



Текст: Светлана Шишкова

# ЭВОЛЮЦИЯ СТРОГО ПО ПЛАНУ

Секреты делового успеха можно прочесть в любом учебнике по менеджменту и маркетингу. Нужно только правильно применять общедоступные схемы, утверждает **Игорь Бухштаб** – директор и один из основателей **Lynx BCC Company**, финалист нашего конкурса «Бизнес-Прорыв»

## Выбор в пользу UNIX

**К** ак возникла Lynx BCC Company? Какие обстоятельства, люди, идеи стояли у ее истоков?

– С будущими основателями Lynx меня свели профессиональные интересы. В 1990-х годах мы все работали в сфере автоматизации предприятий, хотя и в разных организациях. Объединяли нас единые взгляды на будущее рынка информационных технологий.

В качестве базовой платформы для проектов виделась UNIX, идеально подходящая для создания высокопроизводительных вычислительных систем. Итак, было решено создать компанию, которая занималась

бы проектным бизнесом на основе UNIX-технологий.

В конце 1997 года была основана Lynx. Сейчас стало ясно, что выбранное нами направление верно. Темпы роста рынка крупных информационных проектов на основе UNIX значительно опережают среднеотраслевые показатели. Нашими заказчиками становятся госструктуры федерального и регионального уровней, крупные коммерческие организации: промышленные предприятия, компании в сфере энергетики, финансов, телекоммуникаций.

– Как развивалась компания Lynx? Ориентировались ли вы на опыт других организаций?

– По сути, ничего нового мы не придумали. Естественно, мы изучали опыт ведущих зарубежных компаний в отрасли информационных технологий и системной интеграции, сопоставляли его с нашими возможностями, переносили его на российскую почву. Отличительная черта нашей стратегии заключалась в том, что с самого начала мы поставили во главу угла технологию реализации крупных IT-проектов. В первые три года работы мы не занимались интенсивным продвижением своих услуг. Однако затем мы оценили, что у Lynx есть потенциал, позволяющий значительно увеличить долю на российском рынке. И было принято решение об инвестициях не только в технологии, но и в активный маркетинг в регионах.

– Как выглядит ваша целевая аудитория?

– Специфика реализуемых нами решений – в их масштабности. Как правило, потребности в решениях проектной автоматизации, которые предлагает Lynx, возникают только у государственных структур и представителей

**«По сути, ничего нового мы не придумали.**

**Отличительная черта нашей стратегии заключалась**

**в том, что с самого начала мы поставили во главу угла технологию реализации крупных IT-проектов»**



крупного и среднего бизнеса России. Любой крупной организации, работающей с большими объемами информации, независимо от отраслевой принадлежности, нужен высокопроизводительный вычислительный комплекс.

### Философия бизнеса: сервис первичен

– Ваша компания была основана всего за полгода до памятного кризиса 1998 года. Как он отразился на ее работе? Что помогло не только выстоять, но и стать одним из лидеров российского рынка ИТ?

– С одной стороны, эта ситуация повлияла на нас негативно, потому что компания к тому моменту только недавно была создана. Однако мы сравнительно быстро нашли несколько крупных заказчиков, которые помогли пережить самый трудный период. Ведь кризис стимулировал рост реального сектора экономики, отечественной промышленности. Российские производственные предприятия начали вплотную заниматься модернизацией своих информационных систем, автоматизированных систем управления, и предоставляемые нами услуги, реализуемые нами решения стали более востребованы.

– Встречались ли на пути к успеху другие серьезные кризисы?

– Естественно, Лупх преодолевала болезни роста. При высокой динамике развития в какой-то момент неизбежно оказывается, что темпы роста в одной из сфер деятельности недостаточны, не удовлетворяют рыночным и общекорпоративным требованиям. В основном это обусловлено ресурсными ограничениями. У нас были этапы, когда технология опережала сбыт, а были, когда, наоборот, сбыт опережал технологию.

В целом, однако, компания эволюционирует строго по намеченному плану. Мы заранее стараемся предвидеть возможные проблемы, учесть их и решать на ранних стадиях, при этом модифицируем структуру бизнеса, чтобы она соответствовала современному уровню. В частности, мы создали опережение, и прежде всего технологическое. В 2003 году на базе Лупх был открыт первый в России Центр компетенции по UNIX-технологиям, инвестиции в который составили более \$1 млн.; мы создали общероссийскую сервисную службу и открыли московский офис. ⇒



ZAM ZAM



Философия нашей компании состоит в том, что сервис первичен, а продажи – следствие качественного сервиса. Поэтому сервисное подразделение в Lynx самое крупное. Мы постоянно увеличиваем число и квалификацию менеджеров по проектам, то есть специалистов, которые, в конечном счете, реализуют проекты, решают задачи заказчика.

ализуемый совместный проект может смещаться в зону специализации партнера. Такой подход позволит нам свести к минимуму затраты на присутствие в регионе и распространить свой опыт как можно шире.

– По каким критериям Lynx выбирает стратегических партнеров среди разработчиков технологий и решений?

## «Мы не собираемся открывать в каждом городе свое представительство. Нам хотелось бы привлечь к сотрудничеству компании, которые знают ситуацию на местных рынках и могут реализовать наши решения»

### Из Петербурга – в Москву

– Что представляет собой стратегия развития компании сегодня?

– Исходной целью Lynx было занять 30% рынка Северо-Западного Федерального округа по UNIX-системам. Мы же перевыполнили план: по нашим оценкам, сегодня доля компании на этом рынке составляет до 70%. Была задача войти в TOP-30 IT-компаний России. И она также достигнута (по данным независимых рейтинговых агентств «Эксперт» и Astera). Сейчас сформулированы и реализуются планы на следующие пять лет. Мы намерены за это время занять 20% рынка центров обработки данных в России и довести объем бизнеса до \$100 млн. Планирование в Lynx носит как стратегический характер – на период от трех до пяти лет, так и среднесрочный. Есть плановые задания на год, на квартал.

– Планируете ли вы активизировать работу в других российских регионах?

– Безусловно. Однако мы не собираемся открывать в каждом городе свое представительство. Нам хотелось бы привлечь к сотрудничеству как можно больше компаний, которые хорошо знают ситуацию на местных рынках и могут грамотно реализовать наши решения, хотя бы и под своей маркой. Зачастую многие из них не готовы самостоятельно удовлетворить потребности потенциальных клиентов своего региона. Lynx передает им свои технологические достижения и опыт в области управления проектами. При этом ре-

– Основной критерий – возможность спрогнозировать, в каком направлении будет развиваться та или иная технология. Для успеха важно четко представлять, с каким продуктом мы будем работать и завтра, и послезавтра. Мы ориентируемся на партнеров, которые не меняют базовые решения, а следуют четко выбранной линии, достигают результата за счет сбалансированного сочетания технологического и маркетингового совершенствования.

– На какие рубежи Lynx планирует выйти в долгосрочной перспективе?

– Наша основная цель на сегодня – укрепить позиции компании на российском рынке как одного из ведущих поставщиков высокопроизводительных вычислительных систем – центров обработки данных. При этом мы уверены в наличии достаточного потенциала для расширения влияния Lynx в масштабе не только России, но и СНГ. Поэтому сейчас основные усилия направлены на развитие структуры управления, подготовку кадров, которые позволят решить эту задачу.

Мы также намерены усилить присутствие в различных отраслях российской экономики, в первую очередь в промышленности, банковской сфере и в сфере государственного управления. Технологические и идеологические предпосылки для этого уже есть. Важный фактор успеха – активная работа представительства в Москве, поскольку присутствие в столице помогает воспринимать Lynx как компанию общероссийского масштаба.

### Идея плюс лидер

– Lynx, безусловно, успешная организация. Есть ли универсальная формула достижения успеха на сегодняшнем российском рынке информационных технологий?

– Все формулы подробно описаны в любом учебнике по маркетингу и менеджменту. Проблема в том, что любой рецепт хорош в конкретных условиях. Каждая компания выбирает свою рецептуру успеха, но критерии оценки при этом всегда одни и те же. Успех компании всегда измеряется наличием или отсутствием брэнда и финансовым результатом.

Кто-то достигает этих целей, участвуя в политической жизни, кто-то – с помощью рекламных акций, кто-то – развивая технологии. Мы пытаемся совмещать технологию и маркетинг. Но маркетинг при этом направлен на продвижение технологий.

Но в первую очередь для достижения успеха необходима идея. Нужен лидер, способный не только сгенерировать эту идею, но и возглавить команду, которая претворит ее в жизнь. Команда, даже состоящая из профессионалов, скорее всего, не достигнет больших высот, если у нее нет идеологического лидера. Точно так же один человек не в состоянии создать компанию.

– Есть ли сегодня, на ваш взгляд, шанс ворваться в круг лидеров у совсем молодых российских IT-компаний?

– Безусловно, если они найдут идею, созвучную потребностям рынка. По моему мнению, наиболее востребованные решения на сегодняшнем российском рынке информационных технологий – это Центры обработки данных (ЦОД). Именно создание ЦОД составляет почти 70% оборота нашей компании за последние полтора года. Среди наших крупных заказчиков филиал концерна «Силловые машины» – Ленинградский металлический завод (ЛМЗ), Федеральная служба по финансовому мониторингу.

В ближайшее время будет бурно расти также сектор информационных услуг, связанный с IT-консалтингом и аутсорсингом.

Рынок – это живой организм, который постоянно развивается. Поэтому при наличии упорства и умения правильно распоряжаться инвестициями любой может достичь успеха. □

### Lynx BCC Company

Основана в 1997 году в Санкт-Петербурге.

По данным рейтингового агентства «Эксперт» и независимой компании Astera за 2003 год, Lynx входит в число 30 ведущих IT-компаний России.

Основные направления деятельности: крупные системотехнические проекты на основе UNIX-технологий, создание центров обработки данных (ЦОД), услуги в области информационных технологий. Оборот в 2003 году около \$19,7 млн. Численность постоянных сотрудников – 86 человек.

Тел.: (812) 314-03-14, 346-82-56, (095) 258-99-05  
www.lynx.ru