

Три этажа дела и девять этажей планов: как иркутская IT-компания завоевала мир

Иркутская IT-компания ISPsystem – один из мировых лидеров в разработке решений для автоматизации хостинга. Их уникальные продукты используют крупнейшие дата-центры в России и мире. В Казахстане и на Украине, в США и Франции, в Китае и Индии, в Египте и даже Афганистане у ISPsystem есть клиенты. Но в родном городе компанию знают немногие. О прошлом, настоящем и планах на будущее ISPsystem читайте в материале Smartbabr.

Нащупали нишу: от первого заказа до лидерства на рынке

Светлое трехэтажное здание в спальном районе Иркутска. Коричневая дверь под синим козырьком и никаких опознавательных знаков.

– Была мысль сделать вывеску, но потом передумали, – открывая дверь магнитным ключом и проходя через турникет говорит директор по развитию ISPsystem Павел Гуральник. – В Иркутске у нас нет клиентов, поэтому вывеска и не нужна. Разве что соискателям, которые идут на собеседование.

А собеседования здесь проходят часто.

ISPsystem занимается автоматизацией хостинга: создает программное обеспечение для хостинг-провайдеров – компаний, которые предоставляют конечным пользователям интернета ресурсы для размещения информации на сервере. Если коротко, ISPsystem помогает хостинг-провайдерам управлять оборудованием и инфраструктурой.

– Например, продукт для дата-центров позволяет экономить время на обслуживании серверов, – пытается просто объяснить суть работы софта ISPsystem Павел Гуральник. – Дата-центр – это большая шумная и холодная комната, в которой установлено много компьютеров (серверов).

С помощью наших продуктов инженеры дата-центра могут удаленно, не отходя от монитора, устанавливать на сервер программное обеспечение, смотреть, что происходит с электричеством, регулировать систему охлаждения, – в общем, управлять разными аспектами работы дата-центра. Для больших компаний с сотнями и тысячами серверов это очень ценная возможность. Благодаря нашему софту инженеры экономят время на простых операциях, и могут потратить его на более квалифицированные вещи.

История ISPsystem началась в двухтысячных. Выпускник факультета кибернетики иркутского политеха, программист Игорь Чекушкин и несколько его коллег работали на зарубежного заказчика: через систему тикетов (грубо – по электронной почте) занимались техподдержкой клиентов хостинг-провайдера из Европы.

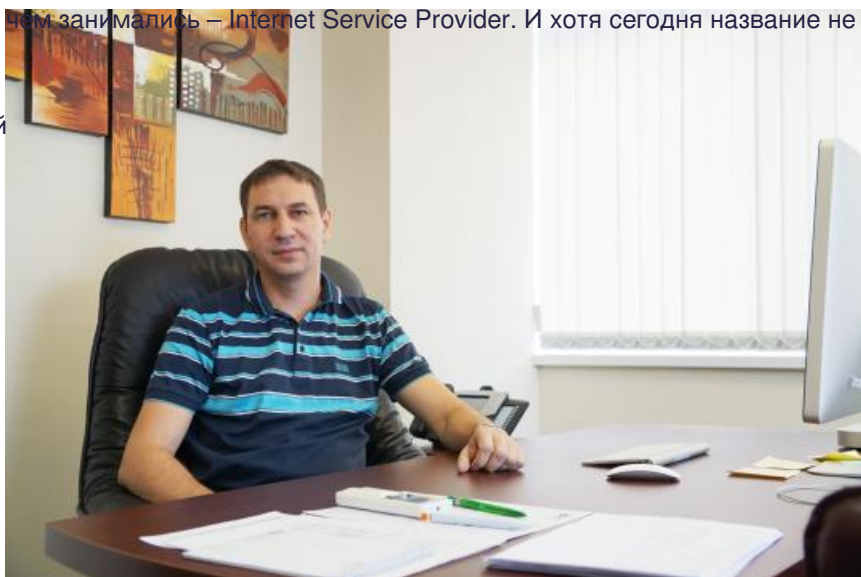
– В IT и сейчас нет упадка: отрасль меняется, но здесь всегда есть большой подъем, драйв и движуха. А когда мы начинали, интернет переживал бурное развитие, – рассказывает ныне генеральный директор ISPsystem Игорь Чекушкин. – При этом хостинг-компаний было немного, в нашей стране работало максимум три. Поэтому направление, в котором мы тогда начали работать, было не только модным, но и перспективным. Захотелось в нем закрепиться.

Генеральный директор ISPsystem Игорь Чекушкин, фото автора

Первое время работали втроем в небольшой комнатке. В феврале 2004 создали компанию. Над названием

долго не думали: просто отразили то, чем занимались – Internet Service Provider. И хотя сегодня название не очень коррелирует с деятельностью фирмы, менять его не планируют: ISPsystem – устоявшийся и известный в своей нише бренд.

Поработав некоторое время, иркутяне решили автоматизировать часть своих обязанностей и написали программу. Стали дополнять ее новыми функциями и в итоге получили продукт, который решал комплекс проблем во взаимодействии хостинг-провайдера с его конечными пользователями. Программисты поняли, что разработка может быть интересна и другим хостинг-центрам. Решили заняться ее распространением.



Первое время клиентов искали «ногами»: ездили на профильные мероприятия, рассказывали о своих решениях, назначали и проводили встречи.

– Наши решения предназначены для узкой специфической ниши в большой IT-индустрии, – поясняет Павел Гуральник. – Порог вхождения в пользование продуктами высокий, поэтому в продвижении наиболее эффективна индивидуальная работа с провайдерами.

– Крупных клиентов и партнеров получить можно только из личных встреч и личного общения, – как раньше, так и сейчас, – дополняет Игорь Чекушкин. – В начале развития компании не было отделов маркетинга, продаж, развития – поэтому привлекали клиентов в основном на конференциях и отраслевых выставках. Сейчас задействуем разные каналы привлечения, рассчитанные на разную целевую аудиторию, с которой работают специалисты разных отделов, с разными компетенциями.

В первые годы сфокусировались на Россию и СНГ: один язык, знакомые рынки и игроки. Примерно в то же время здесь появились англоязычные продукты зарубежных конкурентов, но у ISPsystem было два преимущества – российская прописка и родной русский. Сегодня на ISPsystem приходится около 80% рынка услуг по автоматизации хостинга в России.

Руководители ISPsystem продолжают путешествовать по России и миру, посещая крупнейшие профильные конференции. В разных городах и странах ищут партнеров – реселлеров, которые также продвигают уже готовые продукты.

«Мы не живем разовыми проектами»

– Наше большое преимущество в том, что мы делаем не один продукт, а несколько, – поясняет Павел Гуральник. – У нас четыре основных решения, которые, в принципе, нацелены на абсолютно разные сегменты индустрии. Есть продукт для конечных пользователей, продукт для провайдеров, решение для управления оборудованием и инфраструктурой дата-центров. Сегодня нет ни одной компании в мире, которая конкурировала бы с нами по всем нашим предложениям. У каждого решения есть конкурент. Но в комплексе – нет.

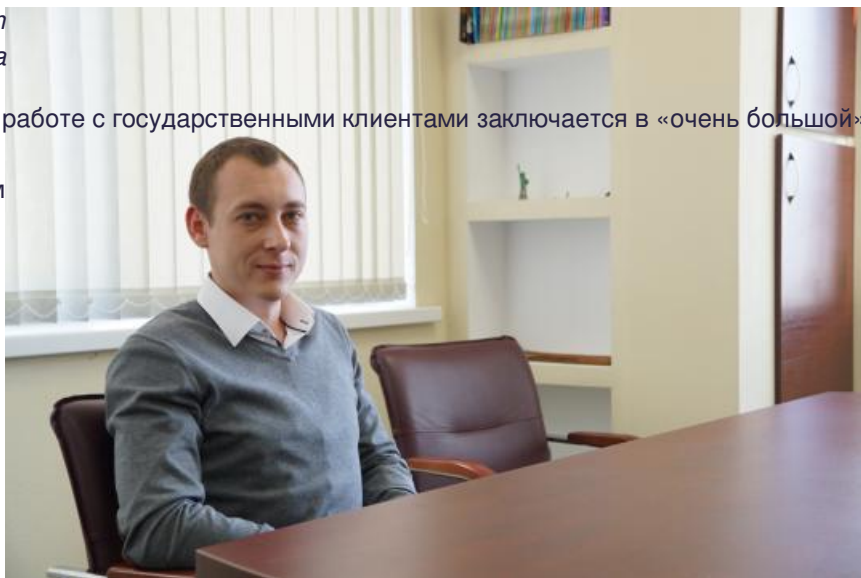
Для многих партнеров это очень важно. Например, крупному провайдеру предпочтительнее работать с одним разработчиком: брать линейку совместимых продуктов, чем брать разные программы от нескольких поставщиков и думать, как их заставить работать вместе.

Впрочем, иногда ISPsystem «заставляет» свои продукты работать в особых условиях: создает индивидуальные решения. С такими заказами обращаются крупные коммерческие компании и госучреждения.

– Если коммерческие компании берут наш продукт в коробочной версии и она их устраивает, то госкомпания говорит: нас устраивает на 95%, но вот здесь, согласно требованиям, должно быть вот такое взаимодействие вот с такими системами, – поясняет Павел Гуральник.

*Директор по развитию ISPsystem
Павел Гуральник, фото автора*

Для ISPsystem основная сложность в работе с государственными клиентами заключается в «очень большой» бюрократии. Поэтому если заказ небольшой, а бумажной работы с ним много, то разработчик, скорее всего, направит заказчика к посреднику (дистрибьютору), чтобы поработать через него. Но если речь идет о технологически или финансово-интересном проекте, то тогда в ISPsystem готовы взяться за дело, завалив себя «горой бумаги».



– Есть индивидуальные пожелания, которые нужны одному заказчику и больше не нужны никому. Бывает, что заказываемые решения не просто не нужны, а неправильны, обусловлены только обстоятельствами регулирования. Если взяться за такой заказ, придется потратить три месяца или полгода на бесперспективную разработку. Но мы себя не позиционируем как интегратор-внедренец, мы не живем разовыми проектами. Нам интересно браться за задачи, решение которых в дальнейшем мы сможем масштабировать: стандартизировать и предоставить большому числу игроков на рынке.

Поэтому бывают и обратные случаи. Если в ISPsystem видят, что заказываемое решение – это не совсем то, что нужно рынку, но его можно адаптировать для рынка, то берутся за разработку. Если заказ совпадает с видением рынка и потенциально интересен еще нескольким заказчикам, то разработчики могут «поджечь» финансовые интересы: понимая, что затраты выше вознаграждения, согласятся работать над проектом. А бывает, в ISPsystem возникает идея, и появляется клиент, которому это нужно. Так заказчик и разработчик разделяют риски.

Для работы над крупными проектами в ISPsystem создают проектную команду. Она состоит из людей разных компетенций – разработчиков, специалистов техподдержки, менеджеров по развитию, продакт-менеджера. Получается такая мини-версия ISPsystem: в самой компании отдел разработки и тестирования программного обеспечения хоть и большой, но далеко не единственный. Есть еще отделы техподдержки, маркетинга, продаж, а также отдел по работе с клиентами и отдел развития. Сейчас в компании работает около 140 сотрудников.

Высокие требования и много свободы

Рост компании с трех человек до 140 шел неравномерно и сопровождался кризисами.

– Любая эволюция идет волнами, – объясняет Игорь Чекушкин. – Сначала вы что-то делаете-делаете, потом начинаете получать отдачу: растут обороты, растет команда. И когда людей становится больше, чем получается организовать, все превращается в бардак. Наступает кризис роста. Потом все нормализуется.

Интересно, что кризисы роста ISPsystem пришлись на макроэкономические потрясения. В 2008-м году, когда страна переживала пик всемирного экономического кризиса, компания запускала новый продукт и набирала специалистов из разных областей – не только программистов и разработчиков. Нужны были люди, которые могли продавать и обслуживать уже готовые продукты. Тогда команда за год выросла в полтора раза: было сорок человек, а стало шестьдесят.

– Еще один толчок роста был в конце 2015 года, – добавляет Павел Гуральник. – Нас было около ста человек и буквально за полгода стало 140.

– Но сейчас мы, конечно, все легче переживаем, – подхватывает Игорь Чекушкин. – Опыт предыдущих толчков развития сказывается. Да, есть сложности, но не фатальные. Я думаю, у нас все получится.

Яркая иллюстрация таких сложностей: генеральный директор идет по коридору, видит людей и не знает, кто они и чем занимаются.

– Мы даем командам много свободы, – поясняет Павел, – стараемся придерживаться горизонтальной системы

управления. Поэтому да, бывает, что Игорь идет по офису, видит много новых лиц и не знает, что они делают.

В течение года в компании проходит много мелких командообразующих мероприятий, и раз в год все собираются вместе на большой тимбилдинг. Фото ISPsystem

При этом очевидно, что трудности компании не пугают. Конвейер по подготовке сотрудников – а иначе этот процесс не назвать – работает круглый год. Раздел вакансий на сайте про работу в ISPsystem никогда не пустует. Людей ищут, они приходят на собеседование, получают задание, если выполняют, то приходят на испытательный срок, уходят или остаются, и постоянно учатся-учатся-учатся.



За последний год приняли на испытательный срок 65 человек. Из них более 52 человек остались работать.

– Обучение начинается с первого дня испытательного срока, – рассказывает Игорь Чекушкин. – Через три месяца, как правило, уже понятно, есть ли смысл продолжать. Сказать, что через три месяца мы получаем готового специалиста, нельзя.

– Бывали случаи, – рассказывает Павел, – когда люди приходили на собеседование, видели тестовое задание и говорили «я чувствую, что пока еще не готов, подтяну знания и приду к вам через полгода».

ISPsystem ищет кадры везде. Очень активно работает с вузами (в политехе ищут толковых разработчиков и тестировщиков, в госе – а до объединения еще и в инязе – менеджеров по развитию, маркетологов с хорошим знанием английского), но предпочтение отдает людям с опытом, потому что обучение – это всегда лишние затраты.

– Нет выпускников, которые только с вузовской подготовкой умеют что-либо. Они ничего не умеют. Это печально, но честно, – делится Игорь Чекушкин. – Поэтому мы ищем людей, которые умеют мыслить.

– В вузах дается преимущественно теория, – объясняет Павел Гуральник. – Когда люди приходят работать на практике, тем более с учетом того, что у нас достаточно специфичная ниша в индустрии, необходимые практические знания стремятся к нулю. Соискателей надо все равно обучать. Не только программированию. Если мы говорим про разработчиков, то обучать работе в команде, построению чуть более глобального видения, работе над проектами – учим не просто писать кода, а писать так, чтобы он работал со всеми другими кусками кода, которые пишут коллеги.

Попав на работу в ISPsystem, соискатель неизбежно вырастает как профессионал. Но если ему наскучит работа в одной области, он может сменить профиль не покидая компании: если человек занимался тестированием, а ему интересно программирование, он может заняться программированием. Может, если захочет, заняться архитектурой больших проектов, либо пойти в продуктовую команду. Возможностей для развития множество.

– Ну а если он не хочет работать с нами... – разводит руками Игорь и добавляет – вообще, таких на самом деле очень мало. Тех, кто хочет от нас уйти, практически нет.

Еще бы.

Клиенты по всему миру

Затраты на заработную плату – основные для ISPsystem. Сегодня в России действуют налоговые льготы для IT-компаний. В последнее время много говорили об их отмене, но в итоге решили продлить.

– Разумеется, льготы важны, – говорит Игорь Чекушкин. – Для кого-то это необходимое условие для

выживания.

– Нужно понимать, из-за чего эти льготы были изначально введены, – говорит Павел Гуральник. – Было понимание, что в России IT-индустрия молодая, намного моложе, чем в Европе и США, например. И на уровне правительства и индустрии возникло общее желание развиваться, догонять, начинать опережать в каких-то направлениях. Льготы были призваны дать бизнесу некоторые послабления, чтобы была возможность освободившиеся деньги пускать в развитие: набирать персонал, повышать его квалификацию. Если льготы отменить, то будет сложнее развиваться, и динамика развития индустрии в целом снизится.

– Конкуренция на западном рынке очень сильная, – добавляет Игорь. – И если сейчас у российских компаний есть определенное преимущество, то с отменой льгот оно будет сведено на нет.

– В IT-индустрии нет такого понятия как наш рынок, или западный рынок, – напоминает Павел. – Интернет глобален, барьеров для поставки наших услуг за границу или зарубежных услуг в Россию практически нет (за исключением госсектора). Поэтому российские разработки должны быть качественными. Для этого нам нужно очень много работать.

*Первый российский
государственный IT-технопарк в
Казани тоже использует продукты
ISPsystem. Фото itpark-kazan.ru*

Если на рынке России ISPsystem занимает почти всю нишу автоматизации хостинга, то в мире ситуация немного другая. Когда компания осваивала рынок России и СНГ, зарубежные конкуренты осваивали свои рынки.

– Не одни мы такие умные были, – улыбается Игорь. – Да, некоторое время был некий вакуум. Но сейчас в этой нише в мире есть, наверное, три крупных игрока. Один очень хорошо освоился в Европе, другой в США, а мы в России и СНГ. Ну и, разумеется, все игроки присутствуют во всех странах. Как мы в Европе и США, так и они в России и СНГ.

– Если здесь у нас 80% рынка, то оставшиеся 20 делят два наших крупных конкурента и еще множество мелких, – добавляет Павел. – И сейчас, когда мы все активнее заходим на запад, мы сталкиваемся с тем, что 80% рынка какой-либо страны занято одним большим игроком. Приходится бороться за клиента в таких условиях.

Нельзя сказать, что это не получается. За более чем десять лет работы компания нашла клиентов по всему миру.

– Делали карту с выделением стран, в которых пользуются нашими продуктами, – рассказывает Игорь. – Практически все континенты охвачены. Только Африка выглядит белым пятном. Хотя и там светится Север Африки, где есть страны с более развитой ИТ-инфраструктурой (Египет и Алжир), и юг – там у нас есть хорошее количество клиентов. А середина там просто серое пятно.

Но основные клиенты находятся в странах с очень развитым интернетом. Если смотреть по Европе, то это Германия, Голландия. Разумеется, Великобритания, Франция и другие тоже присутствуют. Дальше это США и Канада. Во всех Азиатских странах у нас есть клиенты и партнеры – и в Китае, и в Южной Корее, и в Сингапуре, и в Индии, и в других. Ну и практически весь остальной мир. У нас есть клиенты даже на каких-то островных островах в Тихом океане.

– У нас действительно клиенты по всему миру, – подтверждает Павел. – Даже в Афганистане есть. Немного, но есть.

Девять этажей планов



Мы разговариваем в просторном кабинете на третьем этаже в том же небольшом здании в спальном районе Иркутска. Уточняю, где была самая первая комнатка, с которой все началось.

– Здесь, – отвечает Игорь, улыбаясь. – Мы всегда были здесь. И сейчас вся наша команда находится в этом здании.

– Сначала компания арендовала одну комнату, – поясняет Павел, – потом две, три, половину этажа, этаж. Потом мы решили, что надо уже купить это здание. И купили – сначала часть, потом еще одну часть. Сейчас мы продолжаем расти и думаем, – покупать дальше это здание, или построить новое.

– Кстати, вот этот этаж мы построили, – охватывая взглядом свой офис и пространство за его стенами говорит Игорь. – Нам не хватало места, мы его пристроили. Больше к этому зданию надстрой делать нельзя, но можно построить новое здание, сбоку. У нас тут еще есть стоянка. Сразу 9 этажей построить.

– Думаете, понадобится девять этажей?

– Почему бы и нет. Планы у нас амбициозные, – отвечает Игорь. – Будем развивать существующие продукты и создавать новые для смежных ниш в индустрии. Планируем заходить на новые рынки. Сегодня активно развиваются облачные технологии, и, я думаю, этот тренд продолжится еще как минимум десяток лет. У нас есть решения, которые необходимы облачным провайдерам. И там есть куда посмотреть. А если глобально, то захватить мир планируем, как иначе.

Автор: Виктория Федосеенко © SmartBabr НАУКА И ТЕХНОЛОГИИ, ИНТЕРНЕТ И ИТ, МИР 👁 9389
14.11.2016, 16:42 📄 19

URL: <https://babr24.com/?ADE=271113> Bytes: 18213 / 17277 Версия для печати Скачать PDF

👍 Порекомендовать текст

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com



Автор текста: **Виктория Федосеенко**, журналист.

На сайте опубликовано **1274** текстов этого автора.

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](https://t.me/babr24_link_bot)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: @bur24_link_bot

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: @irk24_link_bot

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: @kras24_link_bot

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: @nsk24_link_bot

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: @tomsk24_link_bot

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: @babrobot_bot

эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)