

Потребительская политика корпоративных пользователей серверов

Результаты опроса ИТ-менеджеров SMB-организаций из 15 основных отраслей РФ

Аналитический отчет компании ITResearch, октябрь 2009 г.

Компания ITResearch провела опрос ИТ-менеджеров SMB-организаций из 15 основных отраслей РФ. По результатам опроса выпущен аналитический отчет, в котором освещены важнейшие аспекты потребительской политики корпоративных пользователей серверов и их планы по закупкам оборудования. Объем отчета составляет более 70 страниц и почти 90 диаграмм. Каждый из ключевых вопросов подробно проанализирован в отдельном разделе. Даны обобщенные результаты, ключевые выводы и рекомендации.

Целевая аудитория потребителей отчета: производители серверного и сопутствующего оборудования, системные интеграторы, крупнейшие корпоративные потребители.

Практическая значимость исследования

Серверы представляют собой один из основных элементов ИТ-инфраструктуры предприятий и, как правило, приобретаются весьма осознанно под реальные задачи организаций. В связи с этим производителям и поставщикам чрезвычайно важно знать реальные задачи, возлагаемые на серверное оборудование, текущую конфигурацию серверной инфраструктуры в организациях и степень готовности потребителя к ее изменениям, возможные направления этих изменений и факторы, на них влияющие.

Актуальность результатов исследования в кризисный момент повышается в связи с секвестрованием бюджетов на ИТ.

Основные темы

- парк установленных серверов;
- технологическая структура парка;
- структура парка по типу производителей (включая самосбор);
- среднее время службы серверов;
- текущее состояние парка серверов;
- планы по закупкам на 2009 и 2010 гг.;
- какое именно оборудование планируется закупать;
- причина закупки нового оборудования;
- развернутые планы по использованию технологий виртуализации;
- критерии выбора серверного оборудования;
- чьи рекомендации являются ключевыми при выборе;
- наиболее действенные каналы маркетинговых коммуникаций;
- система принятия решения внутри компании.

Методология

Исследование выполнено на базе массового опроса ИТ-менеджеров предприятий малого и среднего бизнеса из различных регионов и отраслей промышленности (~300 организаций) и посвящено изучению особенностей их потребительской политики в отношении серверов.

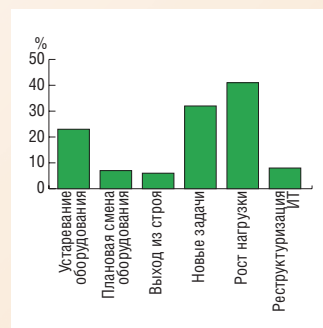
В качестве базисных страт при опросе были отобраны 15 отраслей (вертикальных рынков), представители которых являются основными потребителями серверов и при этом, крайне вероятно, сильно отличаются друг от друга по потребностям и потребительской политике. Данный подход дает возможность четко понять особенности каждой отрасли, а значит, готовить адресные маркетинговые активности, что и составляет ключевую задачу продвижения продукта, особенно во время экономического кризиса.

Структура выборки

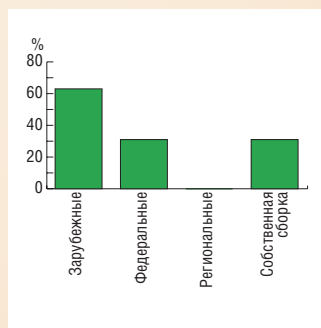
Помимо отраслевого деления также использовались два дополнительных стратифицирующих уровня, которые крайне важны при анализе потребительской политики: размер компании (и парка компьютеров) и географическое расположение (Москва, крупные города (свыше 800 тыс. населения) и средние и небольшие города). Между подобными стратами есть значительные различия, требующие фиксации и понимания, для формирования адекватной продуктовой и маркетинговой политики.

При данной вариативности ответов доверительный интервал результатов составляет 4,5% при 95% доверительной вероятности по большинству общих вопросов.

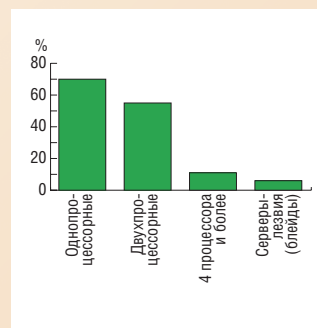
Фрагменты результатов исследования



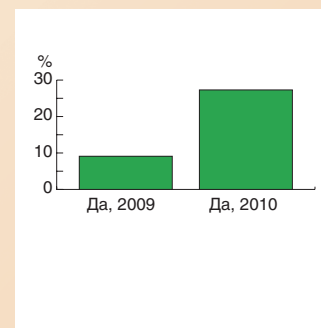
Причина закупки нового оборудования в целом по выборке



Частота использования серверов различного происхождения в транспортных организациях



Частота использования серверов различного типа в организациях из крупных городов



Существование планов по закупкам у организаций с парком серверов 11—20 устройств

Дополнительную информацию по отчету и условиям его приобретения можно запросить по адресу: expert_market@itresearch.ru