

Во время кризиса у многих дистрибьюторов, до поры до времени прилагавших усилия для создания и поддержки своей партнерской сети, нервы уже не выдерживают. Ожидать, когда этот «нерасторопный инсталлятор» принесет проект, становится не вмоготу. А тем более, когда последний заявляет, что ему, инсталлятору, все равно, какую кабельную систему ставить заказчику. Поскольку, дескать, свою скидку от производителя он все равно получит по условиям партнерства.

Как бы не так, говорит дистрибьютор. Мы еще посмотрим, кто эту скидку в итоге получит. Я сейчас сам пройду по заказчикам, и тогда мы поговорим...

### Все не так просто

На прошедшей в апреле этого года 5-й международной конференции по СКС особый интерес слушателей вызвал доклад коммерческого директора компании Synergia SE Антона Подчеко, который рассмотрел тенденции украинского рынка СКС в кризисный период. Мы решили, что с

этим материалом будет интересно познакомиться всем участникам рынка кабельных систем.

Более того, в рамках данной публикации редакция решила провести среди инсталляторов мини-анкетирование и сформировать на его базе общую картину работы компаний в нынешних непростых условиях. Обобщенные результаты опроса мы также предлагаем вашему вниманию в завершение упомянутой статьи автора.

Редакция журнала

**СИБ**

### Антон ПОДЧЕКО

# Размышления о рынке СКС, вынужденных шагах и реальной практике

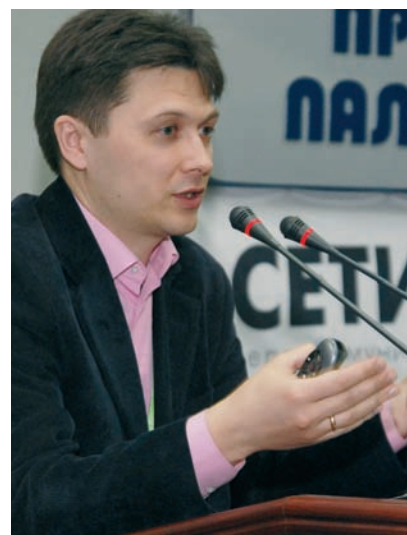
*Прошедший год был весьма непростым как для всей ИТ-отрасли, так и для сегмента СКС в частности. Реальных объектов на рынке СКС в 2009 году было очень мало. Ограниченный бюджет приводил к тому, что компании старались минимизировать свои затраты. Началась повальная экономия на всем. Очевидно, что это не могло не отразиться на качестве и уровне решений. И оно отразилось.*

**К**ак театр начинается с вешалки, так и любая инсталляция начинается с проекта. Ни для кого не секрет, что каким будет проект, таким будет и конечный результат. Всем хочется, чтобы проект был продуманным от начала до конца, удовлетворял все существующие потребности заказчика и предусматривал возможность расширения. И, наконец, чтобы он был согласован с другими системами и службами, являющимися неотъемлемыми частями жизнеобеспечения здания. Например, расположение кабельных трасс СКС желательно согласовать с организациями, которые занимаются системой пожароту-

шения, охранной сигнализацией, системами вентилирования и кондиционирования и т.п.

Совсем недавно мы с гордостью говорили, что наш рынок СКС достиг того уровня, при котором проектирование стало более качественным, люди начали более внимательно относиться к этому этапу строительства, и самое главное — проектирование стало приносить деньги. За проекты начали платить, и появились отдельные коммерческие компании, которые стали заниматься исключительно проектированием.

Но интеллектуальный труд снова обесценился, и сегодня ситуация опять откатилось на много лет



**Антон ПОДЧЕКО,**  
коммерческий директор  
компании Synergia

назад. Если за проект в лучшем случае платят мизерную часть от его реальной стоимости, то кто будет его строить? Или люди некомпетентные в данном вопросе, или компетентные, но не особенно желающие тратить на него свои силы и время. И от этого страдает культура проектирования в целом, а следовательно, качество проекта (в первую очередь) и самой его реализации.

### Тенденции рынка СКС — не повод для грусти

Есть еще одна невеселая и показательная тенденция последних полутора лет. В то время как рынок серверов, например, ста-

новится все более прозрачным и предсказуемым, рынок пассивных компонентов мигрирует к дешевым решениям, зачастую неизвестного происхождения. Есть здесь повод для грусти — сегодня складывается такая ситуация, что в связи с усложнением активного сетевого и серверного оборудования конечный заказчик все чаще сталкивается с решениями, в суть которых он глубоко вникнуть не может. Если раньше критерием работоспособности сети была возможность увидеть данные на соседнем компьютере, то сегодня специалисты оперируют понятиями «виртуальных серверов и кластеров».

Производители маршрутизаторов и серверов наперегонки убеждают заказчиков, что только их решения самые лучшие и, самое главное, являются единственными в своем классе. А поскольку вопросы на этих уровнях решаются достаточно сложные, то чаще всего заказчику приходится просто верить на слово производителю, полностью доверяя ему построение и конфигурирование системы. И тут открывается неограниченное поле для творчества поставщиков активного оборудования, которые уверяют заказчика, что предложенная спецификация является всего лишь «минимально» необходимой, а самое главное — безальтернативной. Но, кроме того, благодаря появлению новых функций и возможностей стоимость активного оборудования непрерывно увеличивается.

При этом денежных ресурсов на реализацию самого проекта

### Размышления о пищевой цепочке

Кабельная продукция от производителя к конечному заказчику проходит сложный путь, включающий важные звенья этой цепочки — дистрибьютора и инсталлятора.

Для конечного заказчика кризисные явления в экономике — это, несомненно, тяжелые времена. Но он знает, что поскольку трудно всем, то эту ситуацию можно использовать и с выгодой для себя. Существует множество всевозможных способов, как достигается подобный эффект. Рассмотрим некоторые из них.

Часто бывают случаи, когда процедура выбора технологии и инсталлятора делится на две части. Вначале участники тендера (инсталляторы) проходят квалификационный отбор. А потом, когда системный интегратор уже определен, заказчик начинает думать, на чем строить кабельную систему и как. В этом случае получается очень любопытная ситуация, когда системному интегратору абсолютно все равно, на оборудовании какого производителя будет реализован проект. У него есть сертификаты от большинства производителей, есть специалисты по множеству технологий, и ему кажется, что он может все построить сам, причем на высшем уровне. Очень часто системный интегратор занимает пассивную позицию, ограничиваясь фразой: «Идите и сами договаривайтесь с заказчиком, мне все равно, на чем строить».

---

Системному интегратору может быть абсолютно все равно, на оборудовании какого производителя будет реализован проект.

---

больше не выделяется. Поэтому заказчик вынужден экономить в других сферах, в частности, на СКС. А это значит, что нередко наблюдается переход на более дешевые пассивные компоненты, а то и на понаме.

Такая ситуация складывается тогда, когда интегратор либо не хочет портить отношения с каким-либо производителем СКС, либо не видит преимуществ работы исключительно с одной технологией. А может быть, инсталлятор

просто не может обосновать свой выбор перед заказчиком...

В любом случае производители и поставщики решений (дистрибьюторы) вынуждены идти к конечному заказчику и вести с ним прямой диалог. С одной стороны, это самая обычная ситуация, когда поставщик решений презентует заказчику свои технологии. Однако сегодня, к сожалению, довольно часто приходится слышать, что поставщик решений предлагает сам купить у него оборудование «напрямую». Или охотно соглашается с желанием самого заказчика приобрести оборудование у поставщика без посредников и со скидкой, что, в принципе, то же самое.

Почему такое становится возможным? Прежде всего потому, что конечный заказчик сам вынужден экономить из-за недостатка финансирования. Кроме того, заказчик не всегда хочет сокращать свой персонал, который можно пере-квалифицировать на выполнение смежных работ. В любом случае решение принимается руководством, которое рассуждает примерно так: «Поскольку у нас есть, к примеру, департамент проектирования и монтажники-электрики, то почему бы этим людям не заняться и проектированием СКС, и построением ИТ-инфраструктуры, а заодно и закупкой оборудования?»

Но такое решение редко приводит к положительным результатам. Мы ведь понимаем, что чаще всего заказчик самостоятельно не в силах ни выполнить комплексный проект, ни тем более его реализовать. Поэтому он сначала обращается к системному интегратору, который разрабатывает проект, пишет техническое задание, формирует спецификацию в надежде, что в качестве вознаграждения за твой труд сможет и реализовать этот проект. Но далее заказчик самостоятельно заказывает у поставщика оборудование и пытается что-то построить сам. И когда у него это не получается,

он снова обращается к системному интегратору. Тот вынужден переделывать, дорабатывать, но уже за другие деньги. В результате попытка самому построить СКС выливается в дополнительное время, дополнительные расходы и низкое качество реализации.

Но если смотреть глубже, то это может привести к тому, что системный интегратор может превратиться в простого исполнителя работ. Никто не будет возражать, что ему для поддержки высокого уровня предоставления услуг нужно постоянно оттачивать свои навыки и мастерство.

Нередки случаи, когда поставщик решений предлагает конечному пользователю скидку, например, сразу на несколько объектов, которые тот планирует построить. Это может быть несколько процентов от рекомендованной для продажи цены. Если вспомнить слова Ломоносова, который сказал, что «ничто ниоткуда не берется и ничто никуда не девается», то становится понятно, что скидка идет за счет прибыли системного интегратора. Эта скидка может частично компенсироваться поставщиком. Но ее для системного интегратора вообще может не быть, если ее размер достигает 50% и выше. Будет ли интересен такой проект для интегратора? Конечно, нет. В этом случае интегратор сделает все возможное, чтобы выполняемая работа соответствовала той прибыли, которую он получит от реализации данного проекта. Разговор о творчестве, вдохновении, работе с душой, обо всем лучшем, что вкладывает нормальный интегратор в реализацию своего проекта, в данном случае уже будет неуместен. Нет прибыли — нет интереса, а если нет интереса, то нет и качества!

Еще одна мысль, о которой говорят нечасто. Неужели трудно понять, что если поставщик дает громадные скидки заказчику или предлагает, например, в виде бонуса свое программное обеспе-

чение, то этим он, прежде всего, обесценивает свой продукт и свое решение. Поэтому заказчик может продолжить логическую цепочку и сделать вывод, что если сам поставщик не ценит свой продукт, то почему это должен делать заказчик и отдавать именно этой технологии предпочтение? Этому есть подтверждения, которые основаны на вполне реальных проектах.

### Откуда скидки?

В чем причина, что поставщик решений дает такие скидки? Здесь могут быть два ответа. Во-первых, если поставщик имеет статус представительства, а логистику осуществляет официальный дистрибьютор, его работа может оцениваться не по объему продаж, а по количеству инсталлированных портов и проложенных километров кабеля. Во-вторых, не секрет, что существует метод «подсадки» на технологию, и им нередко пользуются как производители, так и системные интеграторы.

Смысл в том, чтобы первую поставку сделать по заведомо низкой цене, а на последующих компенсировать эту разницу. Это, конечно, снижает авторитет таких игроков ИТ-рынка. Но каждый пытается зарабатывать как может. Последствия же могут оказаться еще трагичнее. Представьте, что думает конечный заказчик, если вчера он покупал по цене с нулевой скидкой, а сегодня имеет скидку в 50%? А думает он только о том, «сколько же на мне вчера заработали?». Вот это самое печальное. Потому что теряется доверие, без которого невозможно развивать никакой бизнес.

Также хочется отметить, что как дистрибьюторы, так и интеграторы занимаются, прежде всего, интеллектуальным трудом. Это проектирование, консультации, командировки, конференции — на все нужны средства. И на это идут те деньги, которые зарабатывает дистрибьютор и которые

вкладываются в маркетинг, рекламу, продвижение продуктов, в рост ИТ-рынка. Равно как и системный интегратор, заработок которого — это проекты, выполненные авансом, с обещанием того, что «если вы выиграете, то ваш проект мы как-то оценим какой-то там строчкой в спецификации (последней)». Равно как и «горящие» звонки с обоснованием «беги сюда, переделывай, а завтра мы, может быть, заплатим». В лучшем случае прибыль какая-то останется, в худшем — сами поставщики могут обеспечить продажу оборудования конечному заказчику. И что тогда? Здесь уже о прибыли говорить трудно.

Главная задача, стоящая перед дистрибьюторами, — поддержка партнерских отношений. Говорят, что друзья познаются в беде. Действительно, друзья познаются не тогда, когда все замечательно, когда рынок на подъеме, на именно тогда, когда тяжело. И мы делаем все возможное, чтобы сохранить эти партнерские отношения с конечными заказчиками, с системными интеграторами и, в принципе, стараемся не снижать уровень своего сервиса и предоставляемых услуг.

Конечно, можно сказать, что мы рассматриваем данную тему только с позиции производителя и ничего не знаем о том, в каких условиях приходится сегодня жить системному интегратору. Нет, напротив, мы это прекрасно знаем. Например, нам хорошо известно, что инсталлятору часто приходится доделывать старые или начинать новые проекты, в которых бюджет уже оговорен. Иногда это происходит за счет рентабельности инсталлятора. Но если эта разница крайне велика, то системный интегратор вынужден устанавливать оборудование другой торговой марки или более низкого уровня. Например, вместо заложенного в проект кабеля с оболочкой LSFRZH (Low Smoke Flame Retardant Zero Halogen) по-

ставлять кабель с оболочкой ПВХ, или вместо фирменных компонентов — «сборную солянку».

Ограничение бюджета можно в определенных пределах считать оправданием, когда вместо решения класса E строится решение класса D, или когда экранированную систему заменяют на неэкранированную. Такие вопросы можно и нужно обсуждать с заказчиком.

Мы знаем, в каком сложном конкурентном окружении приходится сегодня работать нашим партнерам. Новых проектов на рынке сейчас очень мало, поэтому большое число инсталлято-

ров участвуют в каждом из них. Снижение стоимости материалов и услуг стало обычным явлением, но, к сожалению, иногда при участии в тендерах некоторые участники подают заведомо заниженную цену. Дескать, поскольку победителя не судят, то потом что-то можно будет придумать. А вот если выиграть не удастся, то пусть коллеги попробуют за эти деньги построить систему. Такая технология встречается у нас довольно часто.

Исходя из этого возникает следующий вопрос: что же, собственно говоря, делать? Вопрос риторический. Конечно, можно,

как в предыдущие четыре года, заседать за круглым столом и говорить: «Ребята, давайте жить дружно». Но, скорее всего, от этого реальной пользы не будет. Ведь уровень взаимного доверия между конкурентами на украинском рынке оставляет желать лучшего. Сегодня надо просто задуматься, что нас ожидает завтра. И этот вопрос выживания мы можем решить только сами, причем не только на словах, но и корректной работой на рынке.

**Антон ПОДЧЕКО,**  
коммерческий директор  
компании Synergia

## Взгляд на проблему прямой работы с заказчиком

### Анализ результатов блиц-опроса, проведенного среди инсталляторов СКС

Редакция журнала «СИБ» параллельно с подготовкой публикации статьи Антона Подчеко провела отдельное независимое мини-анкетирование среди компаний-инсталляторов, поставив перед собой цель выяснить, какую опасность для рынка СКС представляет прямая работа поставщиков решений с заказчиками и насколько распространена эта практика.

Проанализировав ответы респондентов, мы поняли, что ответы компаний зависят от того, киевский ли это инсталлятор либо же региональный. Большинство региональных компаний достаточно редко сталкиваются с предложением дистрибьюторов или представительств (поставщиков решений) взяться за реализацию проекта для найденных заказчиков. По крайней мере, такие инициативы если и бывают, то крайне редко. Более того, региональные инсталляторы заявляют о том, что были бы рады подробным предложениям, поскольку хоть что-то заработать на выполнении инсталляций — это лучше, чем вообще ничего не заработать. Так, по словам представителя «Одител»: «Компании выгоднее осуществить весь цикл от

проекта через оборудование к работам с последующей поддержкой конечного решения. Но если производитель или дистрибьютор предоставят нам готового клиента, которому нужно выполнить работы, мы с большим удовольствием выполним их. Но ни разу за 12-летнее существование нашей фирмы таких предложений не поступало ☺».

В то же время киевские компании не отрицают подобных предложений, хотя утверждают, что их доля не является сколько-нибудь весомой. Вот что считают, к примеру, в «Диалог-Киев»: «Мы имеем живой интерес к таким проектам. По ряду вендоров подобное взаимодействие реализовано достаточно продуктивно». Почти половина киевских инсталляторов, принявших участие в мини-опросе, не отрицают, что принимали участие в таких проектах.

Все участники опроса согласны с тем, что эта ситуация не является типичной. Более того, количество подобных предложений в прошлом году никак не выросло по сравнению с 2008-м. По словам «Світ Кабельних Систем»: «Такие ситуации нам встре-

чаются очень нечасто, и в 2009 году они не участвовали». Аналогична позиция и у «РКИ-Консалтинг»: «Это не типичная ситуация на рынке. Обычно производитель идет на такой шаг, зная очень хорошо инсталлятора и качество выполняемых им работ. Конечная цель таких подходов — удержать серьезного клиента качеством инсталляции и большими продажами в будущем».

А вот с предложением от конечных заказчиков, которые где-то на стороне купили компоненты, региональные компании сталкиваются постоянно. Но, как правило, число таких предложений не превышает нескольких за год. При этом, если компоненты подобраны корректно, отказываться от таких проектов региональные компании не собираются. Киевские компании в этом смысле занимают более жесткую позицию, предпочитая более строго изучать предлагаемую заказчиком спецификацию.

Схема работы дистрибьютора напрямую с конечным заказчиком имеет ряд неудобств и даже опасностей. Например, у поставщиков решений