

## **Проблемы развития телекоммуникационного аутсорсинга в Российской практике корпоративного рынка**

***Чугунова Галина Владимировна***

*аспирант*

*Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия*

*E-mail: g.chugunova@garstelecom.ru*

На сегодняшний день в мировой практике использование различных схем аутсорсинга позволяет компаниям, оперирующим в разных областях бизнеса, значительно увеличить свою эффективность и повысить конкурентоспособность.

Изучение и применение опыта развитых стран в России уже имеет определенные результаты, однако их анализ показывает, что российская действительность в большинстве случаев диктует свои особенности, которые нельзя не учитывать при внедрении схем аутсорсинга, в том числе и в телекоммуникационной сфере.

Аутсорсинг – вынесение бизнес-функций за пределы компании, передачу их для исполнения другим фирмам. Для потребителя (заказчика услуг аутсорсинга) аутсорсинг имеет очень большое значение, т.к. позволяет:

- фокусироваться на основной деятельности компании, не тратя время и ресурсы на непрофильную деятельность;
- повысить уровень услуг, которые являются для заказчика непрофильными;
- получить доступ к использованию высокопрофессиональных экспертов по производству, бизнесу и технологиям;
- снизить расходы на приобретение оборудования и материалов, которые используются аутсорсерами при оказании услуг аутсорсинга;
- снизить затраты на обучение собственного персонала для выполнения передаваемых аутсорсеру бизнес-операций;
- снизить затраты на аренду помещений и закупку оргтехники.

Для России аутсорсинг телекоммуникаций является сравнительно новой бизнес-моделью, по отношению к которой со стороны российских компаний все еще наблюдается достаточно серьезная настороженность.

Большинство компаний в России зачастую предпочитают производить внутренние разработки самостоятельно, в том числе строить сеть и определять политику взаимодействия между отделами. Но если содержимое периметра сети действительно может быть крайне закрытым, то телекоммуникации все же отделены от внутреннего информационного пространства предприятия, и поэтому их проще отдать на управление подрядчику. И именно телекоммуникации все чаще оказываются той частью бизнес-деятельности, которая доставляет больше неприятностей компаниям. По мере усложнения систем связи, появления все большего количества сервисов – телефония, Интернет, видеоконференции, электронная почта и так далее - все сложнее обеспечить достойное качество обслуживания на каждом из уровней силами ИТ-отдела в компании. Другой аспект, который в значительной степени усложняет систему телекоммуникаций, – наличие разветвленной сети офисов и представительств у крупных организаций. Сегодня многие компании хотят иметь единые сетевые сервисы, охватывающие все представительства, так, чтобы сотрудник чувствовал себя в одной и той же корпоративной сети, независимо, находится он в московском офисе или, к примеру, в хабаровском. Поэтому сотрудники компании постоянно улаживают вопросы взаимодействия с провайдером в Хабаровске, с провайдером в Омске, с провайдером в Санкт-Петербурге и так далее. Из перечисленных выше предпосылок и развивается

потребность в аутсорсинге телекоммуникационных услуг. При активном росте бизнеса продолжать самостоятельное развитие телекоммуникационной инфраструктуры не только сложно, но и дорого.

На основе проведенного компанией Гарс Телеком мониторинга<sup>1</sup> мнений ключевых игроков рынка – ИТ-директоров, руководителей и ведущих сотрудников профильных департаментов и подразделений столичных и региональных компаний, представителей госсектора, а также компаний-провайдеров аутсорсинговых решений в качестве факторов, препятствующих использованию телеком-аутсорсинга, можно выделить следующие: боязнь потери контроля, недоверие к поставщику услуг аутсорсинга, боязнь утечки конфиденциальной информации заказчика, отсутствие истории аутсорсинга, а также результатов достаточного количества успешных аутсорсинговых проектов в России, неширокое и не очень качественное предложение услуг, ментальность (консерватизм компаний), недоработки методологическо-законодательной базы (законодательная база зачастую не соответствует требованиям жизни), незрелость менеджмента.

При этом положительная тенденция, которая прослеживается от первого отчета Gartner на тему готовности России к ИТ-аутсорсингу до последнего исследования «Гарс Телеком», говорит о том, что в России снизилось недоверие к аутсорсерам, появился позитивный опыт на рынке, и уже не так много участников подчеркивают его недостаточность. Специалисты начали с большим оптимизмом смотреть на возможности аутсорсеров. Однако интересным нюансом представляется резкий рост голосов в пользу несовершенства законодательства. То есть внедрение аутсорсинга и, можно сказать, развитие всей ИТ-отрасли тормозится не только и не столько российским менталитетом, но и несовершенной нормативной базой. Этому мнения придерживаются многие участники рынка.

### Литература

1. Кучеренко Ю.В. (2006) Телекоммуникационные рынки в мировой экономике и перспективы их развития в России. Москва «Научная книга», 2006.
2. <http://www.infor-media.ru> (официальный сайт компании *INFOR-MEDIA RUSSIA*, организатора конференции «Аутсорсинг: стратегия эффективного управления и производства» в июне 2006 г.).
3. <http://www.garstelecom.ru> (официальный сайт компании *Гарс Телеком*).

---

<sup>1</sup> Первое исследование было проведено в 2004 году. Оно представляло собой анкетирование делегатов конференции «ИТ-инфраструктура и аутсорсинг: практика построения и управления», состоявшейся в Москве 24-25 ноября 2004 года. В ходе анкетирования собраны ответы 33 делегатов конференции, из которых 21 - представители компаний-заказчиков (CIO, CFO и специалисты ИТ-управлений) и 12 - представители компаний-провайдеров ИТ-аутсорсинга. Второе аналогичное исследование состоялось в марте 2005 года и было приурочено к конференции «Информационные технологии в стратегии развития российских компаний» проведенной Институтом Адама Смита 1-3 марта 2005 года. Подробнее ознакомиться с результатами этих исследований можно на сайте компании «Гарс Телеком», так как все опросы проводились ее аналитическим отделом.