Трансформация роли ИТ-дистрибьюторов в условиях «нового» российского рынка

ocs.ru

Содержание

1. Введение. Методология исследования

2. Ключевые выводы

3. Решения для бизнеса: новые реалии и их влияние

3.1 Технологические тренды

3.2 Воздействие изменений на потребности клиентов

4. Трансформация роли ИТ-дистрибьютора

5. Ожидания рынка

5.1 Значимость добавленных услуг

5.2 Влияние дистрибьюторов на бизнес-партнеров

6. Вызовы и барьеры

6.1 Конкуренция с прямыми продажами производителей

6.2 Технологические и операционные вызовы

7. Точки роста и развития ИТ-дистрибьюторов

8. Заключение

1. Введение. Методология исследования

С 2022 года российский ИТ-рынок испытывает значительные колебания, вызванные не только глобальными экономическими и политическими изменениями, но и уходом многих зарубежных вендоров. Эти события вынудили компании пересмотреть свои роли и бизнес-модели: классические ИТ-дистрибьюторы превращаются в стратегических партнеров. Под стратегическими партнерами мы понимаем дистрибьюторов, которые не только поставляют продукцию и услуги, но и активно участвуют в создании комплексных решений, интеграции технологий и поддержке ИТ-инфраструктуры своих клиентов. Это понятие отражает новую роль, которую играют дистрибьюторы в условиях изменяющегося рынка.

Некоторые дистрибьюторы успешно приняли перемены и интегрируют свою деятельность с инновационными технологиями и сервисами.
В результате у них появляются другие направления бизнеса. Однако внедрение нововведений не всегда приводит к изменению бизнес-модели: многие дистрибьюторы продолжают успешно функционировать, опираясь на проверенную временем стратегию классической дистрибуции. Таким образом, мы можем видеть, что традиционные модели дистрибуции по-прежнему востребованы бизнесом и демонстрируют эффективность на изменившемся рынке РФ.

Данное исследование основано на опыте партнеров компании OCS (интеграторов, ретейлеров, сервис-провайдеров, компаний-разработчиков) и ставит целью выявить ключевые аспекты трансформации роли дистрибьюторов в новых рыночных реалиях. Основное внимание было уделено анализу изменений в роли дистрибьюторов и бизнес-моделях, а также оценке текущих требований рынка к услугам оптовых поставщиков.

Методология

Основной методологией сбора данных для исследования стал опрос руководителей, занимающихся непосредственным взаимодействием с дистрибьюторами в процессах закупок, стратегического планирования и партнерского взаимодействия. Онлайн-опрос проводился в июле 2024 года.

Охват исследования:

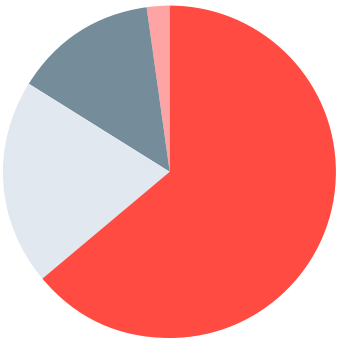
164 респондента из **144** компаний
приняли участие в исследовании

26 городов
география респондентов

4 профиля
деятельности компаний-участников опроса

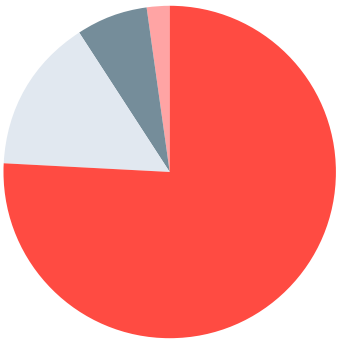
Компании-респонденты принадлежат к крупному и среднему ИТ-бизнесу.

Степень сотрудничества респондентов с дистрибьюторами



- **64%** организаций на постоянной основе сотрудничают с более чем 5 дистрибьюторами
- **20%** — с 4–5 дистрибьюторами
- **14%** — с 2–3 дистрибьюторами
- **2%** с 1 дистрибьютором

Основной профиль деятельности компаний-респондентов представлен следующими направлениями бизнеса:



- **76%** — интеграторы
- **15%** — ретейлеры
- **7%** — разработчики
- **2%** — сервис-провайдеры

2. Ключевые выводы

Результаты исследования показали масштабы изменения рынка ИТ-дистрибуции в результате череды событий за последний год. При этом, компании как столкнулись с новыми вызовами, так и получили возможности для развития:

1. Изменение бизнес-моделей.

Традиционная роль ИТ-дистрибьюторов претерпела значительные изменения, поскольку новые игроки из России и стран Азии смотрят на каналы продаж шире и часто реализуют свою продукцию не только через дистрибьюторов, как это делали ушедшие А-вендоры, но и напрямую. Таким образом, ИТ-дистрибьюторы пересматривают стратегию и трансформируют бизнес-модель, чтобы оставаться конкурентоспособными: например, дополняют список сервисов, цифровизируют услуги и др.

2. Трансформация роли дистрибьюторов.

42% участников опроса заметили, что к роли стратегических партнеров успешно адаптировалась лишь небольшая часть дистрибьюторов. В это же время 21% опрошенных отметил, что уже наблюдает активные изменения в работе дистрибьюторов. Тем не менее, 25% респондентов считают, что многие организации делают только первые шаги в этом направлении.

3. Конкуренция с прямыми продажами производителей.

Только пятая часть респондентов (21%) сообщила, что все закупки проходят через дистрибьюторов. Большинство компаний нередко приобретает товары напрямую у производителей. При этом, 28% организаций закупают до 10% продукции непосредственно у вендоров, а 24% — до 20%. Такой результат подчеркивает растущую конкуренцию между производителями и дистрибьюторами и вынуждает последних перестраивать свою бизнес-деятельность: делать упор на новые сервисы, а также добавленную стоимость к продуктам.

4. Рост значимости добавленных услуг.

Растущая потребность в расширенных сервисах была отмечена в ответах 22% респондентов, особенно в сфере финансов. При этом 19% опрошенных «по умолчанию» ожидают от дистрибьюторов логистических услуг. Их наличие становится критически важным для клиентов.

2. Ключевые выводы

5. Точки роста и развития.

Респонденты видят перспективы развития ИТ-дистрибьюторов, в первую очередь, в укреплении компетенций сервисной поддержки (25%). Также, по результатам опроса, оптовым поставщикам следует сфокусироваться на создании решений — как в сотрудничестве с вендорами (23%), так и самостоятельно (21%). Таким образом, рынок ожидает от дистрибьюторов более активного участия в разработке новых ИТ-решений.

6. Гарантийное обслуживание.

67% респондентов считают, что направление гарантийного обслуживания должно быть задачей сразу нескольких игроков рынка: например, решаться совместно дистрибьюторами и производителями. Однако 21% опрошенных полагает, что ключевая роль в процессе должна быть отведена дистрибьюторам.

7. Заинтересованность в изменении роли дистрибьюторов.

Большинство участников (66%) поддерживает активное развитие новых бизнес-моделей у дистрибьюторов. Только 16% респондентов считает, что текущие модели уже удовлетворяют все потребности рынка и необходимости в перестройке бизнеса оптовых поставщиков нет.

8. Временные рамки для восприятия изменений от расширения роли ИТ-дистрибьюторов.

Половина (50%) респондентов ожидает заметных изменений в ИТ-индустрии, связанных с расширением роли ИТ-дистрибьюторов, в течение 2–3 лет, 15% — 3–4 лет. Однако для каждого пятого опрошенного (21%) позитивные сдвиги уже заметны.

3. Решения для бизнеса: новые реалии и их влияние

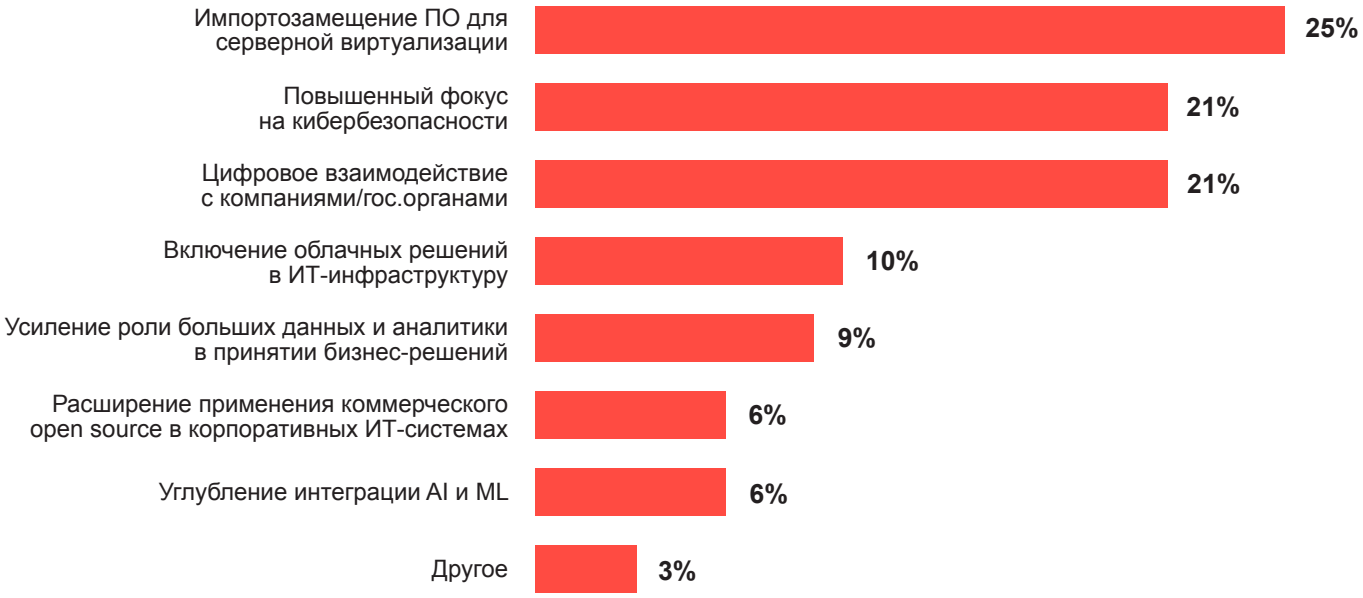
В эпоху непрерывных рыночных трансформаций для стратегического планирования компаниям критически важно фокусироваться на действующих и зарождающихся технологических трендах. Анализ направлений, по которым развиваются технологии, позволяет выявить те, что способны существенно повлиять на долгосрочную конкурентоспособность бизнеса, а также формировать инновационные процессы. Разумеется, тренды динамичны и в разные периоды времени могут с различной силой влиять на рынок и игроков. Но некоторые тенденции имеют больший вес и могут быть трамплином для других трендов в будущем.

3.1 Технологические тренды

Опрос ключевых игроков ИТ-рынка показал, что значительное влияние на цифровую трансформацию бизнеса за последний год оказало импортозамещение софта. При этом, каждый четвертый респондент отметил именно замещение серверной виртуализации наиболее важным и сложным элементом цифровизации этого периода.

Следует отметить, что серверная виртуализация занимает центральное место в современных ИТ-стратегиях большинства организаций. Во-первых, технология позволяет эффективно управлять вычислительными мощностями, в частности масштабировать их. Помимо этого, серверная виртуализация обеспечивает значительные преимущества в автоматизации и оптимизации ресурсов. Все это делает ее привлекательной с точки зрения инвестиций.

Технологические тренды, повлиявшие на цифровую трансформацию бизнеса за последний год



Следующим по значимости трендом стал повышенный фокус на кибербезопасности. Его отметил **21%** респондентов. В условиях увеличивающихся угроз и инцидентов безопасности, компании осознают необходимость усиленной защиты своих ИТ-инфраструктур. Это включает в себя не только внедрение новых технологий для предотвращения киберугроз, но и развитие компетенций в области мониторинга и реагирования на инциденты.

Цифровое взаимодействие бизнеса с другими компаниями и госорганами также набирает вес как заметный тренд, такое мнение выразил **21%** респондентов. Активное проникновение цифровых решений в процессы взаимодействия с внешними и внутренними контрагентами способствует повышению эффективности и прозрачности операций.

Среди других важных технологических тенденций респонденты отметили внедрение облачных решений в ИТ-инфраструктуру (**10%**), усиление роли больших данных и аналитики (**9%**), расширение применения коммерческого open source (**6%**), углубление интеграции с искусственным интеллектом и машинным обучением (**6%**). Сравнительно низкий процент компаний, отметивших значимость этих трендов, может быть связан с отложенным спросом на подобные решения. Другой причиной также могут быть начальные этапы проникновения этих технологий в различные отрасли экономики. Вероятнее всего, их потенциал станет заметнее в отдаленной перспективе, когда компании полнее осознают их выгоды и начнут активнее внедрять в свои операционные процессы.

Эти результаты демонстрируют нам не только актуальные направления развития ИТ-направления в России, но и многообразие подходов, используемых бизнесом для адаптации к изменениям. Перед дистрибьюторами стоит задача поддерживать и развивать компетенции, которые позволят удовлетворять требования компаний в части цифровизации с использованием описанных выше технологий.

3.2 Воздействие изменений на потребности клиентов

Рыночные изменения, произошедшие под влиянием событий 2022–2024 годов, коренным образом трансформировали требования бизнеса к ИТ-инфраструктуре, выведя на первый план надежность и безопасность. При этом, перед дистрибьюторами встала задача не только обеспечивать рынок качественными аппаратными и программными решениями в условиях санкционных ограничений, но также поставлять инновационные технологии.

По мнению **22%** респондентов, в последний год на складах оптовых поставщиков наблюдался дефицит серверного оборудования и СХД. **17%** компаний указали на нехватку сетевого оборудования, **14%** — на дефицит компонентов вроде процессоров и жестких дисков. А **13%** опрошенных не заметили значительных трудностей в процессе приобретения аппаратного обеспечения.

Важно отметить, что причины дефицита могли быть связаны не только с ограничениями на поставки, но и с расхождением ожиданий и реальности.

Например, значительное количество серверных платформ поставляется с небрендовыми или контрафактными опциями (например, клонированная память, жесткие диски, которые уже были в эксплуатации или серверные конфигурации без необходимых сетевых карт), что снижает их качество и вызывает дополнительные сложности у покупателей. Также неритмичность поставок компонентов для сборки, проблемы с платежами и логистикой оказывали влияние на выпуск продукции и удовлетворение спроса. В результате, хотя рынок серверного оборудования и СХД демонстрирует уверенный рост, субъективный опыт покупки, включая сложность нахождения требуемой конфигурации в нужный момент, мог способствовать восприятию дефицита. Таким образом, мнение о дефиците серверногооборудования и СХД скорее отражает высокий спрос и специфические сложности, с которыми сталкивались респонденты, чем объективную нехватку оборудования на рынке.

С дефицитом какого аппаратного обеспечения на складах дистрибьюторов респонденты столкнулись за последний год

В сегменте программного обеспечения дефицита софтовых решений не почувствовало более трети опрошенных (37%).

Это связано с тем, что рынок программного обеспечения более гибкий к изменениям, чем рынок аппаратного обеспечения.

Программное обеспечение может быть легко адаптировано или разработано, также многие компании перешли на использование собственного ПО на базе open source решений. Кроме того, с 2014 года на российском рынке появилось множество новых производителей программного обеспечения, которые смогли предложить альтернативные решения и удовлетворить спрос на определённые виды ПО. Ещё один важный фактор — большая доля программного обеспечения распространяется через бессрочные лицензии. Это позволяет компаниям продолжать использовать уже приобретённые продукты без необходимости их замены.

Также стоит отметить, что респондентами были выделены проблемы с доступностью для таких классов ПО, как средства виртуализации и хранения данных (**12%** и **9%** соответственно). Эти категории программного обеспечения являются критически важными для многих организаций, поскольку составляют основу их ИТ-инфраструктуры. Вероятно, респонденты отметили дефицит в этих категориях не столько из-за полного отсутствия решений на рынке, сколько из-за их функциональной ограниченности по сравнению с западными аналогами. Например, в реестре отечественного ПО присутствует порядка **40** решений для виртуализации, однако полный функциональный аналог VMware, который позволил бы крупным заказчикам уровня enterprise легко и бесшовно мигрировать свою ИТ-инфраструктуру, найти трудно.

С дефицитом какого ПО на полках дистрибьюторов респонденты столкнулись за последний год

Данные опроса демонстрируют, что ИТ-дистрибьюторам крайне важно сохранять гибкость бизнес-моделей для быстрой адаптации к динамично изменяющимся рыночным условиям, особенно в периоды технологических и экономических нестабильностей.

Мы также наблюдаем рост потребности в комплексных решениях, которые обеспечат как физическую, так и программную безопасность инфраструктуры. Это, в свою очередь, ставит перед ИТ-дистрибьюторами задачу предлагать комплексные продукты и услуги (например, ПАК), опережая появление устойчивого спроса на подобные системы со стороны бизнеса.

4. Трансформация роли ИТ-дистрибьютора

События 2022–2024 годов поменяли картину российского ИТ-рынка и повлияли на работу оптовых поставщиков. Введение новых законодательных норм, экономические санкции и уход многих зарубежных компаний привели дистрибьюторов к необходимости переосмыслить свои роли, чтобы успешно адаптироваться к новым условиям. В этих обстоятельствах классические дистрибьюторы все чаще выступают как стратегические партнеры, предлагающие более независимые и устойчивые ИТ-решения. На данный момент такой переход для многих организаций является вызовом, поскольку требует глубокой перестройки внутренних процессов и поиска новых стратегических направлений.

Опрос показал, что российские ИТ-дистрибьюторы проходят через изменения с разной скоростью.

42% участников отметили, что лишь небольшая часть оптовых поставщиков успешно трансформировалась в стратегических партнеров, способных оказывать значительное влияние на развитие ИТ-инфраструктуры своих клиентов. Это говорит о том, что, хотя некоторые дистрибьюторы активно ищут новые подходы и стратегии для укрепления своих позиций на рынке, такая трансформация представляет собой сложный шаг. В то же время пятая часть респондентов (**21%**) уже наблюдает изменение роли дистрибьюторов, оценивая его как очевидный и активный процесс. **25%** респондентов отметили первые шаги дистрибьюторов, с которыми работают, в направлении стратегического взаимодействия.

Не все дистрибьюторы видят необходимость в радикальных изменениях своей роли. Многие удовлетворены текущим положением и не стремятся к значительной трансформации. Это распределение ролей отражает разнообразие стратегий и подходов в индустрии.

Оценка респондентами эволюции роли дистрибьюторов: из посредников в стратегических партнеров

- **42%** Изменения крайне неравномерны: малая доля ИТ-дистрибьюторов меняется в сторону стратегических партнеров
- **25%** Замечаем начальные шаги дистрибьюторов в этом направлении
- **21%** Замечаем явные изменения
- **12%** Не заметили изменений

Наиболее ярким примером стратегического взаимодействия дистрибьюторов и игроков ИТ-рынка стало создание новых партнерских моделей, в частности включающих совместные разработки проектов, отметила почти треть опрошенных **(31%**). Это свидетельствует о погружении оптовых поставщиков в более глубокие и интегративные формы сотрудничества. Такой подход позволяет укреплять свои позиции на рынке за счет вывода новых инновационных решений и усиления экспертизы. Результаты опроса демонстрируют нам, что ряд дистрибьюторов быстро эволюционирует, отвечая на новые требования рынка.

Тем не менее, изменения в самоопределении ИТ-дистрибьюторов происходят достаточно медленно, и значительное количество участников рынка пока не ощущает перемен. Во время опроса **20%** респондентов заявили, что их взаимодействие с дистрибьюторами осталось без изменений, но они также не видят необходимости в этом. Это может быть как маркером высокой удовлетворенности текущими условиями сотрудничества, так и отсутствием понимания, какие потенциальные преимущества может нести бизнесу дистрибьютор-партнер. В то же время **14%** опрошенных выразили недовольство статусом-кво оптовых поставщиков, подчеркнув критическую необходимость адаптироваться к растущим требованиям клиентов и меняющимся условиям на рынке. Таким образом, пока в индустрии отсутствует общее мнение о роли дистрибьюторов. Вместо этого мы наблюдаем многообразие ожиданий.

Оценка изменений взаимодействия между клиентами и дистрибьюторами

Несмотря на значительные усилия, предпринимаемые частью дистрибьюторов для трансформации, впереди еще много трудностей, связанных с изменчивостью рынка. Чтобы не потерять конкурентные преимущества и доверие клиентов, необходимо не только адаптироваться к новым рыночным вызовам, но также предугадывать будущие требования клиентов и технологические тенденции.

Стратегии адаптации могут существенно различаться, поскольку ИТ-дистрибьюторы находятся в разном положении — отличаются по численности персонала, финансовым возможностям, технологической оснащенности, целям и прочему. Некоторые организации могут выбрать путь инноваций и разработки собственных решений, некоторые — поиск дополнительных ниш или улучшение операционной эффективности и логистики. Таким образом, успешное преобразование и долгосрочная устойчивость дистрибьюторов в быстро меняющемся мире будут зависеть от их способности к гибкому стратегическому планированию и внедрению комплексных решений, соответствующих как текущим, так и будущим требованиям клиентов и рынка.

5. Ожидания рынка

Высокая конкуренция и необходимость ускоренной цифровой трансформации привели к тому, что бизнес стал ожидать от ИТ-дистрибьюторов еще более активного участия в развитии и поддержке технологической инфраструктуры заказчиков. ИТ-дистрибьюторы всегда стремились к тому, чтобы выходить за рамки простой логистики, предлагая услуги, направленные на оптимизацию операций и повышение эффективности бизнеса. Сегодня эти ожидания усиливаются, и требования игроков ИТ-рынка могут включать самые разнообразные аспекты, начиная с обеспечения надежных поставок и заканчивая интегрированным подходом, который помогает заказчикам достигать стратегических целей.

5.1 Значимость добавленных услуг

Согласно результатам исследования, бизнес активно интересуется услугами, превышающими стандартное предложение. Так, почти четверти респондентов (**22%**) необходимы расширенные финансовые сервисы. С помощью гибких финансовых решений, в том числе инновационных, оказываемых ИТ-дистрибьюторами, компании планируют оптимизировать свои расчеты. **19%** респондентов подчеркнули важность улучшения логистических услуг: они должны обеспечивать своевременные и эффективные поставки ИТ-каналу. **19%** респондентов также заявили о потребности в расширенных услугах по обслуживанию и поддержке. Еще **12%** оказались заинтересованы в комплексных сервисах по доставке сторонних грузов.

Каких услуг, на ваш взгляд, не хватает у дистрибьюторов или они нуждаются в усовершенствовании

Часть рынка удовлетворена традиционными моделями взаимодействия и не ощущает острой необходимости в пересмотре существующих партнерских отношений. Дистрибьюторам важно поддерживать баланс между новыми и инновационными предложениями и базовыми, не забывая про улучшение качества традиционных для поставщиков услуг.

5.2 Влияние дистрибьюторов на бизнес-партнеров

Изменения в роли дистрибьюторов естественным образом затрагивают их взаимодействие с партнерами, в результате чего последние испытывают различные бизнес-эффекты.

За последний год, согласно результатам опроса, **24%** респондентов отметили существенное снижение рисков, связанных со сроками поставок и качеством продукции. Экономию времени и средств заметили **22%** компаний, а уменьшение издержек — **20%**. Такие результаты говорят о том, что взаимодействие с опытными дистрибьюторами может значительно повышать эффективность бизнеса партнеров. Эти эффекты становятся особенно важными на фоне появления после 2022 года множества мелких дистрибьюторов, не обладающих достаточным опытом. Компании, столкнувшись с некачественной продукцией и ненадежными поставками, получили негативный опыт. Это, в свою очередь, подчеркнуло преимущества работы с проверенными дистрибьюторами, которые предлагают комплексные и профессиональные решения.

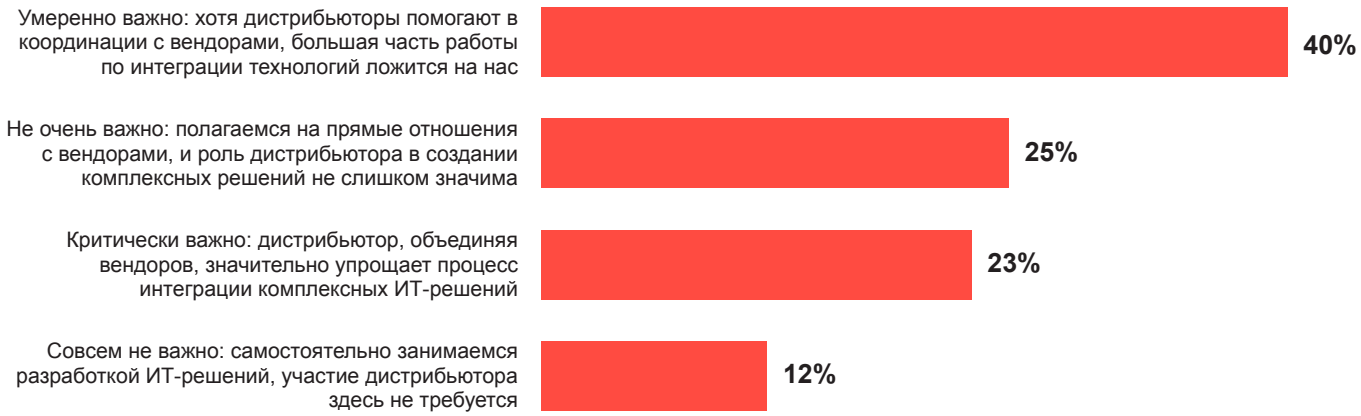
16% респондентов также указали усиление конкурентных преимуществ, которое может быть достигнуто за счет уникальных решений дистрибьюторов или сервисов, адаптированных под конкретные нужды бизнеса или отраслевые особенности.

Наиболее важные для клиентов бизнес-эффекты от работы с дистрибьюторами

ИТ-дистрибьюторы могут влиять на бизнес партнеров через технологическое сотрудничество с вендорами — совместную разработку решений, интеграцию систем и даже совместные инновационные проекты, выходя за рамки посреднической деятельности и предлагая рынку дополнительную ценность.

Участники ИТ-рынка по-разному оценивают вклад технологических партнерств дистрибьюторов и производителей в развитие ИТ-индустрии. Практически четверть респондентов (**23%**) посчитала подобные проекты критически важными для упрощения интеграционных процессов. В свою очередь **40%** респондентов отметили такие партнерства как умеренно значимые для ИТ-индустрии, а **25%** оценили их вклад как малозначительный. Столь разнородные мнения, озвученные во время опроса, показывают, что не все игроки рынка убеждены в необходимости углубления партнерств между дистрибьюторами и вендорами.

Оценка важности технологических партнерств дистрибьюторов и вендоров по созданию комплексных ИТ-решений



Таким образом, изменения в роли дистрибьюторов могут по-разному влиять на бизнес-партнеров: как открывать новые возможности, так и становиться своеобразным вызовом.

6. Вызовы и барьеры

Новые вызовы, с которыми столкнулись ИТ-дистрибьюторы, охватывают как технологические, так и рыночные аспекты и требуют от оптовых поставщиков пересмотра своих бизнес-моделей и стратегий.

6.1 Конкуренция с прямыми продажами производителей

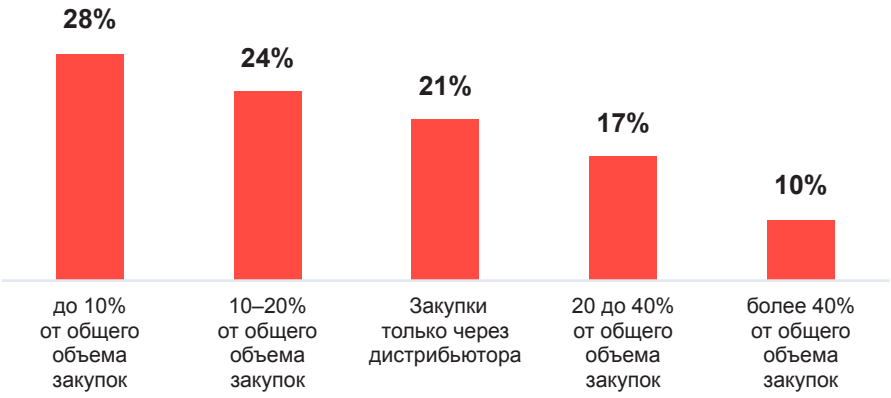
После 2022 года ИТ-дистрибьюторы столкнулись с усилением конкурентного давления. Санкционные ограничения, логистические проблемы и изменения в торговой политике привели к значительным переменам в продуктовых портфелях оптовых поставщиков — существенному увеличению доли российских и азиатских брендов. Вендоры из России и стран Азии предпочитают использовать несколько каналов распространения, в частности прямые продажи. Следует отметить, что иностранные вендоры А-класса, прекратившие в последние годы работу на территории России, работали только через дистрибьюторов, что позволяло эффективно покрывать рынок и обеспечивать качественный сервис для конечных пользователей. Конкуренция с прямыми продажами производителей, представленных в портфеле, стала новым вызовом для ИТ-дистрибьюторов.

Согласно данным опроса, **28%** компаний до **10%** своих закупок делают напрямую у производителей, а **24%** — до **20%**. При этом, каждая десятая компания (**10%**) совершает через вендоров свыше **40%** закупок. Дистрибьюторы сохраняют доминирующую роль на рынке оптовых поставок, однако вынуждены искать способы добавления стоимости к продуктам, чтобы выдержать конкуренцию с вендорами.

Опрос также показал, что 21% компаний производит закупки исключительно через дистрибьюторов.

Это демонстрирует нам, что для многих клиентов критически важны различные сервисы оптовых поставщиков: логистическая поддержка, кредитование, послепродажное обслуживание и интеграция различных продуктов. Однако, дистрибьюторам следует и дальше расширять, и совершенствовать сервисы, чтобы не допустить ухода клиентов.

Доля прямых закупок клиентов через производителей



Эти изменения вынуждают дистрибьюторов искать пути для укрепления своей позиции на рынке. Например, организации инвестируют в передовые технологии для улучшения качества сервиса, персонализируют предложение. Такие стратегии помогают дистрибьюторам не только выживать в новых условиях, но и развиваться в новых направлениях — предлагать рынку уникальные решения, которые отвечают высоким требованиям ИТ-канала.

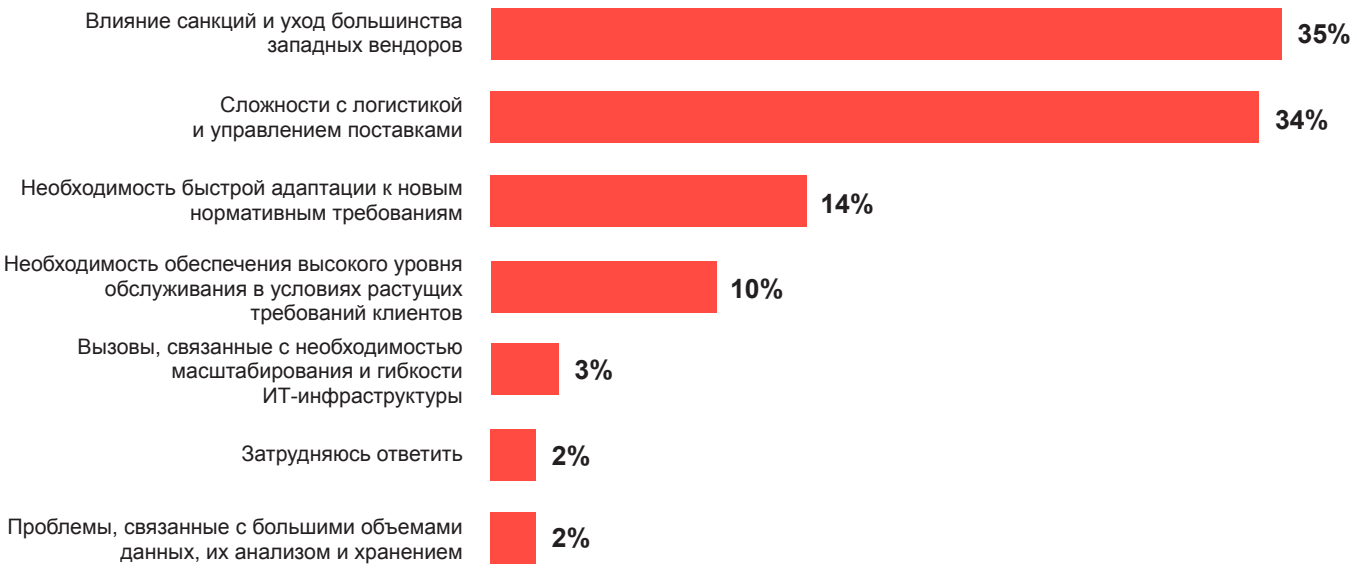
6.2 Технологические и операционные вызовы

Главными вызовами для ИТ-дистрибьюторов в 2022–2024 годах стали изменения в международной политике и экономике, в частности санкционные ограничения, отметили **35%** респондентов. Адаптация к этим аспектам потребовала от оптовых поставщиков серьезных усилий, поскольку они оказались перед необходимостью искать новые источники поставок, а также пересматривать свои бизнес-модели для обеспечения стабильности поставок и сохранения уровня сервиса.

Вызовы, связанные с логистикой и управлением поставками, как значительные трудности для осуществления дистрибьюторской деятельности, указали **34%** респондентов. Гарантия быстрой и надежной поставки — важное конкурентное преимущество ИТ-дистрибьютора в любое время, но в 2022–2024 годах ее ценность в глазах партнеров увеличилась.

Среди вызовов участники опроса также отметили необходимость быстрой адаптации к новым нормативным и законодательным требованиям. Для дистрибьюторов оказалось крайне важно быть в курсе всех изменений законов. Этот фактор упомянули **14%** опрошенных.

Технологические и операционные вызовы для дистрибьюторов, существенно влияющие на бизнес клиентов



Эти вызовы подчеркивают, что ИТ-дистрибьюторы должны не только реагировать на текущие проблемы, но и активно участвовать в разработке и внедрении новаторских подходов и технологий. Именно эта способность определит их долгосрочное выживание и успех в условиях постоянных перемен.

7. Точки роста и развития ИТ-дистрибьюторов

С ускорением рыночных изменений, вызванных цифровой трансформацией и глобальными сдвигами, ИТ-дистрибьюторы оказались перед необходимостью искать новые точки роста. Политические и экономические сложности 2022–2024 годов, в свою очередь, усложнили выполнение этой задачи. Реакция на текущие требования рынка и одновременно поиск новых точек роста требуют от дистрибьюторов осторожности при выборе стратегических целей ввиду ограниченности возможностей и ресурсов.

Какие изменения в работе дистрибьюторов респонденты прогнозируют в ближайшие 3-5 лет

Среди ключевых направлений, которые, по мнению опрошенных компаний, будут определять эволюцию дистрибьюторов в ближайшие 3–5 лет, респонденты чаще всего выделяли развитие компетенций в области сервисной поддержки (25%). Это указывает на потребность рынка в повышении качества и доступности технической поддержки и обслуживания. **23%** участников увидели перспективу в сотрудничестве дистрибьюторов с вендорами для создания совместных производств. **21%** опрошенных посчитал, что разработка собственных решений позволит дистрибьютору укрепить свои позиции на рынке. **17%** респондентов отметили усиление компетенций в управлении ИТ-услугами. Это отражает тренд на интеграцию и оптимизацию ИТ-процессов, улучшение управления ИТ-ресурсами и предоставление более сложных и настроенных под конкретные нужды клиентов сервисов.

В вопросе сервисной поддержки **67%** участников придерживаются мнения, что гарантийное обслуживание должно ложиться на всех участников рынка. При этом, наилучший результат будет возможен при сотрудничестве и координации действий между дистрибьютором и производителем. Каждый пятый опрошенный (**21%**) посчитал, что ответственность за развитие этого направления должны нести преимущественно дистрибьюторы.

Гарантийное обслуживание и поддержка — то направление, которое должны развивать именно дистрибьюторы?

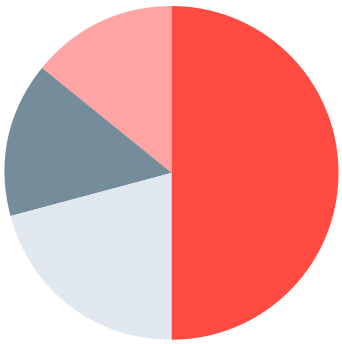
Стоит отметить, что ИТ-канал в целом заинтересован в изменении и расширении роли дистрибьюторов. Такого мнения придерживается почти две трети опрошенных (**66%**). **16%** респондентов считают, что текущая роль дистрибьюторов, сосредоточенная на традиционных функциях, полностью удовлетворяет все потребности рынка.

Заинтересован ли ИТ-рынок в изменении/ расширении роли ИТ-дистрибьюторов?

- **66%** — да, рынок и игроки должны развивать и менять друг друга
- **18%** — не могу ответить/не уверен
- **16%** — нет, стандартная роль посредника закрывает все потребности рынка

Мнения респондентов разделились в отношении времени, в течение которого ИТ-рынок начнет извлекать реальную выгоду от изменения роли дистрибьюторов. **Половина респондентов (50%) ожидает позитивные изменения в ближайшие 2–3 года. Пятая часть опрошенных (21%) при этом отметила, что уже наблюдает перемены на ИТ-рынке.** Реже всего респонденты выбирали срок в 3–4 года (**15%**) или сомневались, что трансформация роли дистрибьюторов в принципе заметно изменит ИТ-рынок (**14%**). Это свидетельствует о наличии оптимизма среди значительной части участников рынка. Можно предположить, что существенная доля игроков видит потенциал в адаптации дистрибьюторов к новым условиям и возможностях, которые появляются в процессе.

В какой перспективе ИТ-рынок сможет получить выгоды от расширения роли дистрибьюторов (новые партнерства, услуги и компетенции)?



- **50%** — Только в ближайшие 2-3 года можно говорить о первых ощутимых результатах
- **21%** — это ощущается уже сейчас
- **15%** — нужно больше времени для получения реальной пользы: 3–4 года
- **14%** — эффекта от данной трансформации сейчас и в перспективе не больше, чем при стандартной роли дистрибьютора-посредника

Наличие некоторой доли «сомневающихся» игроков указывает, что дистрибьюторам необходимо не только адаптироваться к новым условиям, но также активно работать над своим позиционированием — делать новые услуги максимально видимыми и понятными ИТ-каналу.

8. Заключение

Рыночные трансформации склоняют дистрибьюторов переосмысливать свои роли, укрепляя их как стратегических партнеров, активно участвующих в создании ценности для конечных пользователей. Дистрибьюторы становятся все более значимыми игроками на рынке, предлагая комплексные решения и сервисы. Несмотря на большой потенциал для роста и расширения, этот процесс не лишен сложностей и рисков, особенно на фоне усиления прямых продаж от производителей и изменений в логистических цепочках.

Сильные партнерские связи с вендорами и клиентами играют критическую роль в укреплении и стабилизации бизнес-моделей дистрибьюторов. Но, если одна часть игроков ИТ-рынка видит в этом возможность для развития, то другая — угрозу устоявшимся рыночным балансам. Эта дилемма подчеркивает необходимость найти оптимальное сочетание инструментов и подходов.

В заключение: успех в условиях быстрых рыночных перемен требует от ИТ-дистрибьюторов не просто технологической гибкости, но и стратегической проницательности. Способность не просто адаптироваться, но и прогнозировать изменения определит, насколько эффективно оптовые поставщики смогут воспользоваться возможностями для устойчивого развития и удовлетворения потребностей клиентов. В свою очередь глубокое понимание динамики рынка и активное взаимодействие с участниками экосистемы — ключ к долгосрочному процветанию в эпоху глобальных трансформаций.