

ДИСТРИБУЦИЯ

Belkin и ASBIS Russia

ASBIS Russia (филиал ASBIS Enterprises PLC) становится авторизованным дистрибьютором всей продукции компании BELKIN, включая аксессуары и сумки для ноутбуков, а также средства связи для продуктов Apple, которые уже доступны для клиентов ASBIS в Российской Федерации.

Dell и diHouse

Компании Dell и diHouse объявили о начале сотрудничества. В рамках заключенного соглашения компания diHouse с первых чисел июля начала поставки продукции вендора в крупнейшие федеральные розничные сети России. Партнеры и клиенты diHouse уже могут заказывать продукцию Dell — это относится ко всей текущей линейке потребительских моделей.

Kerio Technologies

Компания Kerio Technologies Inc объявила о заключении партнерских соглашений с дистрибьюторами в Азии, Восточной Европе и на Ближнем Востоке. В соглашениях, подписанных совместно с Asiasoft Hong Kong Limited (Китай), Software China (Китай), ADAOX (Ближний Восток), «Аксост» (Турция) и ASBIS (Восточная Европа), речь идет о дистрибуции продуктов Kerio MailServer и Kerio WinRoute Firewall. «В этом году мы намерены вплотную заняться инвестициями в технологии для малого и среднего бизнеса на рынках быстроразвивающихся стран, таких как Китай, — заявляет Мирек Крен (Mirek Kren), вице-президент по продажам Kerio. — Работая с такими партнерами, мы сможем эффективно воспользоваться их знанием местного рынка, расширить свою торговую сеть, чтобы отвечать потребностям заказчиков сегмента малого и среднего бизнеса в этих регионах».

Lenovo и MERLION

Компании Lenovo и MERLION объявили о заключении нового партнерского соглашения, согласно которому MERLION становится официальным дистрибьютором линейки ноутбуков ThinkPad в России. Все модели этой линейки, ориентированные как на предприятия малого и среднего бизнеса, так и на корпорации, уже доступны для заказа.

Linksys и MERLION

Компания MERLION объявляет о начале продаж сетевого оборудования Premium-класса в SOHO-сегменте — Linksys by Cisco. Недавнее фокусирование Linksys на российский рынок позволило дистрибьюторам приобретать эту продукцию полностью русифицированной и, что самое важное, по вполне адекватным ценам и с отличной маркетинговой поддержкой. Уже имеющееся продуктовое предложение пополнено новинками, отвечающими всем последним требованиям рынка.

Logistic Systems

Компания «Логистические системы» (Logistic Systems) в рамках антикризисной программы предоставляет компаниям возможность воспользоваться услугой бесплатной экспертизы существующей складской системы в целях повышения логистической конкурентоспособности их деятельности. Указанная программа нацелена на выявление «узких мест» как источников неоправданно высоких логистических затрат, снижающих общую эффективность складской грузопереработки и деятельности компании в целом.



Андрей Брандаус,
директор компании «1С-Северо-Запад»



Вадим Корольков,
генеральный директор компании «Аксост»



Всеволод Крылов,
председатель совета директоров компании RSI

Дистрибьюто

Обсуждая с дистрибьюторами их бизнес, невозможно было не спросить, как складываются в условиях кризиса их отношения с вендорами. «Вендоры, как и люди, все весьма разные», — резонно подметил вице-президент, генеральный менеджер компании «Марвел-Дистрибуция» Константин Шляхов. И добавил, что различия между производителями в условиях стабильности не так заметны, зато в кризис сильнее бросаются в глаза.

Впрочем, так же как и у всех людей, у вендоров есть и общие черты: у большинства из них кредитные линии партнеров полностью или частично застрахованы в международных страховых компаниях, а последние весьма сильно снизили лимиты для России и для всех компаний, работающих на ее территории. Очевидно, что приоритет и у страховщиков, и у вендоров получили партнеры, имеющие длительную положительную кредитную историю, желательнее более десяти лет, чтобы можно было понять, как они вели себя в кризис 1998 года. Те из них, кто тогда выстоял, получили преференции практически везде, но... только не от вендоров с особо сложным характером. Эти, как рассказал Константин Шляхов («Марвел-Дистрибуция»), внезапно закрыли кредитные линии и перевели на предоплату всех партнеров без разбора — сразу же после того, как страховщики отменили страховое покрытие для российских компаний. Ответные меры со стороны дистрибьюторов в каких-то случаях последовали, но не столь жесткие. Например, компания «Марвел» не стала даже (во всяком случае — пока) разрывать контракты, полагая, что вендор и так сам себя наказывает — его доля в обороте у любого партнера, имеющего альтернативных поставщиков, заметно снижается.

Между тем у кризиса нашелся и положительный аспект. Нынешняя ситуация «отрезвляюще» действовала на многих зарубежных поставщиков. «До кризиса было чрезвычайно сложно сопротивляться их стремлению забить наши склады сверх всякого разумного

предела, — рассказал IT News президент компании OCS Максим Сорокин. — Сейчас другое дело — мы вновь получили возможность самим решать, что нам надо брать на склад и в каких количествах».

Многие дистрибьюторы отмечают, что сильнейшие вендоры и их партнеры получили неплохой шанс для укрепления своих и без того не слабых позиций. По словам генерального директора компании «Ландата» Евгения Лачков, в кризисное время важно подключать к поставкам финансовые институты, которые предлагают западные производители (подобная финансовая программа есть, скажем, у IBM). «Понятно, что не все дистрибьюторы обладают возможностями по работе с такими инструментами, поэтому умения подобного рода являются заметным конкурентным преимуществом в текущей экономической ситуации», — поясняет свою точку зрения Евгений Лачков.

Если же говорить об отношении дистрибьюторов к вендорам в целом, то к настоящему времени, по мнению большинства российских партнеров, их зарубежные поставщики довольно грамотно оценили текущее положение вещей и улучшили финансовые условия — и для дистрибьюторов, и для партнеров второго уровня. «Поставщики существенно увеличили отсрочки платежей, у них появились промоцены, специальные антикризисные предложения», — высказал общее мнение о вендорах с «хорошим» характером Евгений Лачков («Ландата»). И добавил, что дистрибьюторы с более сбалансированным портфелем получили преимущество перед моновендорными или нишевыми коллегами, так как имеют возможность варьировать свои предложения и предлагать наиболее экономный вариант для каждой задачи, а падение продаж одного вендора компенсировать увеличением продаж другого.

Что касается того места в кризисном ландшафте, в котором сейчас находятся IT-рынок и его дистрибьюторское направление, то, по наиболее распространенному мнению, мы уже какое-то время лежим на «дне».

Интересное определение «дна» дал председатель совета директоров RSI Всеволод Крылов: «Дно кризиса — это сочетание отсутствия финансирования у заказчиков всех уровней, их же неплатежеспособности по уже поставленному оборудованию, а также сворачивания банками любого финансирования IT-сектора, то есть «сбор» (особенно досрочный) ранее выданных кредитов и невыдача новых».

На будущее российские дистрибьюторы смотрят с цивилизованным оптимизмом. С цивилизованным, поскольку в нашей стране, как сказал Евгений Лачков («Ландата»), «люди научились и полюбили работать бок о бок. Между многими дистрибьюторскими компаниями установились стабильные доверительные отношения. Дистрибьюторы обмениваются информацией между собой, постоянно делятся данными о компаниях с плохой дебиторской задолженностью, они научились делать совместное общее дело».

Дистрибьюторский оптимизм, естественно, не означает веры в светлое будущее для всех. Напротив, руководители компаний уверены: если в ближайшее время не будет видно четких перспектив, то количество игроков уменьшится. В первую очередь — за счет мелких и средних фирм. «Крупные выстоят все, у них огромный запас прочности», — не сомневается Максим Сорокин (OCS).

Но и у владельцев выстоявших крупных компаний будет серьезный повод для раздумий. «Если в самой ближайшей перспективе перед собственниками компаний не будет ясной и видной перспективы «отбить потери», то предсказывать, все ли собственники захотят оставаться в этом бизнесе и в 2010 году, не берусь, — заявил Константин Шляхов («Марвел-Дистрибуция»). — Ожидать больших изменений в текущем году не стоит, но есть ощущение, что следующий год в этом плане будет иным: уходы с рынка, слияния и поглощения — прессе явно будет о чем писать».

Если постараться охарактеризовать текущие взаимоотношения дистрибьюторов и розницы, то выясняется, что они, мягко говоря,

IT-дистрибуция в США

Международный совет IT-дистрибуции (Global Technology Distribution Council, GTDC) — отраслевая ассоциация, совокупный доход членов которой превышает \$100 млрд, сообщила, что точка минимума кривой объемов продаж в IT-индустрии, которая в течение последнего года демонстрировала резкий спад, похоже, пройдена.

GTDC ссылается на данные аналитической фирмы NPD Group, наблюдающей за реальными цифрами продаж членов ассоциации в США. «Кризис, причинивший ущерб бизнесу во всем мире,

остаётся суровой действительностью, но есть признаки, свидетельствующие, что на рынке IT-дистрибуции США худшее уже позади, — комментирует генеральный директор GTDC Тимоти Карран (Timothy J. Carran), сообщивший эту новость на ежегодной конференции для инвесторов в начале мая в Нью-Йорке. — Наши члены воодушевлены и полны решимости возобновить наращивание продаж по мере дальнейшего улучшения состояния рынка».

NPD выпускает отчет Distributor Track для своих подписчиков с 2002 года, отслеживая уровни продаж членов GTDC

по отдельным продуктам и отраслям, а также наблюдая за соответствующими реселлерами и тенденциями в ценах. В число категорий товаров, демонстрирующих в этом году уверенный рост, вошли нетбуки, оборудование для беспроводных сетей и подключаемые к сети устройства хранения данных (NAS), которые предприятия малого и среднего бизнеса все чаще используют для хранения и управления своей информацией.

Карран подчеркнул, что все большее число производителей IT-оборудования и ПО опирается на дистрибьюторов с целью непрерывного повышения



Евгений Лачков,
генеральный директор компании «Ландата»



Максим Сорокин,
президент компании OCS



Константин Шляхов,
вице-президент, генеральный менеджер компании
«Марвел-Дистрибуция»

ДИСТРИБУЦИЯ

КОМПАНИИ СООБЩАЮТ

ДИСТРИБУЦИЯ

NETGEAR и OCS

15 июля компании NETGEAR и OCS объявили о подписании дистрибуторского соглашения, в соответствии с которым OCS получает право на приобретение и распространение оборудования NETGEAR на территории РФ. Планируется, что OCS значительно укрепит сеть продаж NETGEAR в целом, и в том числе за счет продвижения продуктов компании в регионах. Для OCS сотрудничество с NETGEAR — это возможность расширить свой портфель предложений за счет популярной линейки систем хранения данных стоимостью до \$10 тыс.

Oracle и ФОРС

Компания «ФОРС — Центр разработки» получила статус дистрибутора по комплексу бизнес-приложений Oracle JD Edwards EnterpriseOne. Преимущество этих программных продуктов — в гибкой и быстрой адаптации к конкретным бизнес-процессам и накопленный опыт по внедрению в целом ряде отраслей, который может быть с успехом применен и в России. Разработанная ФОРС совместно с Oracle программа развития партнерской сети предполагает широкие возможности по обучению технологиям Oracle JD Edwards EnterpriseOne продавцов и консультантов партнерских компаний, организацию совместных программ продвижения на региональных рынках, оказание помощи партнерам на всех этапах работы.

Siemens Enterprise Communications и OCS

Компания OCS сообщила о присвоении статуса Distribution Partner — Premier Level в рамках партнерской программы Go Forward корпорации Siemens Enterprise Communications. Новая глобальная партнерская программа Go Forward стартовала в 2008 году. Она предназначена для партнеров в области продаж и сервисного обслуживания. Программа предусматривает разделение партнерских уровней на Select, Plus и Premier. Статус Premier позволяет предоставлять партнерам полный спектр оборудования и решений из портфеля Siemens Enterprise Communications для рынка SMB.

НОВЫЕ НАЗНАЧЕНИЯ

«Скай Линк»

Председателем совета директоров ЗАО «Скай Линк» избран Рон Зоммер (Ron Sommer), первый вице-президент АФК «Система», руководитель бизнес-единицы «Телекоммуникационные активы», член правления компании.

Рон Зоммер родился в 1949 году. Изучал математику в Венском университете, где в 1971 году получил докторскую степень. В 1980 году занял пост управляющего директора в немецком филиале Sony Group, в 1986-м стал председателем правления Sony Deutschland, а в 1990 году назначен президентом и COO Sony Corporation в США. В 1993 году перешел на ту же должность в Sony Europe. С мая 1995 по июль 2002 года — председатель правления Deutsche Telekom AG. В 2003 году избран председателем международного консультативного совета ОАО АФК «Система» — совещательного органа по выработке рекомендаций в области стратегического развития и корпоративного управления. В 2005 году в качестве независимого директора вошел в состав совета директоров ОАО АФК «Система», где исполнял также обязанности председателя комитета по связям с инвесторами. Член совета директоров компаний Motorola, Tata Consultancy Services, Weather Investments, Munich Reinsurance, входит в состав международного консультативного совета Blackstone Group.

Российская мозаика

неоднозначны. Конечно же, не стоит валить в одну кучу все розничные сети. По словам **Максима Сорокина** (OCS), среди последних «есть умные и сильные компании», но есть и такие, которые «ведут себя так, будто не бизнес делают, а играют в рулетку, причем все время ставят на все деньги — свои и чужие». Собственно, поведение владельцев розничных сетей и определяет отношение к ним их партнеров-дистрибуторов.

Надо сказать, что некоторые крупные дистрибуторы волевым решением отказались от розничной составляющей в бизнесе. «Наша компания в последнее время окончательно сконцентрировалась на работе с системными интеграторами, так что с ритейловыми и оптовыми компаниями отношения фактически прекратились», — прокомментировал отношение к данной проблеме **Евгений Лачков** («Ландата»). Всем остальным дистрибуторам так или иначе приходится розницу «терпеть». По мнению многих руководителей, сложнее всего не со специализированными компьютерными сетями, а с теми, кто торгует бытовой электроникой.

Константин Шляхов («Марвел-Дистрибуция») полагает, что неприязнь у дистрибуторов и владельцев «бытовых» розничных сетей взаимная: «те, и другие хотели бы обходиться друг без друга — но не получается». «Для дистрибутора, — поясняет он, — работа с крупной «бытовой» розницей — это достаточно большие объемы (и связанные с этим риски задержек оплат, «больно» бьющие по cash-flow дистрибутора) за весьма скромное вознаграждение. Для «бытовиков» предпочтительнее прямые отношения с производителем, но в сфере IT-продукции вендоры зачастую не готовы предоставлять тот сервис (длительные отсрочки, хеджирование валютных рисков, развозка товара по магазинам), к которому розничные сети привыкли. Поэтому сетям волей-неволей приходится обращаться к дистрибуторам».

Описывая многочисленные обязательства, которые берут на себя дистрибуторские компании взаимодействующие с розницей,

Виктор Силкин, генеральный директор компании «Супервейв», подчеркнул, в частности, что необходимо «своевременно отслеживать наличие товара на складах сети, проводить профессиональный мерчандайзинг, участвовать в формировании матрицы по своему направлению на уровне знания рынка, конкурентных особенностей и преимуществ, обеспечивать бесперебойное снабжение, не перегружая при этом склад заказчика, а также выполнять еще много незаметных и порой весьма нудных операций для достижения правильного и четкого взаимодействия всех служб». «В долгосрочной перспективе доля дистрибуторов в закупках крупных «федеральных» розничных сетей будет уменьшаться, а доля прямых закупок у производителей — расти», — отметил **Константин Шляхов** («Марвел-Дистрибуция»).

Если говорить о такой специфической области дистрибуторского бизнеса, как продвижение ПО, то здесь, как и прежде, ситуация в России довольно сложная. Основная проблема, как ее видит директор компании «IC-Северо-Запад» **Андрей Брандаус**, в том, что «программный продукт у нас не воспринимается в сознании товаром, который имеет ценность». В подтверждение своих слов он приводит мнение одного из «экспертов», который не так давно заявил радиослушателям одного из популярных каналов, что «человеку, который на премию купил себе компьютер, трудно еще найти деньги на антивирус или операционную систему». То есть если бы человек украл компьютер, все бы сказали — он вор, негодует г-н Брандаус. «Но программу, понятно, лучше украсть, и «эксперт» считает это нормальным. А если бы, к примеру, хватило денег на системный блок, а на монитор и клавиатуру не хватило? Воровать?» — спрашивает он.

Специфика работы дистрибуторов ПО обусловлена необходимостью сотрудничать с огромным количеством вендоров. При этом, как выясняется, российские разработчики нередко конкурируют со своими партнерами и поставляют решения напрямую

заказчику, не желая расставаться с определенным (иногда существенным) процентом прибыли. Западные разработчики этим не грешат, но зато не всегда адекватно оценивают свои возможности и перспективы на локальном рынке. «Особенно это касается новых игроков, только-только разглядевших в России перспективный для себя рынок и ожидающих от него «много и сразу» без особого желания предпринимать какие-либо усилия со своей стороны», — поясняет генеральный директор компании «Аксифт» **Вадим Корольков**.

Несмотря на меры по борьбе с пиратством, принимаемые и государством, и разработчиками, и дистрибуторами программных продуктов, падение продаж ПО в кризис будет довольно существенным. «По мнению ряда аналитических компаний, например IDC, снижение продаж на российском рынке программного обеспечения по итогам 2009 года составит в среднем 50%, — поделился информацией **Вадим Корольков** («Аксифт»). — На сегодняшний день наши продажи сократились не столь драматически, хотя снижение финансовых показателей по некоторым продуктовым группам (например, графическое и системное ПО) порой превышает даже не слишком оптимистичные прогнозы аналитиков». Меньше всего, по общему мнению поставщиков ПО, от кризиса пострадал сегмент информационной безопасности: продажи продуктов ряда производителей не только не упали, но стабильно идут вверх.

Надежда на более позитивный расклад дел во второй половине текущего года сохраняется у большинства дистрибуторов. Но поскольку экономика сейчас напоминает хрупкий картонный домик, то не исключено, что одна «карта», выдернутая банками, финансистами или нефтегазовыми компаниями, может легко повалить все сооружение и вызвать новую волну депрессивных настроений.

Леонид Чуриков

Пошла на поправку?

эффективности своей работы и расширения рынка. В США за последние два года свыше ста новых вендоров начали вести бизнес с членами GTDC. Даже некоторые из крупнейших в мире производителей, которые никогда не продавали свои продукты через дистрибуторов, перешли на двухуровневую модель продаж, по которой дистрибуторы обеспечивают продуктами и услугами большое число реселлеров и розничных торговых точек.

«В последние годы мы наблюдаем существенную перемену в отношении к дистрибуторам, — отметил глава GTDC. — В течение прошлого кризиса некоторые

поставщики начали пересматривать свои стратегии в отношении цепочки поставок в пользу прямых продаж. Однако со временем они поняли, что для экономически эффективного сбыта своих товаров через разветвленную сеть каналов со специфическими требованиями, которые трудно удовлетворить торгуя напрямую, гораздо выгоднее использовать дистрибуторов».

Дистрибуторы обеспечивают очевидное преимущество быстрого доступа к решениям от разных поставщиков и полный спектр сопутствующих услуг, позволяя быстрее регулировать операции

по мере изменения условий бизнеса и повышения требований со стороны реселлеров. Анализ рынка показывает, что IT-дистрибуторы демонстрируют самый высокий уровень продуктивности и лучшие показатели управления товарными запасами по сравнению со всеми прочими оптовыми каналами сбыта. Кроме того, IT-дистрибуторы предоставляют услуги при чрезвычайно низких торговых, общих и административных издержках, которые в течение последних трех лет стабильно остаются на уровне ниже 6%.

Александр Зельцер