



АССОЦИАЦИЯ
МЕНЕДЖЕРОВ

Российский рынок инфраструктурного ПО глазами IT-директоров





Метод

Количественный онлайн-опрос



Аудитория

158 директоров и руководителей подразделений IT-направлений российских компаний



Период

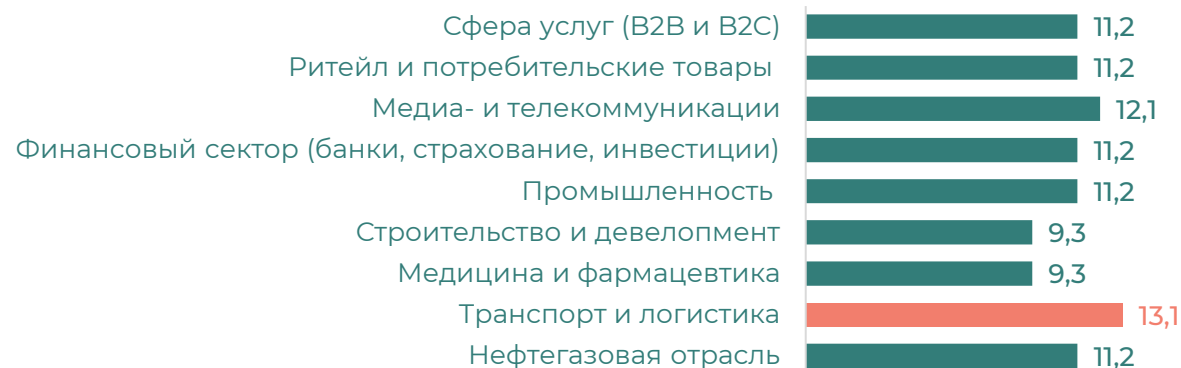
II квартал 2026 года



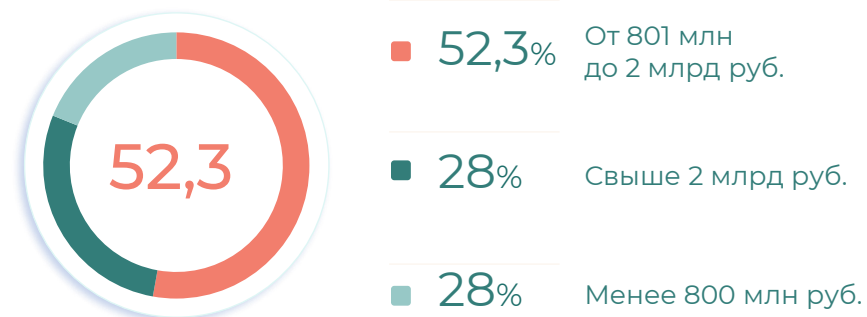
География

Российская Федерация

Отрасли компаний-участников (% , одиночный выбор)



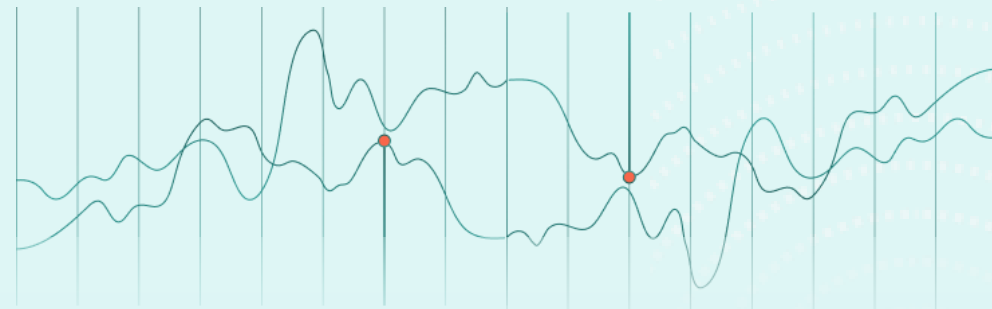
Оборот компаний-участников (% , одиночный выбор)





Цель

Оценить текущее состояние, потребности, барьеры и восприятие игроков на рынке инфраструктурного ПО УДИ



Гипотезы исследования

Развитие динамической инфраструктуры в российских компаниях находится преимущественно в фазе активного развития

01

Основная проблема УДИ – совместимость с существующими решениями

02

Российские компании вне зависимости от уровня склонны меньше доверять стартапам и начинающим поставщикам решений для УДИ.

03

Общий уровень зрелости ИТ-инфраструктуры

Подавляющее большинство российских компаний оценивают текущий уровень своей ИТ-инфраструктуры как развивающийся — 53,3% респондентов отмечают, что развитие идёт по уже известным из практики последовательностям действий.

При этом рынок демонстрирует сдержанное инвестиционное поведение: значительная доля компаний лишь незначительно увеличила бюджет на инфраструктурное ПО или сократила его по сравнению с 2025 годом. Это связано с высокой конкуренцией в ИТ-секторе и осторожным отношением к инвестициям в условиях динамичного появления инноваций.

Это подтверждает гипотезу исследования о том, что развитие динамической инфраструктуры в российских компаниях находится преимущественно в фазе активного развития..

Уровни управления ИТ-инфраструктурой компаний-участников (%, одиночный выбор)



- 53,3% Развивающийся, управление по шаблонам и процессам
- 30,8% Начальный, управление по ситуации
- 15,9% Продвинутый, управление на основе стратегии и цифрового развития

Как изменился бюджет Вашей компании на закупку инфраструктурного ПО в 2026 году по сравнению с 2025 годом? (%, одиночный выбор)



- 31,8% Незначительно вырос (до 20%)
- 20,6% Значительно вырос (более 20%)
- 25,2% Сократился
- 22,4% Остался на уровне прошлого года

Бизнес-задачи и барьеры внедрения ПО УДИ

Потребность в обеспечении кибербезопасности и интеграция разнородных систем УДИ (26% соответственно) отражают потребность рынка в наиболее сбалансированных и комплексных решениях, обеспечивающих базовый уровень связности IT-систем.

При этом возможные торможения бизнес-процессов (25,9%) и отсутствие совместимых решений (25,6%) являются наиболее значимыми барьерами внедрения ПО УДИ, что свидетельствует о трендовом запросе бизнеса на бесшовную интеграцию таких решений и подтверждает соответствующую гипотезу исследования.

С какими задачами управления IT-инфраструктурой Ваша компания сталкивается чаще всего? (% , множественный выбор)



С какими основными сложностями сталкивается Ваша компания при внедрении или переходе на новое ПО управления инфраструктурой? (% , множественный выбор)



Потребности рынка: однородность спроса

Потребности рынка в инфраструктурном ПО являются приблизительно однородными — в пределах 20–25% для каждого вида продукта, отражающего базовые направления деятельности.

Это означает, что компании приблизительно одинаково заинтересованы в почти каждом из распространенных решений:

Какое ПО Ваша компания рассматривает для решения актуальных бизнес-задач? (% , множественный выбор)



Отсутствие значимого интереса к решениям для разработки и тестирования ПО свидетельствует о большей склонности российского бизнеса к аутсорсингу разработки IT-решений под свои бизнес-потребности, чем инвестированию в R&D.

Каналы получения информации о поставщиках ПО УДИ

Потребности рынка в инфраструктурном ПО являются приблизительно однородными — в пределах 20–25% для каждого вида продукта, отражающего базовые направления деятельности.

Это означает, что компании приблизительно одинаково заинтересованы в почти каждом из распространенных решений:

Скажите, на какие источники информации Вы ориентируетесь при выборе вендоров ПО управления IT-инфраструктурой?
(%, множественный выбор)



Восприятие поставщиков: общий профиль рынка ПО УДИ

По результатам опроса 5 компаний-поставщиков ПО УДИ на российском рынке получили наивысшие баллы четырех измерениях на основе экспертной оценки респондентов*:

Укажите, какие из предложенных характеристик относятся к следующим вендорам ПО УДИ* (% , множественный выбор)



Процент опрошенных, отметивших хотя бы одну положительную характеристику

Средние оценки для всех указанных компаний	Драйвер отечественных решений	Драйвер отечественных решений	Разработчик широкого ассортимента цифровых продуктов	Активный в массмедиа, IT-сообществе
Менее 800 млн	15,5	13,4	16,0	15,8
801 млн – 2 млрд	53,5	52,8	52,6	53,9
Свыше 2 млрд	31,0	33,8	31,3	30,3
Итого по столбцу	100,0	100,0	100,0	100,0

Распределение ответов по размеру компаний-респондентов является единообразным для всех четырёх характеристик восприятия вендоров. Различия между характеристиками не превышают 1–2 процентных пункта, что свидетельствует об отсутствии значимой зависимости между масштабом компании-клиента и тем, как она воспринимает поставщика. Вне зависимости от того, какой атрибут оценивается, портрет аудитории остаётся практически идентичным.

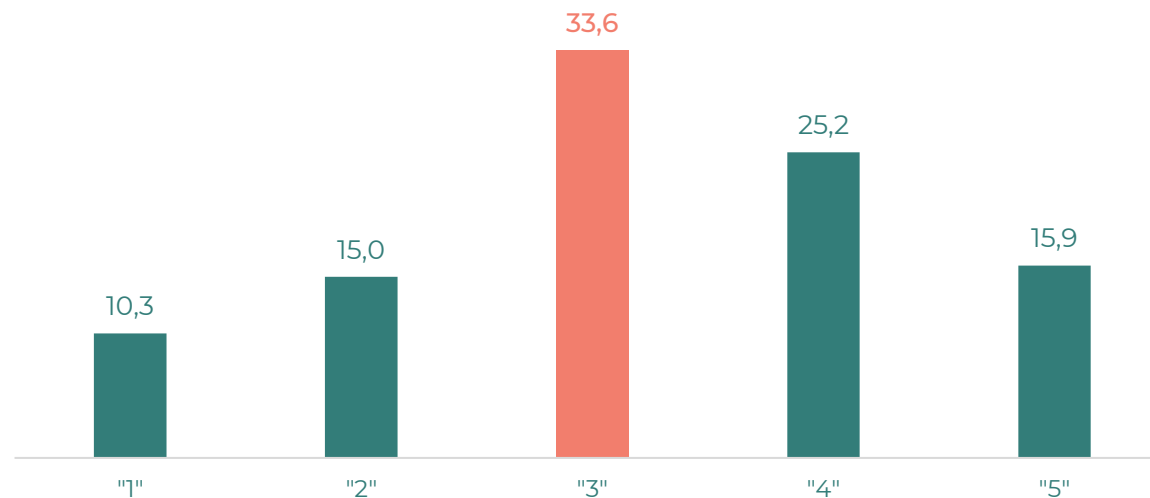
*Все представленные данные отражают субъективное восприятие респондентов и не являются окончательной оценкой рыночных позиций.

Доверие к поставщикам: крупный бизнес vs стартапы

Российский B2B-рынок инфраструктурного ПО демонстрирует противоречивость в отношении стартапов: с одной стороны, существует сравнительно высокий уровень готовности к сотрудничеству (25,2%), но смешанные оценки (33,6%) являются доминирующими. Это подчеркивает актуальность тренда на поиск проверенных решений – основная масса компаний (особенно средний сегмент, где сосредоточено большинство респондентов) предпочитает проверенных игроков.

Обозначенный уровень готовности не соответствует наивысшему уровню доверия российского бизнеса к использованию стандартов в процессах цифровой трансформации, что подтверждает соответствующую гипотезу исследования. Рынок находится в фазе «выжидательного прагматизма»: новые вендоры получают шанс, но он должен быть подкреплён быстрым подтверждением надёжности, репутацией первых клиентов и прозрачностью

Оцените готовность рассматривать сотрудничество с молодыми российскими вендорами (стартапами) в сфере ПО УДИ, не входящими в текущий ТОП-5 крупнейших игроков:



Ключевые выводы исследования

01

Большинство российских компаний находятся на развивающемся этапе цифровой трансформации.

Следствием этого процесса является повышенный интерес российских компаний к поставщикам решений, обеспечивающих базовое функционирование КИИ, что релевантно рынку ПО УДИ.

02

Характер инвестирования российского бизнеса в развитие IT-инфраструктуры преимущественно осторожный, с тенденцией к сокращению бюджетов – как следствие, уменьшению внимания бизнеса к стартапам и внутренним разработкам.

03

Среди российского бизнеса наблюдается приоритетный интерес к проверенным поставщикам и решениям для создания и базовой настройки надежной КИИ для долгосрочного функционирования.

04

Российские компании заинтересованы в большинстве наиболее распространенных решений ПО УДИ с приблизительно одинаковым интересом.

Это говорит о том, что конкретные предложения могут быть сформированы через отраслевой запрос.

05

Образ ключевых игроков на рынке ПО УДИ является устойчивым и универсальным независимо от уровня бизнеса потенциального B2B-клиента – поставщики рассматриваются как вендоры широкой специализации.



Для вендоров ПО УДИ:

- Уделять первостепенное внимание интеграционной совместимости решений с существующей инфраструктурой клиентов — это ключевой барьер, сдерживающий внедрение
- Развивать сервисное взаимодействие и техническую поддержку — в долгосрочном партнёрстве это важнее, чем простота интеграции
- Инвестировать в работу с системными интеграторами — они являются основным каналом влияния на принятие решений
- Для выхода в сегмент крупного бизнеса — укреплять имидж «опытного партнёра»; для работы с МСП — делать акцент на широте ассортимента и простоте внедрения



Для заказчиков:

- При выборе поставщика учитывать не только текущую функциональность, но и долгосрочную сервисную модель
- Обращать внимание не только на медийную активность вендора, но и на реальные кейсы интеграции с аналогичными инфраструктурами
- Оценивать возможности комплексного решения бизнес-задач компании с учетом отраслевой специфики для формирования точного запроса рынку

Контактная информация



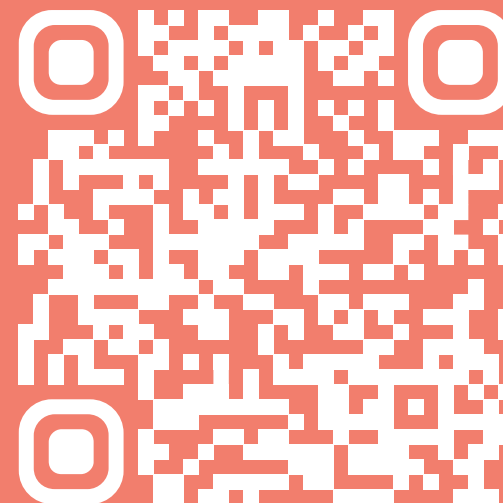
**КИР
ПОЛЯКОВ**

✉ k.polyakov@amr.ru

Аналитик департамента
исследований и аналитики

БОЛЬШЕ

О НАШИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ:



 Telegram

 VK

 MAX