

В tandemе с мужем-программистом Наталья Касперская оказалась прирожденным управленцем. Развитием каналов сбыта, выходом за рубеж «Лаборатория» обязана именно ей. «Оыта продаж и работы с партнерами у нее почти не было, зато в наличии имелись коммерческая жилка и отличные качества – желание всему научиться и умение делать это быстро. К 1996 году над антивирусом работали уже 10 человек, появилась техническая поддержка», – признавал в интервью «Ф.» успехи бывшей жены Евгений Касперский. В 2007 году выручка компании составила \$183 млн, бизнес рос как на дрожжах. Наталья решила, что бизнес по продаже антивирусов требует внимания профессиональных управленцев, и занялась развитием нового стартапа – Infowatch, до тех пор ни шатко ни валко развивавшись в рамках «Лаборатории». «Мы решили, что продать компанию дорого будет трудно, а дешево – нецелесообразно», – рассказывает Наталья Касперская. Но взять проект на себя она согласилась при одном условии: получение контрольного пакета акций. Infowatch с 2003 года создает комплексные системы защиты от утечек информации (DLP-системы). Результатом четырех лет работы стал продукт, работавший с огромными проблемами. Infowatch



Безопасный бизнес

Наиболее известная в мире российская ИТ-компания во многом обязана успехом жене своего основателя.

Сейчас Наталья Касперская осваивает новый сегмент защиты корпоративной информации.

Наталья Анищук | anischuk@finansmag.ru

требовались новые подходы. Кое-что для Натальи не изменилось – конкуренты также, что и на антивирусном рынке, – Symantec, McAfee, WebSense. На стадии становления не обошлось без курьезов. Например, когда в 2008 году Infowatch выходила на рынок Германии, в системе стоял лингвистический движок, использующий бессловарную морфологию немецкого языка. Анализировались слова, а не словоформы, и технология

не сработала. «В немецком языке есть две проблемы, сложные для автоматического распознавания: «беглые» приставки и сложные слова. Например, в глаголе ablegen приставка ab- может оказаться в любом месте предложения. Догадаться в таком случае, что ab- относится к legen, – задача для системы нетривиальная. И немцы очень любят сплывать несколько слов вместе... Таких сложных слов нет в словаре, и наша

технология не срабатывала», – вспоминает Наталья Касперская. На доработку ушел год. По ее мнению, коммерческий успех «Лаборатории Касперского» базируется на мощной партнерской сети, поэтому тот же принцип Наталья пыталась положить в основу развитие Infowatch. «Но путь оказался негодным. Продукт очень сложный, предполагает внедрение и участие высококвалифицированного партнера. Нам пришлось с нуля соз-

дать службу поддержки», – говорит Наталья Касперская. Развитию Infowatch помешал кризис. По оценкам Anti-malware.ru, выручка упала с \$7,2 млн в 2008 году до \$5 млн в 2009-м. Зато в прошлом году компания взяла реванш, впервые достигнув нулевой рентабельности по EBITDA. По оценке Натальи Касперской, продукты компании в 2010 году заняли около половины российского рынка DLP-систем. Эксперты Anti-malware.ru также говорят об объеме всего рынка в \$18–20 млн. Наталья является сторонником публичного размещения «Лаборатории Касперского». По ее мнению, оно необходимо для ускорения роста. Но из-за разногласий акционеров компания не вышла на биржу. И вот свежая новость: покупка американским инвестиционным фондом General Atlantic около 20% акций ЛК, часть из которых продала Наталья Касперская. Участники рынка оценивают сумму сделки в \$260 млн. До продажи Наталье принадлежало менее 30% акций. «Я продала незначительную часть своих акций, у меня остался хороший пакет, – уточняет Наталья Касперская. – Теперь у меня третий по величине акционерный пакет «Лаборатории». Вырученные несколько миллионов долларов я направила на развитие трех собственных стартапов». Эти проекты Наталья развивает вместе с мужем Игорем Ашмановым.