице-президент Maykor-GMCS, напоминает, что важно уметь «приземлить» тренды на практическую поверхность. Поэтому её компания поддерживает диалог с заказчиками и партнерами для поиска возможных сценариев использования «Интернета вещей» и анализа данных, а также ведет собственные научно-исследовательские разработки.

*«Например, для энергетической отрасли мы разработали модель аналитического решения, в основе которого лежат технологии анализа больших данных и машинного обучения. Решение позволяет предсказывать источники нетехнических (коммерческих) потерь, а если говорить простым языком – фактов мошенничества, – с точностью до дома, гарантировать исполнимость мероприятий по выявлению и устранению источников потерь в условиях ограниченности ресурсов,» - рассказывает вице-президент Maykor-GMCS.*



Андрей Тиунов, генеральный директор компании «БиАй Партнер» (ГК «Ай-Теко»), одним из драйверов рынка называет технологическое развитие BI-систем.

По его словам, людям нравятся новации, но и отказываться от устоявшихся решений они не могут: «Кто-то покупает электромобили, но это не повод отказаться от авто с двигателем внутреннего сгорания».

В России, отмечает он, немало компаний, в недавнем времени внедривших решения на «in-memory» аналитике и при этом активно продолжающих развивать традиционные решения. Фактически это означает, что они готовы тратить больше денег на BI, считает Тиунов.

Константин Черноусов, заместитель генерального директора компании Vesolv, полагает, что основными драйверами российского рынка BI является потребность управленцев быстрее принимать решения и анализировать большой объем информации. Кроме того, в числе движущих факторов рынка он видит снижение стоимости внедрения и сопровождения BI-решений.

Юрий Востриков, заместитель коммерческого директора «Норбит», помимо увеличения количества систем и данных в крупном бизнесе, а также роста интереса к BI со стороны среднего бизнеса, в числе драйверов рынка называет повышение конкуренции. Этот процесс, особенно в период кризиса, стимулирует бизнес оперативнее и качественнее работать с данными в поисках новых закономерностей и новых предложений для клиентов, выявления не эффективных зон.

Евгений Курилович, директор отделения аналитических технологий компании «Форс», движущей силой рынка называет цифровизацию экономики и всей общественной жизни.

*«Чем активнее будет наступать цифровой мир, чем больше будет появляться данных, тем шире будут открываться возможности по их использованию в самых разных сферах,» - уверен он.*

Роман Баранов, руководитель направления бизнес-аналитики и хранилищ данных компании «Крок», считает, что развитию рынка BI в большей степени помог не масштабный и многомиллионный маркетинг зарубежных вендоров, а угроза террористических атак, безумие Pokemon GO и всего лишь одно высказывание руководителя крупного банка о том, что большие данные действительно работают, а Data Mining помог заработать конкретную сумму денег.

**Андрей Байбутов, директор по развитию бизнеса департамента BI ГК «КОРУС Консалтинг»**, в качестве серьезного драйвера для рынка отечественных продуктов называет процесс импортозамещения, оговариваясь при этом, что для рынка в целом - это и драйвер, и барьер.

*«Кроме данного фактора можно отметить сохранившееся с прежних лет желание компаний сократить лишние расходы. Оборудование с каждым годом становится все более производительным, поэтому заказчики могут позволить себе тратить меньше денег на аппаратное обеспечение и инвестировать оставшиеся бюджеты непосредственно в аналитику, чтобы с ее помощью увеличить объемы собственной прибыли,» - добавляет*

## **Байбутов.**

Евгений Смирнов, заместитель генерального директора Navicon, также говорит о влиянии на популярность BI развития мощностей компьютеров, однако, упоминает этот процесс с несколько другой стороны. По его словам, некоторые методы data science и машинного обучения были известны чуть ли не 50-70 лет назад, но в то время не было достаточных мощностей для их разработки и применения. Сегодня же доступны аналитические решения, которые требуют минимальных затрат на техническое оснащение и последующее сопровождение: к примеру, облачные решения.

*«Чтобы решить какую-то сложную задачу, которая требует наличия тысячи процессоров, можно арендовать мощности в облаке, а затем их свернуть (как следствие - 86% рабочей нагрузки на ИТ будет распределено на облачные центры данных к 2019 году, по прогнозу Cisco). При этом на облачных платформах можно обрабатывать и хранить не только внутрикорпоративные данные, но и информацию из внешних источников. Сервисы могут работать с различными источниками данных, от корпоративных информационных систем до датчиков IoT и метрик социальных сетей,» - рассказывает Смирнов.*

Владимир Сизых, директор по маркетингу РДТЕХ, также говорит об облаках, однако, с одной стороны он называет их главным драйвером рынка BI, с другой же - барьером номер один.

Положительный эффект от них - экономия на капитальных вложениях, а отрицательный, который сдерживает развитие рынка – это конфиденциальность данных.

*«Компании всё плотнее присматриваются к облакам. Но несовершенство законодательной базы и недоверие к внешним хранилищам тормозит развитие,» - отмечает Сизых.*

## **Барьеры**

Некоторые барьеры, препятствующие развитию рынка бизнес-аналитики остаются неизменными уже на протяжении многих лет. Ряд заказчиков не хочет понимать для чего необходимо внедрение таких решений и отказывается принимать современные технологии в целом.

*«Многие руководители до сих пор при решении управленческих задач по привычке пользуются экселем и даже не задумываются о том, как аналитика способна изменить их бизнес», - рассказывает Роман Баранов из компании «Крок».*

Другое препятствие рынка – непригодность данных для аналитики.

*«Основным барьером для хорошего внедрения BI во многих организациях, даже крупных, является низкий уровень зрелости процессов управления данными в целом. Бывают ситуации, когда накопленные данные оказываются совершенно непригодными для аналитики из-за проблем с достоверностью, чистотой и документированностью,» - говорит Иван*

*Вахмянин, гендиректор Visiology.*

Юрий Востриков из «Норбит», также отмечает, что компания в своей практике часто встречается ситуации, когда возникает серьезная проблема с данными в текущих системах заказчика. Они не структурированы, не консистентны, хранятся в справочниках с нарушенной иерархией и т.д.

Важно понимать, что BI – это витрина данных из множества источников и если сами данные не корректны, то и выводы, которые по ним будут строиться также будут не верны.

*«К нам приходило множество заказчиков с неуспешным опытом внедрения BI (по их мнению) и, как следствие, негативом в целом по отношению к аналитическим платформам. Разобравшись в ситуации мы аккуратно и политкорректно объясняли, что проблема не в том, что BI-решения бесполезны, а в том, что с плохими и не структурированными данными в остальных системах эти решения не помогут. Необходимо либо разобраться с «информационной кашей», либо придумывать work-around в каждом конкретном проекте, цель которого – получение в BI очищенных, корректных и структурированных данных,» - рассказывает Юрий Востриков.*

Аналогичного мнения придерживается и Евгений Смирнов, заместитель генерального директора Navicon. Именно неадекватная оценка качества исходных данных, по его мнению, является одной из причин неудачи BI проектов.

*«Данные низкого качества, априори разнородные и хранящиеся в разнородных источниках, невозможно консолидировать: это так же абсурдно, как сравнение теплого с красным,» - уверен он.*

Среди других барьеров рынка Евгений Смирнов называет неадекватные оценки стоимости проектов и безопасность.

*«Например, ранее полностью изолированные от внешнего мира предприятия сейчас должны обмениваться данными, получать и обрабатывать данные со своих географически удаленных объектов. Безусловно, этот процесс несет дополнительные риски и угрозы,» - полагает он.*

Павел Адылин, исполнительный директор Artezio, считает, что основной барьер при внедрении BI-инструментов – это отсутствие четко поставленной цели. В таких условиях BI-система становится всего лишь витриной невостребованных данных. А когда характеристики деятельности выявлены, BI-инструмент – эффективное средство управления.

*Чтобы обезопасить себя (это особенно актуально для среднего и малого бизнеса), требуется не принимать решения самостоятельно, а обратиться к компаниям, которые занимаются ИТ и бизнес-анализом в требуемой области, и провести аудит процессов и ИТ-инфраструктуры до внедрения BI-системы,» - считает представитель Artezio.*

«Владимир Сизых из РДТЕХ, полагает, что вторым барьером (первым он называет облака) является отсутствие идей.

*«Да-да, именно идей. Хранить данные все научились. Анализировать их путем применения технологий BI – это тоже все делают. А вот применить новые технологии Data Science и BigData – не могут. Причем не могут как сами владельцы хранилищ в силу слабого знания технологий, так и интеграторы-внедренцы в силу слабого понимания потребности бизнеса,» - считает он.*

По мнению Константина Черноусова, заместителя генерального директора Vesolv, тормозит развитие рынка BI консерватизм компаний, отсутствие стимулирования со стороны государства вывода российских продуктов на внешние рынки и отсутствие государственных и отраслевых стандартов по требованиям к аналитическим системам. Последний фактор, по его мнению, позволил бы поддерживать здоровую конкуренцию на рынке между крупными, средними и малыми компаниями, тем самым стимулируя планомерное развитие серьезных BI-решений.

Евгений Курилович, директор отделения аналитических технологий компании «Форс», отмечает, что политика государства по ограничению использования зарубежных продуктов enterprise-уровня с широкими функциональными возможностями является барьером для решения сложных аналитических задач в государственных учреждениях. Однако в долгосрочной перспективе при условии серьезных инвестиций, налоговых преференций и зрелого спроса могут появиться и полноценные

отечественные аналоги, полагает он.

## **Задачи, решаемые современными BI-системами**

Спектр задач, решаемых современными BI-системами, достаточно широк, при этом объем данных, которые требуется анализировать, растет быстрыми темпами.

*«Компании приходят к нам с самыми разными задачами - для одних важно обеспечить визуализацию данных, настроить информационные панели и дашборды, другие хотят отслеживать эффективность KPI подразделений, сотрудников. Есть запросы на кадровую аналитику, анализ эффективности маркетинговой деятельности»,» - рассказывает Мария Венедиктова из Maykor-GMCS.*

Андрей Тиунов, генеральный директор компании «БиАй Партнер» (ГК «Ай-Теко»), добавляет, что пользователями, привыкшими к высокоскоростному интернету в кармане и окруженными социальными сетями, сейчас востребованы качественные понятные интерфейсы, «живое» взаимодействие с данными, возможность работать с самой актуальной информацией.

*Задачи при этом только усложняются, а объем подлежащих обработке данных растет в геометрической прогрессии, - уверен Тиунов. - В business intelligence открываются новые грани, появляются новые технологии. К решениям, которые можно считать стандартными, добавляются специализированные, например, для работы с неструктурированными данными или для создания систем визуализации презентационного*

*качества, наполненных мультиками, 3D-анимацией и элементами «геймификации».*

При этом по мнению эксперта, для консалтинга это только плюс, так как все чаще необходима интеграция различных технологий, что приводит к необходимости привлекать специализированные компании.

Юрий Востриков, заместитель коммерческого директора «Норбит», считает, что важной задачей становится консолидация большого массива данных из разных источников, их анализ, выявления трендов и отклонений.

*«Чем быстрее бизнес может выявлять такие «узкие» места или потенциальные точки роста, своевременно реагировать на ситуацию, тем он успешнее. Все больше руководителей это не просто понимают, а начинают совершать реальные действия в данном направлении (работать с BI-инструментами), » - говорит эксперт.*

### **По мнению Андрея Байбутова, директора по развитию бизнеса**

**департамента BI ГК «Корус Консалтинг»,** развитие рынка BI можно разделить на три главных этапа: reporting, когда компании пытаются закрыть потребность по формированию некой регулярной отчетности; analysis, когда специалисты работают с большими массивами данных, пытаются выявить различного рода корреляции, строят тренды и т.д.; и forecasting, когда роль человеческого фактора в принятии важных решений уменьшается, а цели и задачи, будь то закупка товаров по самым выгодным ценам в подходящий момент или прогнозирование открытия новой точки продаж, решаются на

основе прогнозов, которые дает система. Они достаточно объективны, и помогают компании действительно двигаться дальше, развиваться и принимать правильные управленческие решения.

*«Последние годы российский BI-рынок находился в стадии созревания для перехода от ручных способов формирования отчетности к автоматическим, позволяющим с помощью инструментов бизнес-аналитики, делать корректный сбор данных с помощью специализированных инструментов. Сейчас многие компании уже переходят на этап анализа собранной информации, имея выстроенную внутри схему reporting. Они научились анализировать эти данные, благодаря чему они уходят от гигантского набора отчетности к удобным дашбордам (dashboards), позволяющим с верхнего уровня спускаться в самый низ. Благодаря этому система собирает все данные, строит KPI и показатели каждый день. Руководители при этом анализируют только нужную им информацию, а не массивы цифр, которые неудобно и затратно по времени интерпретировать,» - рассказывает Байбутов.*

Тренд тут всегда задавали телеком-операторы, в след за которыми к освоению новых технологий приступали банки и ритейл. Большая часть производственного сегмента в меньшей степени ранее уделяла внимание аналитике и инструментам анализа, однако, им тоже интересны технологии, упрощающие анализ данных их систем-источников.

*Материал опубликован на портале TAdviser, декабрь 2016*

[Подробнее о системах бизнес-анализа в линейке «КОРУС Консалтинг»](#)