

# В центре вещания

Михаил Григорьев

*К услугам коммерческих центров обработки данных (ЦОД) компании чаще всего прибегают с целью оптимизации ИТ-инфраструктуры и расходов. Использование сторонних ЦОД может быть выгодно и операторам платного ТВ, и теле вещателям, а также фирмам, создающим видеоконтент.*

В марте 2017 года на российском рынке произошло важное событие, которое говорит о растущей роли дата-центров в бизнесе мультисервисных операторов: «Ростелеком» довел долю владения группой компаний SafeData до стопроцентной, заплатив 2,25 млрд рублей. Особенность данной сделки в том, что SafeData является серьезным игроком на рынке предоставления услуг коммерческих дата-центров — общая вместимость ее технологических площадок составляет 1,4 тыс. серверных стоек. Кроме того, в группу SafeData входят компания NGENIX (оператор сети доставки контента) и ЗАО «Центр взаимодействия компьютерных сетей “МСК-IX”» (крупнейшая в России точка обмена интернет-трафиком). В «Ростелекоме» привлекательность сделки связали с возможностью приобрести полный контроль над растущим бизнесом в области ЦОД. По словам старшего вице-президента ПАО «Ростелеком» Марии Флорентьевой, бизнес дата-центров стал для компании одним из важных и основных, у данного направления значительный потенциал развития. «Имея 100% участия в этом бизнесе, мы сможем иметь больше гибкости и конкурентного преимущества при выполнении ряда крупных проектов», — объяснила она. Таким образом, второй крупнейший игрок на рынке платного ТВ после «Триколор ТВ» (по данным «ТМТ Консалтинг») стал лидером в области ЦОД по совокупному числу серверных стоек, согласно CNews, доведя их число до 3,9 тыс. штук.

Смену состава лидеров на рынке дата-центров отметила и компания iKS-Consulting в своем исследовании «Российский рынок коммерческих

дата-центров 2016–2021». В нем говорится, что ситуация, сложившаяся на рынке коммерческих дата-центров, во многом определялась усилением конкурентной борьбы и существенным пересмотром системы приоритетов. По оценкам iKS-Consulting, в 2016 году объем российского рынка ЦОД составил 16,8 млрд рублей, он насчитывал 30,5 тыс. стойко-мест. Аналитики добавляют, что вырос и объем оказываемых облачных услуг, а также были пересмотрены бизнес-модели.

## Эффект синергии

Консолидация активов SafeData «Ростелекомом» — важный для рынка маркер, но эксперты считают этот случай единичным, хотя и не исключают подобных поглощений со стороны крупных операторов в будущем. Как объяснил директор по облачным продуктам ООО «СДН» (дата-центр Xelent) **Павел Ворошилов**, на сегодняшний день в таких поглощениях могут быть заинтере-



сованы только телеком-операторы. «Но у всех операторов “большой тройки” уже есть собственные ЦОД, так что такие поглощения можно назвать маловероятными, но возможными», — добавил он.



Рассказывая о преимуществах сделки между «Ростелекомом» и SafeData, руководитель направления B2B/B2G департамента внешних коммуникаций телеком-оператора **Инна Губарева** отметила, что инфраструктура и компетенции обеих компаний усилили позиции «Ростелекома» в сегменте цифровых сервисов и стали основой для развития услуг ИТ-аутсорсинга на базе ЦОД, облачных платформ, высокоскоростных сетей коммутации, а также CDN (Content Delivery Network, сеть доставки контента). «Пример эффекта от такой синергии для медиарынка — проект “Медиалогистика”, который обеспечивает наземную доставку телевизионных сигналов от вещателей до ТВ-операторов и OTT-провайдеров. В короткие сроки услуга стала востребована профессиональными участниками ТВ-рынка, которые оценили удобство взаимодействия через MSK-IX, надежность передачи телесигналов по каналам “Ростелекома” и простоту интеграции с NGENIX CDN для быстрого запуска интернет-вещания», — пояснила она.

## Центр впечатлений

Рассуждая о выгодах использования дата-центров операторами



платного ТВ, директор департамента эксплуатации телевизионной сети и сопровождения телевизионных услуг ОАО «КОМКОР» («АКАДО Телеком») **Александр Косарев** напомнил, что все технологии формирования и подготовки ТВ-программ, а также передачи телесигнала перешли на цифровой формат IP. По его словам, обычному ТВ-вещателю или агрегатору контента для создания телевизионного канала требуется несколько основных компонентов, которые он описал на примере фильмового канала. «Что нужно для вывода в эфир уже окончательно сформированного продукта? Взять исходный цифровой файл, проверить его на отсутствие проблем с качеством и поместить в хранилище. Далее стоит задача сделать, например, информационную заставку или рекламный блок, который будет транслироваться в перерывах между фильмами. Для этого необходимо серверное оборудование, обеспечивающее возможность титрования, нелинейного монтажа, звукового оформления. Готовый файл заставки необходимо также поместить в хра-

нилище. Кроме того, нужен еще один сервер, который будет формировать плейлист канала с возможностью внесения оперативных изменений. То есть для выполнения всех этих процессов требуется серверное оборудование типовой конфигурации. И вещатель, который хочет минимизировать капитальные затраты, либо арендует емкость в ЦОД, приобретая тот дисковый массив, который ему нужен для текущей работы и производства продукта, либо размещает свое вещательное оборудование непосредственно в стороннем дата-центре», — заключил он. По убеждению Александра Косарева, все это относится и к операторам платного ТВ, которые самостоятельно формируют и транслируют информационные каналы, а также имеют в пакете услуг каналы типа «Домашнего кинозала» или «Домашнего кинотеатра».

Директор по развитию сервиса «Техносерв Cloud» ГК «Техносерв» Никита Дергилев сообщил, что коммерческие ЦОД все чаще не просто предоставляют услуги колокации (размещение оборудования клиента на территории дата-центра), но выступают в роли провайдеров облачных услуг. «Операторам платного ТВ выгодно размещаться в облаке, так как провайдер берет на себя всю головную боль по реализации требований к информационной безопасности, по защите от DDoS-атак, обеспечению круглосуточной технической поддержки и обслуживанию, а также балансировке нагрузок в пиковые периоды и периоды спада трафика, так как бизнес операторов платно-

го ТВ сильно подвержен временным колебаниям», — говорит он. По словам Никиты Дергилева, учитывая, что операторы платного ТВ потребляют очень большое количество интернет-трафика, зрелый облачный провайдер способен решить этот вопрос подключением нескольких интернет-операторов по каналам 10 Гбит/с. «На базе облачной платформы «Техносерв Cloud» мы специально для таких клиентов сформировали услугу облачного хранилища, которая является, по сути, комбинацией из объектного хранилища и CDN», — добавил он.

Павел Ворошилов предложил рассмотреть два случая: когда операторы платного ТВ имеют собственную ИТ-инфраструктуру и когда ее наличие необязательно. «В первом случае ЦОД нужен для обеспечения отказоустойчивости и экономии — использование коммерческого дата-центра позволяет отказаться от постройки своего ЦОД, что требует серьезных капитальных вложений и проигрывает по цене использованию коммерческого дата-центра практически в любой временной перспективе. Во втором случае применение услуг ЦОД позволяет не покупать оборудование, а платить только за потребляемые ресурсы, в том числе арендованные или облачные, оперативно снижая или повышая это потребление в зависимости от операционной необходимости», — рассуждает он. Павел Ворошилов считает, что в любом случае использование коммерческого ЦОД дает оператору значительное снижение операционных затрат.

Стрим Лабс  
www.streamlabs.ru

- ПЕРВЫЕ ДЛЯ ЛУЧШИХ

25 ЛЕТ

РАЗРАБАТЫВАЕМ СОФТ И ЭЛЕКТРОНИКУ ДЛЯ ЛИДЕРОВ РЫНКА ТЕЛЕВИДЕНИЯ И СИСТЕМ ВИДЕОНАБЛЮДЕНИЯ

Как говорит Инна Губарева, современное платное ТВ – сложный продукт, важную роль в котором играют сервисные платформы и сети связи. «Качество впечатлений конечного абонента зависит от их бесперебойной работы не меньше, чем от выбора телеканалов», – уверена она. Поэтому операторы платного ТВ – активные и очень требовательные потребители ИТ-услуг. Адресованный данному сегменту портфель услуг «Ростелекома», по словам Инны Губаревой, включает в себя комплекс облачных и телеком-сервисов на базе ЦОД. «Это позволяет ТВ-оператору передать часть ИТ-задач владельцу дата-центра и сосредоточиться на главном – создании интересного ТВ-контента для зрителей», – добавила она.

**Скромный, но растущий**

По мнению участников рынка, доля операторов платного ТВ в структуре доходов коммерческих ЦОД в России относительно невелика. По оценкам Павла Ворошилова, она составляет менее 10%, с тенденцией к росту – в будущем роль дата-центров в их бизнесе будет увеличиваться. «Так как операторы растут, соответственно растёт и объём потребляемых услуг», – пояснил он.

Свое объяснение этому факту предложил Никита Дергилев. По его словам, рынок платного ТВ насыщенный и высококонкурентный: лидеры, крупные телеком-операторы, имеют собственную распределенную инфраструктуру для оказания услуг платного ТВ. Услугами коммерческих ЦОД и облачных платформ пользуются некрупные

домовые операторы и операторы регионального уровня, поэтому в структуре доходов облачных провайдеров и коммерческих ЦОД доля доходов от оказания услуг операторам платного ТВ невелика. Директор по развитию сервиса «Техносерв Cloud» добавил, что несмотря на стагнацию на рынке платного ТВ, во II квартале 2017 года наибольший рост по новым подключениям был отмечен у операторов кабельного ТВ –



43%, у спутникового ТВ – 39% и только 18% – у IPTV. По мнению **Никиты Дергилева**, низкий рост IPTV обусловлен наличием бесплатных онлайн-сервисов, хотя они не обеспечивают достаточного качества контента и передачи данных. «В следующие годы в связи с увеличивающейся мобильностью населения, запретом торрентов и возрастающими требованиями к качеству контента ожидается рост заинтересованности абонентов в платных IPTV-услугах. Поэтому потребность в услугах коммерческих ЦОД и облачных платформ в частности останется у операторов платных онлайн-сервисов,

которые сейчас не имеют собственной инфраструктуры, и будет возрастать от года к году», – прогнозирует он.

Как говорит Инна Губарева, телевизионная индустрия переживает эпоху трансформации, связанную с массовым распространением смартфонов и Smart TV у пользователей, а также с превращением Интернета в полноценную среду распространения телеконтента. «С развитием цифровых технологий производства и вещания роль ИТ-составляющей в бизнесе ТВ-операторов возрастает. При этом ставка на изолированный сервис ЦОД для медиарынка вряд ли окажется выигрышной. «Ростелеком» видит перспективу в интеграции ЦОД, сети и облачных платформ, в адаптации предложения к потребностям ТВ-индустрии. В условиях цифровой экономики интегрированный подход является единственно возможной стратегией роста», – считает она.

По мнению Александра Косарева, использование ресурсов ЦОД в полной мере отвечает требованиям и возможностям компаний, предоставляющих OTT-услуги, поэтому с развитием OTT-технологий роль коммерческих ЦОД в бизнесе операторов платного ТВ будет только расти. «Кроме того, различным стартапам, связанным с производством ТВ-продукта, несомненно, удобнее и выгоднее работать на арендованном пространстве ЦОД, чем создавать свою инфраструктуру. И это тоже станет стимулом для еще более активного использования ресурсов дата-центров игроками ТВ-рынка», – прогнозирует он. ■

**Крупнейшие поставщики услуг ЦОД по итогам 2016 года**

Компания	Количество введенных в эксплуатацию стойко-мест	Количество стоек, реально размещенных/арендованных клиентами	Загруженность мощностей дата-центров (по стойкам)	Количество ЦОД на территории РФ
«Ростелеком»	3900	3432	88%	22
DataLine	3703	2988	81%	7
DataPro	3000	н/д	н/д	1
Linxtelecom	2040	н/д	н/д	2
Selectel	1500	1200	80%	6
Stack Group	1400	854	61%	2
«Ай-Теко»	1200	960	80%	1
DataSpace	1152	820	71%	1
Xelent	1074	815	76%	1
«Крок»	1000	980	98%	3

Источник: Snews