

LIST DO AKCJONARIUSZY

Szanowni Akcjonariusze,

Dzieląc się z Wami przemyśleniami przy okazji podsumowania ostatniego roku finansowego, odniosłem się do wyzwań stawianych przed branżą informatyczną. Kiedy komentowałem roczne wyniki, myślałem o nadchodzących dwunastu miesiącach i z niepokojem patrzyłem na spowolnienie inwestycji w sektorze publicznym, czy predefiniowanie przez klientów modeli zakupowych wybierających opcję korzystania z systemów i aplikacji w modelu długoterminowych opłat abonamentów w miejsce jednorazowych inwestycji.

Za nami już sześć miesięcy roku 2017 i korzystając z publikacji dobrych wyników finansowych (wzrost zysku netto o 25% do poziomu 826 tys, zł w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego), chcę spojrzeć szerzej na nasze otoczenie biznesowe i główne trendy rynkowe, mające wpływ na dalszy rozwój spółki i budowanie wartości dla Akcjonariuszy.

Analizując półrocze 2017, raz jeszcze podpisuję się pod zdefiniowanymi wcześniej zagrożeniami. Rynek nadal przechodzi przez okres trudnej transformacji, a reguły definiowania i dostarczania wartości dla klientów przez integratorów IT muszą ulec zmianie. Szukaniem nowej formuły w projekcie transformacji Betacom, jako odpowiedzi na potrzebę rynku, podporządkowaliśmy w dużej mierze pracę kadry zarządzającej spółki w okresie od maja do września 2017. W wyniku szeregu prac koncepcyjnych, przygotowany został dokument Program Transformacji Betacom 2020, którego jednym z głównych elementów było zdefiniowanie odpowiedzi na pytanie „Jak będziemy definiować wartość spółki Betacom dla Akcjonariuszy w roku 2020, odnosząc się do pozycji rynkowej spółki, wyników finansowych, dojrzałości procesowej oraz kumulacji kluczowych kompetencji i wartości intelektualnej odpowiadającej potrzebom zmieniającego się rynku?” Stosując metodę opisaną w głównych założeniach strategicznych spółki za pomocą tzw. planowania scenariuszy strategicznych, zdefiniowaliśmy założenia „Programu 3 x 20”.

Celem Betacom na rok 2020 jest generowanie minimum 20% przychodów ze sprzedaży produktów własnych, rozwijanych i dostarczanych w ramach silnej integracji z rozwiązaniami naszych kluczowych partnerów takich jak Microsoft, Oracle, HPE czy Intel. Przejście z dzisiejszego modelu dystrybucyjnego w rolę dostawcy produktów, pozwoli na ekspansję spółki na rynkach międzynarodowych (do poziomu minimum 20% w roku 2020) – ze szczególnym uwzględnieniem rynków tzw. wschodzących i rozwijających, z wykorzystaniem rozwijanego kanału sprzedaży sieci partnerskiej. Dodatkowo, pozycjonując własne produkty w Polsce i na rynkach zagranicznych, spółka skupia się głównie na branżach czy rozwiązaniach dających potencjał sprzedaży w modelu rekurencyjnym. Właśnie model budowania długotrwałych relacji i sprzedaży usług abonamentowych stanowi ostatni element Programu 3 x 20 (20% przychodów spółki w 2020 roku ma być generowane w ramach udostępnienia usług w modelu as a Service).

Efektywne wdrożenie założeń „Programu 3 x 20” wymaga przede wszystkim sprawności operacyjnej i dyscypliny w realizacji celów jakościowych, traktowanych na równi z celami ilościowymi. Kierując spółką giełdową, zdaję sobie sprawę z konieczności realizacji wyników finansowych, mających na celu zapewnienie między innymi dywidendy dla akcjonariuszy. Dlatego cele Programu zostały opisane w modelu zrównoważonej karty wyników, gdzie obok wymiaru finansowego określającego oczekiwane wyniki zysku netto dla spółki, zdefiniowaliśmy wskaźniki jakościowe w ujęciu oferty rynkowej, dojrzałości procesów wewnętrznych i poziomu konkurencyjności mierzonej między innymi kluczowymi kompetencjami. Aby zapewnić większą transparentność i przypisanie odpowiedzialności kaskadowo z poziomu zarządu do zespołów merytorycznych, przygotowujemy nową strukturę organizacyjną, wraz z niezbędnymi narzędziami i procesami, dla których pełną gotowość operacyjną osiągniemy 1 kwietnia 2018. Z tą datą wiązać się będą narodziny nowego Betacom, którego filarami zostaną samodzielne linie biznesowe skoncentrowane na realizacji założeń Programu 3 x 20 w ujęciu produktów własnych, ekspansji międzynarodowej i sprzedaży w modelu rekurencyjnym.

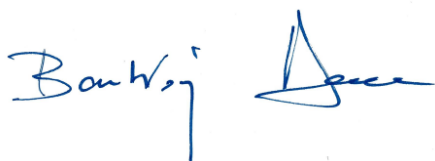
Przygotowując się do wejścia w strukturę linii biznesowych (LoB – Line of Business), już teraz realizujemy pilotażowo projekty sprzedażowe w ujęciu własnych produktów, w tym na rynkach międzynarodowych i w modelu abonamentowym.

We wrześniu 2017 miałem przyjemność uczestniczyć w Konferencji dla Partnerów Oracle, podczas której odebrałem wyjątkową nagrodę „Oracle Innovation Award” (obok drugiego zwycięzcy – zespołu ze Stanford University) za wdrożenie modelu hybrydowego u klienta z sektora przemysłowego, dla którego za pomocą chmury obliczeniowej przyspieszyliśmy 10-krotnie analizę danych przy zmniejszonym budżecie inwestycyjnym. Również we wrześniu, przygotowaliśmy portal do korepetycji zbudowany w oparciu o nasz produkt Eduwarehouse, który został uruchomiony przez Partnera działającego na Middle East - na ważnym rynku edukacyjnym w regionie. Dzisiaj rozwiązanie jest używane przez ponad 200 tys. użytkowników.

Zgadzam się i podpisuję pod wynikami badań zrealizowanych przez zespół Harvard Business School, na próbie 400 przedsiębiorstw, z którego wynika, że 35% podniesienia efektywności na poziomie realizacji strategii przekłada się na wzrost wartości przedsiębiorstwa dla akcjonariuszy o minimum 30%. Realizacja Programu 3 x 20, w wymiarze finansowym ma między innymi podnieść wskaźnik rentowności spółki.

Mam nadzieję, że kolejne sześć miesięcy będzie równie intensywne w spółce i poza korzystnymi wynikami finansowymi, pisząc o szansach roku 2018, Betacom będzie już w nowym miejscu, gotowy do realizacji celów strategicznych Programu 3 x 20.

Z poważaniem,



Bartłomiej Antczak