

Научно-производственный Центр «Мэп Мейкер» поделился историей создания компании и планами на будущее с читателями бизнес-журнала «Секрет-фирмы»

В конце августа была опубликована статья по итогам интервью основателей и руководителей Научно-производственного Центра «Мэп Мейкер» бизнес-журналу «Секрет-фирмы». Юрий Львович Шмелькин, Юрий Исаакович Юсупов и Алексей Юльевич Соломахов рассказали широкоизвестному интернет-изданию о том, как развивалась компания и каковы краткосрочные и долгосрочные планы на будущее.

Ясно, понятно: Создатели Gismeteo завоевали рынок анализа данных о погоде

Синоптик + программист + бизнесмен = успех

Компания «[Научно-производственный центр "Мэп Мейкер"](#)», главный российский разработчик софта для метеорологов, известный широкой аудитории сайтом [Gismeteo](#), обосновалась в особняке первой половины XIX века в Пресненском районе Москвы. Тихий зелёный двор, в котором расположено здание, пересекают два немолодых человека в деловых костюмах — создатели «Мэп Мейкера» Юрий Шмелькин и Алексей Соломахов.

22 года назад вместе с третьим сооснователем компании Юрием Юсуповым они ушли делать бизнес из главного вычислительного центра (ГВЦ) Росгидромета, который до сих пор занимает здание через дорогу. «Мы всё время занимаемся одним и тем же — программными решениями для профессиональных

метеорологов», — говорит Шмелькин и подсчитывает, что работает в этой области почти полвека.

С главным продуктом «Мэп Мейкера», программным комплексом «ГИС Метео», работают метеорологи по всей стране и в некоторых странах СНГ, другие решения компании используют, например, в авиационной отрасли, а сайт Gismeteo по популярности уступает только «Яндекс.Погоде». Выручка компании за 2014 год, согласно данным СПАРК, составила 486 млн рублей.

Made in USSR

40 лет назад Алексей Соломахов пришёл к Юрию Шмелькину, тогда сотруднику Гидрометцентра СССР, на практику — студента мехмата МГУ им. М.В. Ломоносова ему посоветовал взять брат, который был у Соломахова научным руководителем. Шмелькин до сих пор помнит, как сильно удивил его новый знакомый, когда заявил, что «любит программировать» — тогда к этому занятию относились как к неприятному обременению. «Зато сейчас полно людей, которые не могут без этого жить, — наши молодые сотрудники почти все такие», — вступает в разговор Соломахов. Руководители «Мэп Мейкера» (Шмелькин — генеральный директор компании, Соломахов — директор по производственным вопросам) сидят за большим столом в переговорной комнате. Сейчас всё вокруг блестит свежим ремонтом, но ещё пять лет назад, когда «Мэп Мейкер» только переехал в это здание, здесь царил запустение.

В здании через дорогу — главном вычислительном центре Гидрометцентра — основатели «Мэп Мейкера» провели примерно 25 лет. «В советское время мы вели самостоятельный образ жизни: разрабатывали то, что считали необходимым, — у нас не было никакого календарного плана и заданий от руководства, — рассказывает Шмелькин.

Собеседник «Секрета» вспоминает, что команда получала заказы на разработки от разных организаций, сотрудничала с центрами научно-технического творчества молодёжи (НТТМ). Главным образом будущие основатели «Мэп Мейкера» занимались средствами обработки данных, которые в конце концов вытеснили

вычерченные на графопостроителях карты отображением информации на экранах компьютеров. В конце 1980-х и начале 1990-х большая часть коммерческих по своей сути заказов приходила именно через такие центры, потому что госпредприятия не могли выплачивать наличные исполнителям напрямую. Шмелькин говорит, что до сих у него где-то должны храниться бумажки о выдаче денег, подписанные Михаилом Ходорковским, который тогда руководил одним из таких центров.

Квазикоммерческий образ жизни отдел Шмелькина вёл и после распада СССР, но недолго — безденежье заставило сотрудников разбежаться. Премии за проекты задерживали месяцами, а когда они всё-таки приходили, инфляция успевала их полностью обесценить. У Шмелькина сохранилось групповое праздничное фото 1992 года: из 16 человек в 1994 году эмигрировали восемь. «Помню прекрасно, как однажды я пришёл в магазин и понял, что у меня совсем нет денег», — вспоминает Юрий Юсупов. В апреле 1994-го руководитель отдела Шмелькин предложил своим ключевым работникам Соломахову и Юсупову попробовать сделать бизнес.

Главные по погоде

Быстро уйти не получилось. «Почти год держали. Сдавал материальные ценности — столы, стулья, пишущую машинку», — вспоминает Шмелькин. При этом новоявленные бизнесмены остались работать в тех же кабинетах и с той же командой — задержки зарплат заставили перейти в «Мэп Мейкер» всех прежних сотрудников Шмелькина. За аренду не платили — договорились, что будут вместо этого бесплатно поддерживать работоспособность программного комплекса ГВЦ, который они сами и разрабатывали почти всю профессиональную жизнь.



Слева направо: Юрий Шмелькин, Юрий Юсупов, Алексей Соломахов

«Нам несколько раз говорили: "Ребята, вы ушли со знаниями, с программными средствами — всё это вы получили за счёт бюджетных средств", — рассказывает Шмелькин. — Да мы 30 лет работали и саморазвивались — в голове у нас все эти программные средства. Мы могли сделать сколько угодно копий всего этого дела, просто поменяв названия». В общем, продукт на продажу у «Мэп Мейкера» был с самого начала. По словам Шмелькина, его компания первой разработала программу для персональных компьютеров. Инструмент для обработки и визуализации метеорологической информации получил название «ГИС Метео».

Сейчас «ГИС Метео» собирает метеоданные через Всемирную метеорологическую организацию, со спутников и радиолокационных инструментов, через другие источники. С помощью комплекса и разработанных в компании математических моделей метеорологи могут наносить эти данные на карты и строить прогнозы. Для разных нужд существует несколько вариаций продукта: «Синоптик», «Авиа», «Гидро», «Океан», «Агро», «Эко». Ещё есть, например, специальный вариант «Токси + ГИС Метео», который моделирует зоны поражения людей при возникновении аварий на химических производствах и других химических отравлениях.

Но первый контракт «Мэп Мейкер» подписал не на установку программного комплекса, а на разработку технологии обслуживания полётов по трансполярной авиационной трассе. То, что они получили этот заказ, объясняют своими знакомствами и долгой работой в Гидрометцентре и для других организаций — рынок маленький, а их как специалистов все знали. К тому же они по-прежнему сидели в здании Гидрометцентра и находились, таким образом, в центре главных событий отрасли.

Компания спроектировала систему метеорологического обслуживания трассы: диспетчерские центры, их оснащение и местонахождение, способы передачи метеорологической информации. За три месяца «Мэп Мейкер» выполнил проект и заработал \$10 000 (трассу при этом запустили в эксплуатацию только через три-четыре года). Вознаграждение потратили в основном на зарплаты: основателям в первые годы платили \$300 в месяц, сотрудникам — \$100. Деньги из бизнеса, по словам основателей, из компании не выводили лет десять — всё тратили на зарплаты и на развитие.

Главным покупателем программного комплекса стало государство — «Мэп Мейкер» поставлял «ГИС Метео» в территориальные подразделения Росгидромета и другие структуры (например, военным). Комплекс состоит из софта и железа — одного-двух серверов и нескольких автоматизированных рабочих мест (компьютеров с установленным на них программным обеспечением). Одно рабочее место в среднем обходится клиенту в \$50 000, но вообще для каждого определяется своя стоимость в зависимости от числа модулей, входящих в АРМ. В компании говорят, что ценник в валюте не меняли с 1990-х годов.

Поначалу продавать было непросто. «Когда мы стали предлагать рабочее место с разрешением экрана 640 x 480 под операционные системы того времени (информации на таком помещается не больше, чем на экране iPhone 4. — Прим. «Секрета»), сотрудники Росгидромета на это кривились, — вспоминает Шмелькин. — Открыть Северное полушарие на экране — надписи не могут прочитать, а открыть кусочек — воспринимать не могут информацию. Бумажные-то карты же им рисовали метр на метр примерно — уж тут-то они всё видели...»

Дела пошли в гору в 1995–1996 годах, когда госорганизации получили больше свободы в планировании своих бюджетов. До этого все траты жёстко регламентировались сверху, а тут стало возможно распределять средства согласно нуждам конкретных учреждений. По словам Шмелькина, однажды директор

Росгидромета собрал сотрудников и произнёс перед ними такую речь: «У нас есть сумма на всё про всё — на зарплаты, на уборщицу, на печатание бланков карт. Юрий Львович Шмелькин предлагает нам вместо бланков карт работать на экране. Есть возможность больше ничего не печатать в типографии и освободившуюся сумму пустить на зарплату». Решение о переходе на цифровые технологии приняли единогласно.



Юрий Шмелькин

Сейчас в разных подразделениях Росгидромета установлено более 150 комплектов «ГИС Метео», в военных структурах — больше 100. Кроме того, они стоят у специалистов ФСБ, в структурах РЖД, в аэропортах и других организациях. Параллельно «Мэп Мейкер» продавал свои комплексы за рубеж — сейчас несколько рабочих мест оборудовано в Гонконге, Эстонии, Казахстане, Узбекистане и других странах. Всего за всё время было продано около 350 комплектов (это около 1000 рабочих мест). По оценке «Секрета», на своём главном продукте компания заработала примерно \$50 млн.

Выручка «Мэп Мейкера» за 2014 год, согласно СПАРК, составила 486 млн рублей. Последние три года оборот компании рос больше чем на 100 млн рублей в год. Однако дело уже не только в «ГИС Метео» — количество его возможных покупателей ограничено. В последние семь лет большую часть выручки

приносит другой продукт — сайт Gismeteo, который создавался как площадка для рекламы услуг «Мэп Мейкера» и проект по оповещению населения о погоде.

Интернет-предприниматели

«Однажды мы приняли на работу молодого географа, который был не очень прогнозист и не очень метеоролог», — начинает рассказ о сайте Юрий Шмелькин. «И, в общем-то, не очень программист», — улыбаясь, замечает Юрий Юсупов. «Да, но зато он был очень продвинутый и хваткий бизнесмен», — заключает генеральный директор. Этому «бизнесмену» основатели «Мэп Мейкера» и поручили сделать сайт, на котором будут демонстрироваться возможности компании («какие мы карты прекрасные умеем рисовать, какие у нас есть замечательные технологии»).

Весной 1998 года появился сайт, который назывался «Погода от ФОБОС и "Мэп Мейкера"». Уже с первых дней на нём было около 10 000 посетителей, вспоминает Алексей Соломахов. Но работал сайт недолго — в апреле расформировали Росгидромет и передали его функции Государственному комитету по экологии. «Нам больше не поставляли данные, и сайт не работал полгода», — говорит Шмелькин. «Мэп Мейкер» восстановил работу сайта, когда стал получать данные из других метеорологических компаний и задумался, нельзя ли на этом сайте зарабатывать. Сначала основатели даже думали начать брать за прогноз погоды деньги, но быстро поняли, что вряд ли из этого что-то выйдет.

Несколько лет сайт существовал без особых изменений, и только в 2002 году на нём появилась первая реклама. Особых денег она не приносила, пока в 2005 году не пришёл РБК с предложением размещать на сайте заголовки своих статей. «Они пообещали абсолютно несусветные по тем временам деньги — 500 000 рублей в месяц, — вспоминает Шмелькин. — Мы сами тогда не всегда столько зарабатывали. Контракт с РБК позволил сразу увеличить зарплаты сотрудников в несколько раз». Скоро появились и другие рекламодатели. Сейчас помимо колонки «Новости РБК» на сайте можно увидеть анонсы материалов «Газеты.ру», «Вестей.ру», Rambler News Service. «В структуре трафика доля пользователей этого канала невелика, однако эти пользователи важны для нас и мы сохраняем

площадку, раз аудитория привыкла потреблять наш контент таким образом», — говорит представитель РБК Егор Тимофеев.

Ещё до того, как «ГИС Метео» появился почти во всех структурах Росгидромета, в 2008 году «Мэп Мейкер» получил крупный контракт на оснащение всех управлений организации (больше 20) программными средствами — их надо было установить и научить сотрудников пользоваться инструментами. Контракт на \$2 млн растянулся на пару лет, а когда работа была выполнена, основатели «Мэп Мейкера» обнаружили, что сайт уже вырвался вперёд — на нём стали зарабатывать больше, чем на программах. И хотя технологии развиваются, сейчас количество продаж «ГИС Метео» в год измеряется штучно и обойти сайт по выручке этому направлению уже не удаётся.

Условия размещения рекламы на сайте довольно жёсткие: Gismeteo [не публикует](#) рекламу табака, азартных игр, эротики, порочащие власть материалы, вводящие в заблуждение и несоответствующие дизайну сайта баннеры и другую рекламу. Размещением рекламы на первом экране занимается агентство IMHO VI. В основном это баннеры, также компания предлагает перекрасить фон сайта и другие варианты размещения. Судя по прайс-листу, размещённому на сайте, цена за тысячу показов — 150–300 рублей в зависимости от объёма пакета и таргетинга. Последний предлагают по городам, времени суток, погоде, полу и возрасту, интересам, частоте показов. Наценка за такой таргетинг — 20–50%. Также Gismeteo зарабатывает на создании индивидуальных погодных информеров для сайтов компаний: прогноз погоды четыре раза в сутки по выбранному списку городов, метеорологические карты, анимации. Такие решения создаются под заказчика и оплачиваются по ежемесячной подписке. Есть и бесплатные информеры с логотипом Gismeteo, пользователь создаёт их сам в конструкторе или выбирает один из стандартных.

Месячная аудитория Gismeteo, по данным TNS, составляет 14 млн уникальных пользователей. У «Яндекс.Погоды» и «Погоды.Mail.Ru» — соответственно 16 млн и 4,8 млн. Всего сайтов, на которых можно узнать прогноз, несколько десятков. «Порог входа на рынок достаточно низкий — можно просто закупать метеорологические данные или брать бесплатные и транслировать их», — объясняет руководитель группы метеопрогнозирования «Яндекса» Дмитрий Соломенцев. Но на самом деле не всё так просто.



Юрий Юсупов и Алексей Соломахов

Для того чтобы заниматься прогнозом погоды, нужно получить лицензию Росгидромета. Организация выдаёт лицензии на деятельность, связанную с прогнозированием погоды и сбором метеонаблюдений. Её нужно получать всем — и тем, у кого есть наблюдательные приборы, и тем, кто занимается прогнозами погоды на основе чужих данных.

Сильные игроки не просто публикуют чужие данные на сайте, а обрабатывают их с помощью своих технологий и синоптиков. Данные при этом они получают из разных источников — и из зарубежных компаний, и из Росгидромета (часть данных национальная метеослужба передаёт во Всемирную метеорологическую организацию, часть можно купить у региональных подразделений). Например, в «Яндексе» в мае 2016 года была запущена технология «Метеум» — она обрабатывает метеорологические данные с помощью построения сложных математических моделей и машинного обучения. До этого компания просто транслировала на своём сайте данные, купленные у компании Foreca. У «Мэп Мейкера» тоже разработана своя математическая модель, но компания предупреждает пользователей, что данные Gismeteo [не проходят](#) дополнительный

контроль качества со стороны синоптиков и ресурс не может гарантировать их достоверность.

Погода завтра

На рынке информации о погоде есть и B2B-сегмент — прогнозы для нужд компаний. Определяющее конкурентное преимущество — максимальная точность. Работать тяжело, но именно это направление сейчас самое перспективное — мировой рынок, по оценкам «Яндекса», составляет больше \$5 млрд. Компании, занимающиеся метеопрогнозированием, могут представлять бизнесу информацию по запросу или продавать специальные сервисы, показывающие нужные данные.

«Мэп Мейкер» в ближайшее время планирует особенно активно развиваться именно в B2B, потому что пока там не так много игроков и большой спрос на метеоинформацию. При этом крупным компаниям в нефтяной, энергетической, железнодорожной, газовой, транспортной и других областях требуется метеорологическая информация, «заточенная» под их цели. «Мэп Мейкер» разрабатывает сервис, который был бы удобен компаниям, у которых нет штатных метеорологов, — прогноз погоды с указаниями для конкретной сферы (например, когда обрабатывать дороги антигололедными реагентами, убирать снег, направлять аварийную бригаду для борьбы с последствиями ледяных дождей и урагана или корректировать работу буровых вышек). Запуск запланирован на следующий год.

«Гидрометцентр не может обеспечить бизнес этой информацией в том режиме, виде и форме, в которой тому это было бы удобно, — говорит Юрий Юсупов. — Прогноз присылают в текстовом виде, и компаниям приходится содержать специального человека, который бы всё вносил в специальную форму. Чтобы всё подгружалось автоматически — это будет только у нас».

Параллельно компании придётся приложить усилия, чтобы остаться доминирующим игроком на уже освоенном рынке решений для профессиональных метеорологов. «Мэп Мейкер» сейчас тестирует продукт Gis Meteo Web (доступ к сервису для профессиональных метеорологов будет предоставляться через интернет), но в Росгидромете раздумывают об использовании других систем наряду с «ГИС Метео» и собственным продуктом «Изограф».

«Следует отметить, что при работе с [программным комплексом] "ГИС Метео" на рабочем месте специалиста устанавливается клиентская часть системы, мало функциональная без связи с базами данных на серверах "Мэп Мейкера".

Стоимость системы довольно высока, что не позволяет использовать её везде, где есть потребность в графическом представлении метеорологической информации», — [написано](#) в отчёте, рассказывающем о целесообразности использования других систем, на сайте Росгидромета.

Активно продавать ПО за границей основатели «Мэп Мейкера» пока не планируют. «Надо быть более гибкими, более развитыми — договорной процесс требует сил», — объясняет Юрий Шмелькин. По его словам, точечные поставки за рубеж есть, но российский рынок кажется компании более перспективным.