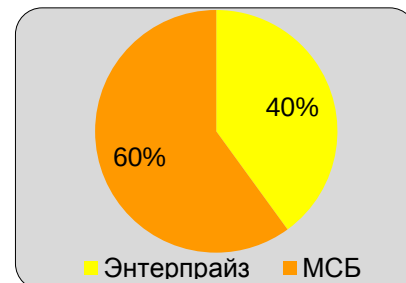


Выводы по результатам исследования рынка коммерческих ЦОД на основе опроса крупнейших российских компаний

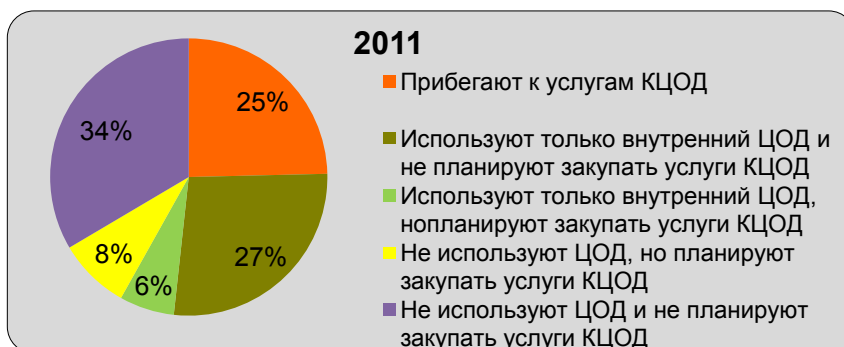
Спрос российского бизнеса на услуги коммерческих ЦОД сообщают рынку два больших сегмента: крупные компании (Энтерпрайз) и малый и средний бизнес (МСБ). По оценке Headwork Analytics соотношение доли Энтерпрайз и МСБ сейчас составляет 40% (Энтерпрайз) на 60% (МСБ).

Доля сегментов Энтерпрайз и МСБ в структуре спроса на услуги КЦОД



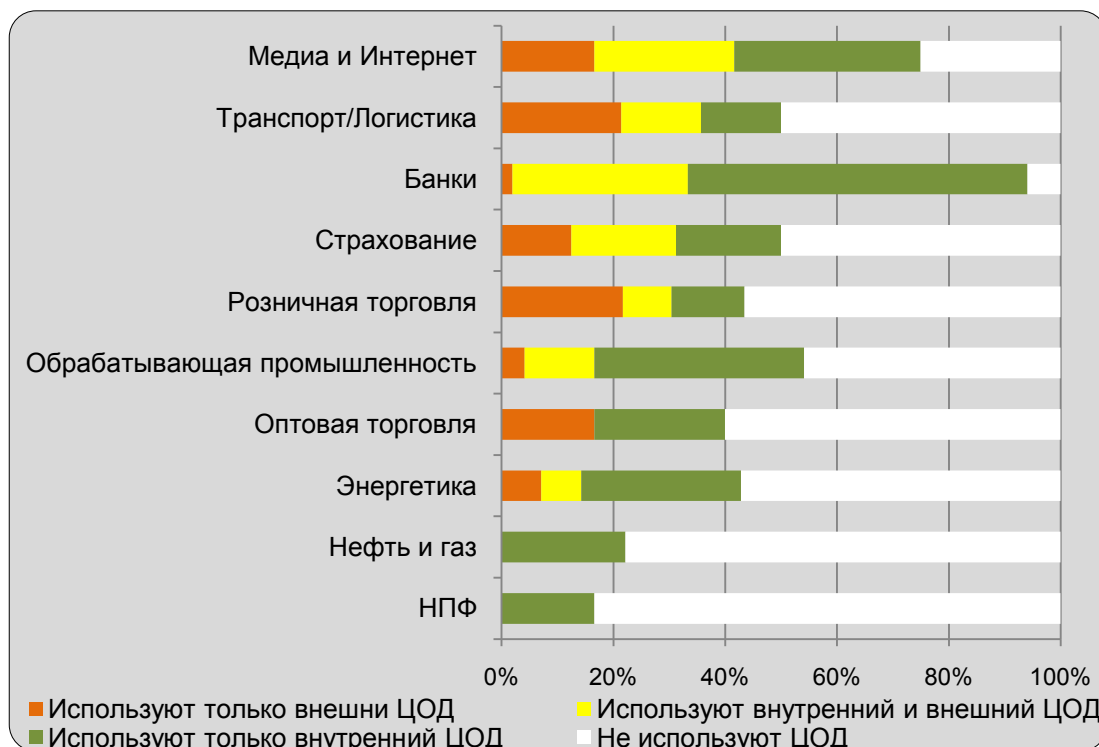
Интерес крупного российского бизнеса к услугам коммерческих ЦОД растет: с 34% в 2010 до 39% в 2011. Доля компаний, уже использующих КЦОД, количественно почти не изменилась, но произошли изменения на качественном уровне: российские компании начинают приобретать более сложные и комплексные услуги. Выросло количество компаний, ориентированных на внутренний ЦОД, в первую очередь за счет финансового сектора. При этом вдвое увеличилось количество компаний, планирующих начать или расширить закупки (потенциальный спрос).

Текущая структура рынка сегмента Энтерпрайз в разрезе практики использования ЦОД



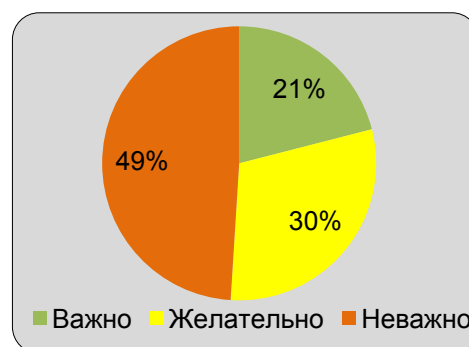
Драйверами спроса на услуги КЦОД являются несколько секторов. Это медиа холдинги, активно расширяющие свое присутствие в сети, и интернет проекты; транспортные компании и розничные торговые сети, переживающие этап централизации управления; и, уже традиционно, финансовый сектор. Вместе с тем, в ряде секторов потребность в коммерческих ЦОД пока не сформирована: нефтегазовый сектор и негосударственные пенсионные фонды (НПФ). Крупнейшие российские нефтегазовые компании, как правило, предпочитают инсорсинг ИТ инфраструктуры. НПФ используют ограниченное количество оборудованных рабочих станций и не нуждаются в наращивании мощностей.

Текущая структура спроса на услуги КЦОД по отраслям

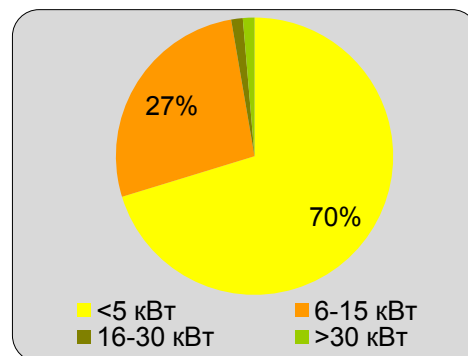


По свидетельству ключевых поставщиков услуг коммерческих ЦОД, российские потребители становятся более зрелыми, требовательными и осведомленными. Клиенты стали серьезнее относиться к выбору площадки, большее значение придавать соглашению SLA, а также лучше разбираться в классификации TIER. И хотя пока наличие сертификатов на соответствие уровню TIER III и выше не является обязательным критерием, им придает значение 50% опрошенных компаний.

Значение наличия сертификатов, подтверждающих уровень надежности ЦОД (TIER III – TIER IV)



И потребители, и поставщики услуг коммерческих ЦОД указывают на то, что российский рынок пока не испытывает потребности в увеличении энергопотребления: наиболее востребованный формат – 5 кВт на стойку. Абсолютное большинство российских компаний (70%) запрашивают именно такое энергопотребление. Ожидается, что такая ситуация сохранится в течение ближайших 4-5 лет.



Наиболее востребованной услугой у российского крупного бизнеса, как в текущем периоде, так и в среднесрочной перспективе остается co-location – сейчас закупают 80% клиентов, планируют начать закупать – 62%. На втором месте традиционно – аренда оборудования (dedicated). Её сейчас приобретают 48% компаний и собираются – 30%.

В отношении облачных сервисов есть позитивные ожидания как на стороне спроса, так и на стороне предложения. В секторе Эntерпрайз уже сегодня есть компании, заинтересованные именно в покупке сложных услуг на базе облачных вычислений, но о конкретных тенденциях говорить пока преждевременно. Компании ждут: ждут действительно качественных предложений по «разумной» цене. Но российские операторы пока не готовы предоставить оптимальные решения: продолжается их поиск, накопление опыта. Более того, только небольшая доля российских операторов ЦОД действительно занимается развитием такого рода услуг. Некоторые операторы даже не планируют развивать у себя данные направления, делая ставку на colocation и dedicated, другие же, наоборот, концентрируются именно на нем.

При выборе коммерческого ЦОД на первом месте у представителей компаний Эntерпрайз стоит качество. Эти компании предъявляют спрос на услуги коммерческих ЦОД уровня TIER III и выше. Цена играет не менее важную роль. Игроки рынка отмечают, что в текущем периоде цены на услуги КЦОД стабилизируются с некоторой тенденцией к повышению. Но рост цен происходит исключительно вследствие роста операционных расходов на содержание ЦОД (рост цен на электроэнергию, арендных ставок, ставок заработной платы). Клиенты из корпоративного сектора ценят наличие позитивного опыта работы с оператором коммерческого дата-центра по другим проектам. Наименьшее значение при выборе ЦОД для российских компаний имеют энергоэффективные технологии, что неудивительно при достаточно низком среднем уровне энергопотребления на стойку.

Вес факторов в принятии решения относительно выбора поставщика услуг КЦОД



Спрос на услуги коммерческих ЦОД, расположенных за рубежом есть, как отмечают российские операторы, но он незначителен. В качестве основного мотива ухода за рубеж выступает стремление к большей безопасности и защите данных. В отношении цен специалисты указывают на то, что они сопоставимы с российскими: западные операторы могут назначить более привлекательные базовые цены, но взимать дополнительные платежи (за установку оборудования и т.д.). Другим важным мотивом для компаний может стать диверсификация рисков и реализация стратегии развития, например, выход на международные рынки и открытие представительств за рубежом. Еще одной причиной могут стать более выгодные и качественные предложения облачных услуг. Но помимо мотивов российский бизнес сталкивается с рядом ограничений на размещение в зарубежных ЦОД: законодательство, дорогой трафик, и стремление российских компаний сохранять максимальный контроль над ресурсами (требование транспортной доступности).

Игроки на рынке КЦОД говорят о том, что сейчас рынок растет в среднем на 20% в год (по сравнению с прошлым годом). Восстановление рынка ЦОД они связывают с восстановлением российской экономики в целом. Есть позитивные ожидания, связанные с ускорением темпов роста.

По оценке Headwork Analytics рынок КЦОД в перспективе ближайших нескольких лет придет в равновесие. Здесь следует учесть, что до 10 - 15% площадей останутся вакантными даже в этой ситуации – это невостребованные КЦОД (в силу неудачного месторасположения, неэффективного менеджмента либо устаревающего оборудования), спрос на которые предъявляться не будет. Общий спрос в Московском регионе (оценённый в стойках) при этом приблизится к 12000. Это должно активизировать предложение: вероятно появление новых проектов и расширение существующих. При этом предложение остаётся очень гибким – операторы КЦОД предпочитают открывать новые площади не сразу, а по частям, вводя по 30-50 стоек поэтапно.