Stack Group: «Мы быстро адаптируемся к ситуации на рынке»

*Ни один качественный веб-сервис не может функционировать без должной инфраструктуры - для его работы, как минимум, требуется современный ЦОД, который, с помощью мощных телекоммуникационных каналов связи, обеспечивает его доступность из любой точки мира с гарантированной и, вполне высокой, вероятностью. При этом, на российском рынке складывается интересная ситуация – кроме корпоративных дата-центров, строительством которых увлекаются финансово-кредитные организации, основная «схватка за клиента» разворачивается между операторскими проектами (часто полученных «по наследству» в результате слияний и взаимных поглощений) и различными проектами аутсорсинговых дата-центров, для которых это является основным типом бизнеса. О специфике запросов корпоративных клиентов, классификации рынка, преимуществах аутсорсингового ЦОДа для небольших и средних компаний нам рассказал* ***директор управления развития компании Stack Group Сергей Зайцев****.*

Типовые потребности «корпоратов»



Один из самых требовательных клиентов на рынке ЦОД – средние и крупные корпоративные клиенты, которые достаточно хорошо представляют, какие именно решения они готовы покупать. Судя по информации Сергея Зайцева, наибольшим спросом (в порядке убывания) у них пользуется не просто размещение стоек, а возможность установить в ЦОДе стойки нестандартных размеров. Интересна не только оперативная организация подключения оборудования клиента к сторонним операторам, но и ввод оптики под конкретный заказ в ЦОД, а также аренда VPN каналов до операторов связи и предоставление заказчику скоростного канала для организации доступа в интернет. Причем, у каждого из этих запросов есть свои особенности.

К примеру, размещение нестандартных стоек для крупных и даже средних клиентов - скорее правило, чем исключение. «Системы, которые выносят на внешние площадки – от ERP до процессинга или торговой системы – обычно собираются не силами заказчиков, а с помощью продвинутых технических специалистов интеграторов, - говорит Сергей Зайцев. - Для этого чаще всего используются решения IBM, HP или Sun. Но надо отметить,что у всех подобных систем своя компоновка оборудования, особенности подключения к электропитанию. По статистике минимум половина заказчиков хочет поставить что-то свое – поэтому в напольные монтажные шкафы (стойки) с габаритами 600x1000 мм или 800x1000 мм все это просто не помещается».

Кроме того, чаще всего подобное оборудование должно эффективно работать в локальной сети заказчика, которую поддерживает один из крупных операторов связи (к примеру, «ВымпелКом», «МегаФон», «Комкор», Комстар-ОТС и т.д.). «В этой связи любой аутсорсинговый ЦОД даст фору любому другому типу центров обработки данных: обычно здесь для подключения находится оборудование несколько конкурирующих друг с другом операторов связи, из которых конкретный клиент может выбрать того, кто ему больше подходит. Такой подход дает возможность клиенту получить наилучшее решение по цене и качеству, чего нельзя добиться, к примеру, в операторском ЦОДе. Ведь там попытка подключения к другому провайдеру связи, пусть даже и в качестве резерва, рассматривается как преступление, - с улыбкой говорит Сергей Зайцев. – Причем, если корпоративный клиент осознает необходимость протянуть к своим стойкам оптику от того

поставщика услуг, который не заявлен у нас «по умолчанию», - это тоже возможно. Правда, в этой случае, ЦОД не может отвечать за качество этого сервиса, но обеспечить, к примеру, реально независимые вводы вполне реально».

Правда, быстро «заходить» своими каналами связи готовы только наиболее активные провайдеры, крупные компании в этом отношении очень медлительны по причине многоступенчатой внутрикорпоративной иерархии, через которую проходят согласование большинство вопросов. Эта процедура распространяется на все внешние ЦОДы независимо от их размера, качества предоставляемых услуг, контингента заказчиков., - отмечает Сергей Зайцев. - Из-за этого процесс организовации очередной точки подключения может растянуться на полгода К таким «монстрам» мы сами пробрасываем канал мощностью от 1 Гбит/с – от нас до точки присутствия М9 или М10 и там напрямую стыкуемся с их оборудованием».



Еще одна интересная услуга, которая пользуется возрастающей популярностью, организация дополнительного офиса «горячего резерва» на территории ЦОДа: его используют в критических ситуациях, обеспечивая оперативное управление своим «железом» и «придвигаясь» поближе к мощным каналам связи, которые находятся в ЦОДе. «В настоящий момент подобный сервис в аутсорсинговых ЦОДах заказывают представительства иностранных компаний – там ИТ-риски просчитывают более глобально, - уверен Сергей Зайцев. - Кто-то размещает в таком резервном офисе свою дежурную смену, которая контролирует работу оборудования в соответствии со своими регламентами, кто-то просто устанавливает в помещении все необходимые каналы связи, мебель и… опечатывает помещение до того, как оно пригодится. Соответственно, если что-то случается в основном офисе (затопление, возгорание или другое отклонение от штатного режима), то персонал просто перемещается на резервную площадку, включает ноутбуки в СКС и продолжает работать. Пока что «боевых» нештатных ситуаций не случалось, но учения проходят регулярно».

Стоимость подобной услуги очень сильно зависит от площади резервного офиса. К примеру, в Stack Group уже сдали почти все имевшиеся в наличии помещения. Типовой пример такого «горячего резерва» - комната в 20-30 кв м, где может разместиться до 10-ти человек. При этом, надежность такого помещения аналогично ЦОДу – здесь такие же кондиционеры, резервирование питания и каналов связи, подведены переключаемые телефонные линии связи (как традиционные каналы, так и IP-телефония). Кроме того, эти помещения находятся в защищенном периметре – доступ разрешен ограниченному числу сотрудников. Комната обычно жестко закреплена за клиентом – это не «летучие» рабочие места.

В целом, стоимость аренды примерно в 2-3 раза больше среднерыночной цены аренды офиса класса В: от 500 долл.за рабочее место в месяц, время контракта – от года. Кроме того, эта услуга не существует отдельно – только как приложение к установке оборудования в ЦОД. Обычно это интересно 10% крупных клиентов. Чаще всего среди потребителей банки: у них наличие резервной площадки для управления ИТ-сервисами является отраслевой нормой.

Специальный контроль

Выставляя оборудование в аутсорсинговом ЦОДе, клиент обычно хотел бы контролировать параметры его работоспособности и безопасность оборудования самостоятельно. Для этого есть несколько основных вариантов.

Во-первых, наблюдение за стойками, которое может быть организовано в двух вариантах. Первый и самый стандартный – это типовые камеры наблюдения, которые устанавливает владелец ЦОДа. Они включаются на движение и запись с них хранится минимум три месяца. То есть всегда можно сказать кто именно (пропускная система достаточно жесткая) и когда приближался к оборудованию конкретного заказчика. Клиент, кстати, может поставить и свою камеру, нацеленную на арендованные им стойки или установленное самостоятельно оборудование. Никакой абонентской

платы за это нет – только стоимость установки, которую выполняют силами инженеров ЦОДа. «Списка рекомендованного оборудования, как такового, нет – главное, чтобы это была не управляемая дистанционно камера, которая могла бы «вертеться» в любом направлении: только жестко нацеленная на выбранные стойки». Деньги за трафик с клиента, обычно, не берут – видеосигнал с этой камеры уходит по каналу, который арендует тот же клиент на его специально сконфигурированный веб-сервер, с помощью которого и происходит фиксация окружающей обстановки.

Во-вторых, один из вариантов безопасного размещения – установка специальной выгородки, которая выглядит как мелкоячеистый забор. «Пробивая» фальшпол она полностью преграждает возможность физического доступа к серверным стойкам клиента. «Правда, эта услуга не проходит как отдельная в договорных документах, скорее, это просто повышенный коэффициент при инсталляции «железа», - отмечает Сергей Зайцев. – Пока что выгородок у нас всего две: это один банк и компания по разработке программного обеспечения. Интересуются такой возможностью часть, но как только представляешь цены, то клиенты понимают, что выгородить 10 стоек стоит ровно столько же, как установить 20-ть обычных. И они… часто не готовы действовать дальше».

А вот использование мобильного модема и радиоканала для информирования владельца «железа» о том, что был «бросок по питанию» или его оборудование работает в нерасчетном режиме используется крайне редко: это экзотика, поскольку сетевая инфраструктура, обычно, надежна и много проводных ресурсов для доставки такой информации.

Специфика рынка



В настоящий момент на рынке присутствует несколько типов ЦОДов, с которыми клиенты сталкиваются с разной степенью вероятности. Правда, в России сегодня, пожалуй, более уместна классификация по типу основного бизнеса владельца дата-центра, поскольку степень морального устаревания инженерной инфраструктуры меняется крайне динамично.

В первом случае наиболее «старые» по времени создания - это корпоративные дата-центры, созданные под цели и задачи бизнеса владельца площадки. Их эксплуатационные параметры, размеры, требования к средствам защиты и элементам инженерной инфраструктуры (в т.ч. к типам розеток, габаритам и типу стоек и т.д.) определяются отраслевыми и корпоративными стандартами. Доля подобных ЦОДов значима в основном «в штуках» - «небольшая комната даже без фальшпола и антистатического линолеума, заставленная оборудованием, вполне может быть действующей серверной и учитыватся в качестве «проекта» для того или иного интегратора, - говорит Сергей Зайцев. – При этом, качество таких проектов различно. Есть и очень хорошие решения – к примеру, наиболее активны в этой области коммерческие банки. Финансово-кредитные учреждения, у которых нет своего ЦОДа, можно пересчитать по пальцам одной или двух рук. Но в самом бизнесе ЦОДов они не участвуют и к ИТ-услугам, в целом, отношения не имеют: здесь прибыль получают только интеграторы (Энвижн групп, Инлайн, IBS и т.д.), а также производители оборудования».

На втором месте по количеству подобных проектов - дата-центры смешанного типа, как правило, технологические площадки операторов связи, предоставляющих часть своих ДЦ-ресурсов своим клиентам в качестве дополнительной услуги. Подобные проекты были очень значимыми на рынке до 2008 года: обычно их строили такие компании, как «Ростелекм», Orange, «Комкор», «Синтерра», «ВымпелКом» («Совинтел»). Ранее они практически контролировали рынок: клиенты получали комплексную услугу по обработке данных и телекоммуникационным сервисам.

И, наконец, третий тип - аутсорсинговые дата-центры, построенные и оснащённые с учётом потребностей существующих и потенциальных клиентов. Для того, чтобы целевая аудитория рассматривала их как альтернативу собственным ДЦ, при проектировании этих площадок и организации регламента эксплуатации инженерных систем должны приниматься во внимание

требования и рекомендации к ИКТ-инфраструктуре клиентов.

Наряду с крупными проектами здесь можно встретить и различные «ИТ-сараи», - отмечает Сергей Зайцев: «это вполне интересная бизнес-модель, построенная на «юнитных клиентах»: дешевое размещение, никаких гарантий. Клиенту предоставляется только помещение без особенной инфраструктуры и электропитание, которое редко зарезервировано. Но для небольших компаний – это вполне реальная альтернатива размещению сервера в подсобке офиса, которые они часто меняют. Такие клиенты малотребовательны, что позволяет быстро «набивать» такие «сараи» работающим «железом». Конечно, миграция там реализуется с огромной скоростью, но все довольны – ведь заниматься конкурентной борьбой в этой сегменте просто: достаточно просто сбросить цену». Кстати, такие «ИТ-сараи», в определенной степени, только увеличивают количество внедрений операторских ЦОДов. Клиенты, особенно слабо разбирающиеся в технике, смотрят на такие проекты, тихо приходят в ужас и их буквально охватывает оторопь от «качества сервиса», который они наблюдают. Тогда они говорят себе «мы сделаем себе точно не хуже» и строят свои проекты.

Между тем, «есть и более вменяемые примеры аутсорсинговых дата-центров, - уверен Сергей Зайцев. – Кроме Stack Group здесь можно встретить локальные и вполне системные проекты». К примеру, ЦОД «Оверсан», который изначально был рассчитан под проекты Глонасс, ЦОД «Славянский» (DC77.ru), проект «Центр Хранения данных» (торговая марка Safe Data), а также проекты компании Dataline, все эти проекты были созданы именно для бизнеса на обработке данных, поэтому учитывают не только специфику рынка, но и его основные тенденции, к примеру, казалось бы повышение энергопотребления в стойках. «В 2001 году потребление 1,5 Квт было пределом мечтаний, сейчас, через девять лет, желание клиента забрать на стойку 10-25 Квт вполне нормально. Причем, прибавление по 1-2 Квт на стойку в год – это нормальная практика во всем мире и это надо учитывать, создавая новый проект. Еще один момент – количество операторов связи в ЦОДе. Одним или двумя «придворными» провайдерами уже не обойтись – владельцу ЦОДа необходимо создавать условия для присутствия как минимум десятка ведущих игроков того или иного рынка, чтобы у клиентов был выбор: причем не просто каналом, в полноценным ВОЛС. Не надо забывать и о более рациональной организации потоков воздуха в серверном зале и снижения показателя PUE до уровня, ниже 2».

Ну и, разумеется, гибкий подход к запросам клиента. «Как в операторском ЦОДе посмотрят на клиента, который любит присылать сервер почтой с инструкциями в какую стойку его поставить? – говорит Сергей Зайцев. - Скорее всего, даже заниматься такой задачей не будут. Для аутсорсингового ЦОДа – это обычная и знакомая задача. Кроме того, в таких проектах каждый день встречается что-то необычное, что заставляет крайне быстро адаптироваться к ситуации на рынке. К примеру, мы точно знаем, что большинство клиентов любит ставить оборудование Cisco задом наперед – большинство коннектеров там не на лицевой, а на задней панели. Очень часто не подходят вроде бы проговоренные коннектеры для электропитания и надо срочно изыскивать возможность для качественной «связки». Отдельный вопрос с установкой оборудования – часто это может быть весьма тяжелый шкаф: ставит его сам заказчик силами рабочей бригады вендора. Но мы экономим нашим клиентам деньги, настойчиво рекомендуя им добиваться присутствия на монтаже инженера по гарантии: чтобы поставщик оборудования не мог ее аннулировать из-за неправильных действий линейного персонала».