

Владимир Ясинский,
«Ситроникс
Информационные
Технологии
(Квазар-Микро)»:
«С 2009 года
мы планируем
не использовать
бренд «Квазар-
Микро»



За 18 лет своего существования компания «Квазар-Микро» стала международной ИТ-компанией, одним из ведущих поставщиков решений, продуктов и услуг в области информационных технологий в странах СНГ и Восточной Европы. Но с 2009 года бренд «Квазар-Микро» перестанет существовать. О том, что принесет компании стратегическая поддержка концерна «Ситроникс», мы беседовали с **Владимиром Ясинским, президентом компании «Ситроникс Информационные Технологии (Квазар-Микро)»**

Для чего был проведен ребрендинг компании?

Владимир Ясинский: Основная цель ребрендинга состоит в повышении капитализации компании путем повышения капитализации бренда, а также в выполнении стратегии, которую мы для себя выбрали.

За счет ребрендинга мы увеличиваем эффективность продвижения бренда. Это значит, что на бренд «Ситроникс» будет работать не одна компания, а четыре, которые и определяют четыре бизнес-направления «Ситроникс». Таким образом, нам становится доступна экономическая, бюджетная и маркетинговая поддержки этих компаний.

У нас появляется некое уникальное конкурентное преимущество за счет расширения географии. Ведь у «Квазар-Микро» было порядка 20 стран, в которых мы работали, у всех же бизнес-направлений «Ситроникс» их более 60.

Также мы получаем существенный рычаг для управления людскими ресурсами. К нашим более 1,3 тыс. сотрудникам добавляется опыт, и знания еще более 8 тыс. специалистов и в сумме получается ресурс, который может выполнять достаточно крупные, масштабные проекты.

Кроме того, у нас появляется доступ к уникальным научным разработкам, которые уже есть у «Ситроникс». Это, прежде всего, бизнес-направление «Микроэлектронные решения», которое создано на базе производственного объединения «НИИМЭ и Микрон», крупнейшего производителя интегральных микросхем в СНГ.

Путь наверх

Популярность слова ребрендинг в последнее время очень высока. Мировой рынок информационных технологий захлестнули многочисленные поглощения и объединения. Но когда исчезает название, которое долгие годы являлось неотъемлемой составной частью украинского ИТ-рынка, невольно возникает вопрос: зачем?

Почему было принято решение о проведении ребрендинга в Украине в течение года?

В. Я.: Это связано с тем, что мы хотим максимально использовать потенциал бренда «Квазар-Микро». Ни для кого не секрет, что в Украине данный бренд широко известен и имеет высокую стоимость. В других регионах «Квазар-Микро» имеет меньшую стоимость, меньшие ресурсы и меньшие наработки. В Украине же, чтобы до каждого клиента и рынка в целом донести преимущества нового бренда «Ситроникс», нам требуется больше времени. Поэтому и было принято решение в нашей стране сделать это в течение года. За этот период мы рассчитываем проделать всю запланированную работу по ребрендингу.

С 2009 года в названии компании мы планируем не использовать бренд «Квазар-Микро».

Как изменится направление бизнеса компании в будущем?

В. Я.: Если говорить о будущей тенденции, то она, прежде всего, состоит в большем инвестировании в свои собственные продукты. Основная причина заключается в том, что наши продукты позволяют добавлять больше ценности для клиентов. Кроме того, разрабатывая собственные решения, мы гораздо глубже вникаем в проблематику той или иной индустрии, а также можем более детально оценить преимущества и недостатки других продуктов, предлагаемых на рынке.

Также для нас очень важен курс на оптимальное заполнение нашего портфеля предложений по оказанию ИТ-услуг и реализации инновационных проектов максимальному количеству наших клиентов.

Одна из новых составляющих стратегии компании на украинском рынке — «ключевой партнер государства и крупного бизнеса». Что стоит за этим выражением?

В. Я.: Как я уже говорил, у нас есть масштаб, технологии, ресурсы и знания для того, чтобы реализовывать крупные проекты. А партнерство заключается в том, что мы понимаем, какие задачи стоят перед государством, и стараемся предло-

жить свои решения. За этим утверждением — конкретные продукты.

На сегодняшний день у нас есть три флагманских продукта, которые мы готовы реализовывать на уровне государства: «АгроКлевер», инновационное автоматизированное решение планирования и управления в области сельского хозяйства; «МИОС», автоматизированное решение для организации учебного процесса в области образования; «Умная клиника», комплексное решение для повышения качества оказания медицинской помощи. Со временем у нас таких продуктов будет больше.

В чем уникальность ваших продуктов для рынка Украины?

В. Я.: Подобных продуктов на нашем рынке нет. Например, со стороны сельского хозяйства есть потребность в инновационных технологиях, но пред-

ложить на Западе, но это не будет оптимальным решением проблемы. Наше преимущество, прежде всего, в том, что микрочипы мы изготавливаем на месте по тем же технологиям, по которым их делают ведущие западные компании, но у нас они гораздо дешевле.

Сейчас в области микротехнологий мы ориентируемся на две основные отрасли: телеком и транспорт. Так, «Ситроникс» уже давно поставляет SIM-карты для операторов связи, в качестве примера я могу назвать «МТС». Сегодня весь московский метрополитен работает на наших бесконтактных RFID-билетах, которые производятся в Зеленограде.

В перспективе мы рассчитываем на сотрудничество с госсектором в области микроэлектроники. Это, прежде всего, внедрение новых паспортов. Кроме того, мы сейчас отдаленно говорим о Евро-2012, а там RFID-технологии будут востребованы.

Государства СНГ пока не испытывают той потребности в микротехнологиях, которая позволит «Ситроникс» на равных конкурировать с крупными западными концернами

ложений нет. Я не говорю о стандартных продуктах, которые автоматизируют некие бэк-офисные процессы, например, бухгалтерию или кадастровые измерения. Уникальность нашего предложения в комплексности, в том, что мы предлагаем решение по управлению хозяйством для всех и вся: от владельца до конкретного агронома, от оптимизации управления на уровне министерства до автоматизации конкретного процесса на полях.

То же самое в образовании и медицине — уникальность в комплексности. У нас уже есть целый ряд интересных наработок в данном направлении, и мы очень рассчитываем, что эти продукты станут востребованными на украинском рынке в самое ближайшее время.

Какую выгоду бизнес-направление «Микроэлектронные решения» принесет украинскому заказчику?

В. Я.: Мы имеем возможность предложить нашему клиенту некие вещи, которые, безусловно, можно ку-

Готов ли «Ситроникс» составить конкуренцию Западу в области микроэлектроники?

В. Я.: Микротехнология в западных странах ушла далеко вперед. О том, что в этой области в ближайшее время мы опередим по качеству крупнейшие корпорации, такие как Intel или Samsung, речь не идет. Ведь ни один концерн не способен развивать микротехнологии без поддержки государства, без госзаказа как на готовые изделия, так и на разработку. И вот в этом, прежде всего, преимущество на сегодня западных компаний перед нами: у них гигантский госзаказ.

Наши государства пока не испытывают той потребности в микротехнологиях, которая позволит компаниям на территории СНГ технологически на равных конкурировать с крупными западными концернами. При всем моем патриотизме и любви к нашим странам я не могу не признать, что миллиарды долларов на развитие микротехнологий мы тратить не готовы. ●