

ЭКОНОМИКА РУНЕТА

Тематическое приложение
к ежедневной деловой газете РБК
Среда, 21 октября 2015 | №193 (2210)

E-COMMERCE: КИТАЙСКАЯ ВОЛНА | **ИНТЕРНЕТ-РЫНКИ:** ТЕМПЫ РОСТА НИЖЕ, ОБЪЕМЫ ВЫШЕ |
DIGITAL: АНТИКРИЗИСНАЯ ПЕРЕГРУППИРОВКА | **РЕКЛАМА В СЕТИ:** ПОДЪЕМ НЕ РАНЬШЕ 2017-ГО |
ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ: В ИРИ ПИШУТ БУДУЩЕЕ РУНЕТА



ФОТО: пресс-служба

RIW 2015: НОВАЯ ИНТЕРАКТИВНОСТЬ

В МОСКВЕ СТАРТУЕТ RIW 2015 — ПЛОЩАДКА, ГДЕ СОБЕРУТСЯ ДЕСЯТКИ ТЫСЯЧ ПОСЕТИТЕЛЕЙ, ИТ-ЭКСПЕРТОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ ИЗ СМЕЖНЫХ ОТРАСЛЕЙ. [КАРЕН КАЗАРЯН](#)

Ежегодная российская интернет-неделя остается интерактивной (Russian Interactive Week), добавив к своей повестке медиа, телеком и софт. Интернет по-прежнему вносит заметный вклад в экономику и социальную жизнь страны, хотя и замедляет свои прежде ускоренные темпы роста. Даже несмотря на кризисный период в РАЭК прогнозируют рост отечественного интернет-рынка на 8–10% в год до 2018 года, а размер интернет-зависимых рынков (услуг, которые невозможно предоставлять без Сети) оценивают в 11,8 трлн руб., или 16% от ВВП.

Развитие цифровых технологий приводит к своего рода размыванию границ — сегодня уже сложно очертить, где именно заканчивается интернет и начинается, например, телеком-сегмент. Интернет позволяет развивать новые сервисы, выстраивая экономику знаний и обеспечивая коммуникацию на самых разных уровнях. В соответствии с этим укрупняются и главные отраслевые мероприятия за счет охвата новых направлений. Еще год назад проект RIW расширился на два новых сегмента — медиа и телеком, а его аббревиатура теперь расшиф-

ровывается как Russian Interactive Week. В 2015 году мероприятие, которому исполняется уже восемь лет, сохраняет тот же формат. Оно остается главным осенним событием Рунета, объединяющим трехдневную девятипотокую конференцию, медиакоммуникационный форум, выставку, посвященную интернету, медиа и софту, а также множество внепрограммных мероприятий, премий, презентаций и промоакций. Помимо своей выставочной, конференционной и развлекательной составляющей RIW — это площадка для построение диалога между представителями

бизнеса и государства. Причем для бизнеса в самом широком смысле, включая молодые проекты начинающих предпринимателей. Для стартапов RIW — это эффективный способ расширить количество контактов, а также привлечь инвестиции. Ожидается, что в этот раз персональную стойку на RIW получат 30 проектов.

Более зрелый высокотехнологичный бизнес в свою очередь получает шанс подробно обсудить значимые для развития отрасли вопросы — от законодательных инициатив до практического применения технологий, подходов к оптимизации и повышению эффективности. В официальной повестке RIW — бизнес, технологии, регулирование, госинициативы, тренды и перспективы. Основные темы, представленные блок-конференциями, включают электронную коммерцию, рекламу, социальные медиа, мобильные технологии, веб-разработку, кадры, информационную безопасность, управление проектами и т.д. В поддержку тренда всепроникающего роста мобильности будут



ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА

рассмотрены, в частности, вопросы мобильной коммерции, использования SMM в электронных продажах, а также развития трансграничных продаж в деятельности интернет-магазинов. Дискуссия о новых технологиях продвижения и инструментах анализа рекламных кампаний стимулирована ростом требований рекламодателей к эффективности рекламы. Параллельно будут обсуждаться вопросы продвижения в социальных сетях, эффективности таргетинга и типичные ошибки, организации SEO-продвижения и подходы к увеличению конверсии, другие прикладные задачи современного digital-менеджмента. В выставке принимают участие более 150 экспонентов, а в восьми конференц-залах все три дня параллельно работают конференции и блок-конференции по актуальным проблемам развития Рунета. По оценке оргкомитета, количество докладчиков RIW 2015 составляет 600 человек, а число профессиональных участников превышает 4 тыс. В мероприятии примут участие эксперты из IT-отрасли и медиасферы, сотрудники российских и зарубежных компаний, государственные деятели, представители профильных министерств и ведомств, журналисты, рядовые интернет-пользователи. Последних ожидается свыше 20 тыс. за три дня работы выставки и форума.

И РУНЕТ ПОСЧИТАЛИ

В 2012 году РАЭК совместно с Национальным исследовательским университетом Высшая школа экономики (НИУ ВШЭ) впервые реализовал исследовательский проект «Экономика Рунета». Основная цель исследования — оценить текущее состояние и тенденции развития российских интернет-рынков и определить вклад интернет-экономики в экономику страны.

В исследование 2015 года были включены следующие рынки: мобильная и веб-разработка, контекстная реклама, медийная реклама, видеореклама, SMM, поисковая оптимизация, SaaS, хостинг, домены, ретейл, электронные платежи, туризм, услуги, игры, музыка, книги и СМИ, видео.

ПРЕЖНИЙ RIW

Напомним, что RIW 2014 — тогда еще как «Интернет-неделя» — собрал свыше 20 тыс. участников. На мероприятия выступили более 600 спикеров. В частности, Николай Никифоров рассказывал о существующих формах поддержки российской IT-отрасли, выделив приоритет российского ПО при закупках в госсекторе, несмотря на отсутствие прямых запретов на приобретение иностранного софта. Кроме того, именно в 2014 году впервые в рамках RIW прошла выставка Softtool, которая проводится уже 25 лет. Тогда же впервые появилась трактовка буквы I в сокращении RIW как Interactive.

Там же была анонсирована «Концепция развития медиакоммуникативной отрасли до 2025 года», включающая 15 инициатив, которые позволят увеличить объем медиарынка на 800 млрд руб. Были объявлены лауреаты первой российской премии в области интернет-медиа — она получила имя Эдварда Сноудена. Награды вручались в двух базовых номинациях: «Проекты» и «Профессиональная журналистика», а также в спецноминациях от партнеров премии. А председатель правительства РФ Дмитрий Медведев направил приветствие участникам, назвав форум одним из самых значимых событий в отечественной индустрии высоких технологий.

«По каждому из рынков выявляются объем и динамика, а также ряд дополнительных показателей, — говорит Сергей Давыдов, заместитель декана факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ. — Исследование проводится методом экспертного онлайн-опроса, параллельно с которым в некоторые годы была реализована качественная часть (глубинные интервью или экспертные форсайт-группы)». По его словам, каждый год помимо повторяющейся части в анкету исследования включается специальный тематический блок вопросов. В 2012 году таким образом изучались конкурентные силы на российских онлайн-рынках, в 2013-м был сделан прогноз отраслевого

КАК ВСЕ НАЧИНАЛОСЬ

Первая «Неделя российского интернета» состоялась в 2008 году — тогда она проходила в рамках международной выставки-форума «ИнфоКом-2008». Организатором выступил РОЦИТ (Региональный общественный центр интернет-технологий) при поддержке Министерства связи и массовых коммуникаций. Представители ведомства отмечали, что развитие IT является одной из важных тенденций российского рынка и все активнее требует продуктивного диалога между бизнесом и государством. На пионерском мероприятии обсуждались как профессиональные аспекты развития Рунета — реклама, маркетинг, технологии, кадры, инвестиции, бизнес, так и госинициативы в этой области, развитие интернета в регионах, будущее блогов и проч. Всего RIW 2008 посетили более 8 тыс. участников — активные пользователи интернета, специалисты IT-компаний, журналисты и блогеры, инвесторы и др.

развития на пять лет, в 2014 году рассматривались правовые аспекты развития.

«Принципиальной особенностью исследования является то, что при работе с экспертами от них не ожидается раскрытия секретной корпоративной и коммерческой информации. Одной из главных ценностей исследования при этом является преемственность методики и возможность отследить развитие рынков в ретроспективе — основываясь на опыте и данных, накопленных за последние годы проведения исследования», — подчеркивает Давыдов.



ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА

О ФОРМИРОВАНИИ ЦИФРОВОГО РЫНКА

НИКОЛАЙ НИКИФОРОВ,
МИНИСТР СВЯЗИ И МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ

В Минкомсвязи развитие IT считают одним из главных приоритетов, традиционно поддерживая мероприятия и проекты, направленные на развитие высокотехнологических отраслей. Новый формат RIW объединяет на одной площадке IT, телеком, интернет- и медиаиндустрию, без которых сегодня не обходится практически ни одно направление деятельности человека, считает глава ведомства.

В России формируются все необходимые условия для создания и развития малого и среднего технологического бизнеса. Минкомсвязи проводит соответствующую работу в разных направлениях. Это и строительство оптоволоконных линий связи в малые города с населением от 250 жителей, и льготы для IT-организаций, которыми пользуются уже более пяти тысяч малых и средних компаний, и созданная сеть из 12 технопарков в десяти регионах страны, где разместились около тысячи компаний, и увеличение бюджетных мест в вузах по IT-специальностям с 25 тыс. до 42,5 тыс. за последние два года, и существенный рост потребления легального контента в интернете, запуск почтового банка, который значительно повысит доступность финансовых услуг для граждан, и многое другое. Сегодня в Российской Федерации интернетом пользуются около 60% жителей. Только за последние три года количество пользователей, подключенных к Сети, увеличилось на 24 млн человек. В стране формируется полномасштабный цифровой рынок. И эти цифры будут только расти. Участники и гости RIW смогут обсудить многие важные отраслевые темы. Рунет и отрасль информационно-коммуникационных технологий стали действительно значимыми для экономики России. В отдельных сегментах, таких, например, как бизнес-приложения, информационная безопасность, интернет-сервисы, у нас есть свои лидеры даже на мировом уровне. За ними последуют новые экспортные прорывы. Обладая уникальным человеческим и интеллектуальным капиталом в ИКТ-сфере, мы способны создавать конкурентные продукты в области телекоммуникаций, интернет-технологий, программного обеспечения и медиаконтента. В ближайшее время мы ожидаем выхода постановления правительства о реестре программных продуктов, разработанных в России. На деньги российских налогоплательщиков должны закупаться российские программные продукты!

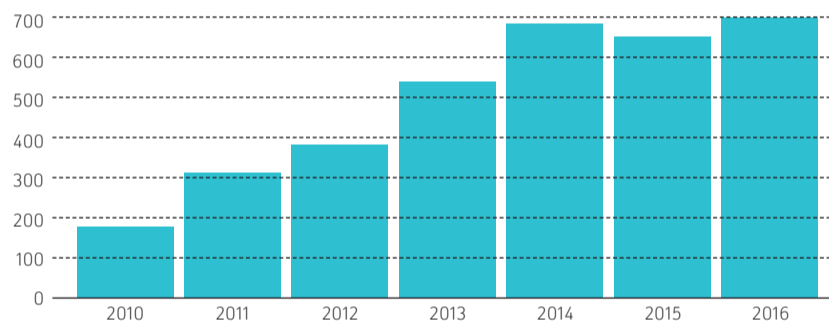
ТРАНСГРАНИЧНЫЙ E-COMMERCE

ПРОДАЖИ РОССИЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ, ПРИВЫКШИХ К РОСТУ НА 40% В ГОД, ЗАМЕТНО СНИЗИЛИ ТЕМПЫ. ЗАМЕДЛЕНИЕ ТРАНСГРАНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ МЕНЕЕ ВЫРАЖЕНО: ЗДЕСЬ РАССЧИТЫВАЮТ НА РОСТ 25% ПО ИТОГАМ ГОДА. ПРИ ЭТОМ ФОКУС ЯВНО СМЕЩАЕТСЯ НА КИТАЙСКИЙ E-COMMERCE. **АЛЕКСЕЙ НИКУШИН**



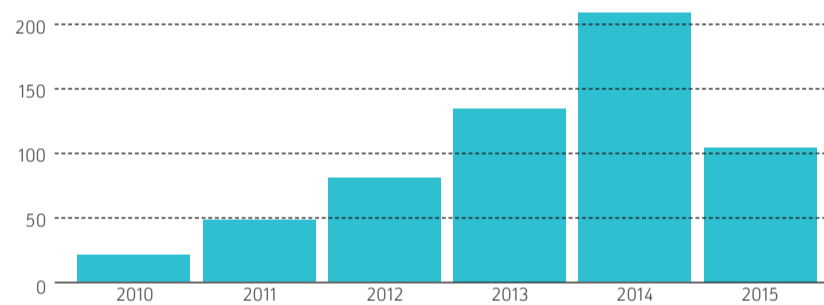
ФОТО: Reuters

ОБЪЕМ РЫНКА ИНТЕРНЕТ ТОРГОВЛИ В РФ, МЛРД РУБ.



Источник: J'son & Partners Consulting

ОБЪЕМ ТРАНСГРАНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ (ИМПОРТ), МЛРД РУБ.



Источник: АКИТ

Рынок интернет-торговли в России до недавнего момента стремительно рос: в 2010–2014 годах среднегодовые темпы роста оборота (CAGR) достигали 40% (оценка J'son & Partners Consulting). Общий объем по итогам 2014 года превысил 683 млрд руб. С учетом новых экономических реалий ожидается, что в 2014–2018 годах CAGR составит 8,9%.

Всего на рынке присутствует более 40 тыс. интернет-магазинов, однако эксперты J'son & Partners Consulting прогнозируют сокращение их числа на 5% в 2015 году из-за тяжелой экономической ситуации. Восстановление ожидается к 2016 году, а в 2017-м рост рынка предположительно превысит 20%. Самыми высококонкурентными считаются сегменты «Бытовая техника и электроника», «Одежда и обувь», «Доставка блюд». Отмечается также рост доли продаж электронных книг.

Среди основных трендов российского сегмента аналитики выделяют доминирование мультимедийной стратегии сбыта, когда традиционные офлайн-форматы развиваются наряду с онлайн-торговлей. Большинство игроков склоняются к тому, что это наиболее выигрышная стратегия.

Происходит консолидация отдельных сегментов, слияния и поглощения крупных игроков (например, сделка «Сотмаркета», «Ютинета» и гипермаркета Е96). Также наблюдается развитие мобильных приложений, рост мобильной рекламы в приложениях интернет-магазинов и развитие мобильных платежей.

Хотя наличные остаются основным средством оплаты (65%), их доля в общем объеме платежей постепенно снижается. Напротив, доля электронных платежей выросла за предыдущий год вдвое.

Андрей Пушкин, директор по стратегии digital-агентства DOBRO, отмечает, что «все больше интернет-магазинов занимаются своим брендом: склоняются к имиджевой рекламе и избавляются от SEO-зависимости. Крупный e-commerce использует digital и работает с интегрированными коммуникациями. Результат — спецпроекты с большим медийным охватом. Для наших клиентов стала важна эмоциональная связь с потребителем».

КТО И ЧТО ПОКУПАЕТ ОНЛАЙН

По данным InSale, в топ-5 категорий по обороту за 2014 год вошли сегменты «Электроника и бытовая техника» (24%), «Одежда и обувь» (15%), «Компьютеры, ноутбуки, комплектующие» (11%), «Автозапчасти» (6%), «Мобильные телефоны» (5%). Этот набор категорий почти не изменился по сравнению с предыдущим годом.

Доля Москвы в общероссийском объеме сохранилась на уровне 40%. Наибольший рост показал Санкт-Петербург (11,5%). Также опережали среднерыночные темпы Северо-Кавказский и Южный федеральные округа. Наиболее слабые показатели — у Уральского и Приволжского федеральных округов. На долю десяти крупнейших по доле рынка российских городов пришлось более 70%.

ИНОСТРАННАЯ ЗАКУПКА

По данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), российские интернет-ритейлеры часто проигрывали иностранным, хотя кризисные явления в экономике притормозили эту тенденцию. Объем покупок россиян за рубежом ежегодно увеличивался в два раза. Если в 2008 году они заказали из-за рубежа товаров на 4,3 млрд руб., то по итогам 2014 года эта сумма увеличилась почти в 50 раз. Весь рынок электронной коммерции в России по итогам прошлого года, согласно оценкам АКИТ, составил 713 млрд руб. На трансграничную торговлю приходилось 29,3% от всех покупок онлайн. Прогнозируется, что по итогам 2015 года объем покупок россиян на зарубежных онлайн-площадках вырастет примерно на 25%, до 260,75 млрд руб.

По оценкам Национальной ассоциации дистанционной торговли (НАДТ), в 2015 году из онлайн-магазинов придет около 235 млн посылок (почти столько было и в прошлом году). Объем иностранных отправок вырастет с 75 млн до 110–120 млн посылок, причем 75% из них поступят из Китая. К концу 2015 года более 50% всех интернет-заказов в России будет доставляться из иностранных магазинов.

Внутренний рынок останется лидером по деньгам, считают эксперты НАДТ. Если в зарубежных интернет-магазинах средний чек может снизиться с \$30 до \$25–27 (из-за смещения фокуса на товары из Китая), то у отечественных площадок этот показатель вряд ли будет ниже \$70.



«ОЖИДАЕМ ДЕМОКРАТИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИЙ»

ОЛЕГ ЯНКЕЛОВ, УПРАВЛЯЮЩИЙ ДИРЕКТОР УК «ФИНЭКС ПЛЮС»

В ближайшее время следует ожидать демократизации инвестиций за счет расширения дистанционных каналов работы, прежде всего интернета. Финансовые (disruptive) инновации будут перехватывать потоки доходов у «старого» бизнеса, а традиционные неповоротливые и неэффективные решения будут уступать место финтех-сервисам, использующим наработки Big Data и Digital, переходя от дорогостоящих управляющих к роботизированным. Вместо депозитов и ПФов продвинутые пользователи будут все больше переключаться на низкочастотные индексные решения, такие как exchange-traded funds.

ОБЪЕМ ИНТЕРНЕТ-РЫНКОВ РОССИИ



2013 2014 2015

* Доставка еды, такси, купонные сервисы, обучение и т.п.
Объем рынка в млрд руб.: 2013 (факт), 2014 (факт), 2015 (прогноз)
Рост рынка в процентах к предыдущему году: 2013 (факт), 2014 (факт), 2015 (прогноз)

Источник: РАЭК

БАРОМЕТР РУНЕТА. ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА ОТРАСЛЬ



ФОТО: пресс-служба

«ОБЪЕМ ИНТЕРНЕТ-ЗАВИСИМЫХ РЫНКОВ СОПОСТАВИМ С 16% ВВП РОССИИ»

СЕРГЕЙ ПЛУГОТАРЕНКО,
ДИРЕКТОР РАЭК

Я очень доволен результатами, которые показало исследование «Экономика Рунета» этого года, — в нем много ярких акцентов, значимых выводов и практических рекомендаций для интернет-бизнеса по отстраиванию своей стратегии работы в наше непростое время.

В октябре мы показываем самые главные результаты исследования (цифры, объемы рынков и динамику их роста, основные выводы), а большую часть подробных экспертных выводов и рекомендаций сделаем и представим в декабре 2015 года.

Итак, основные акценты.

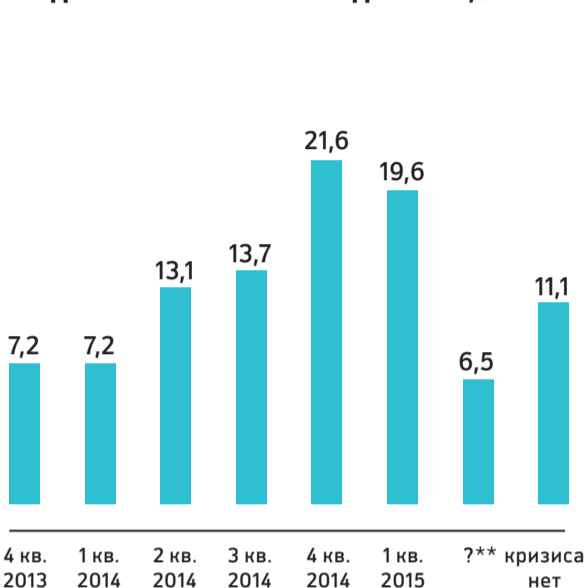
Рунет почувствовал влияние «общэкономического кризиса» уже в четвертом квартале 2014 — первом квартале 2015 года. При этом «дно» кризиса, согласно прогнозам большинства экспертов, придется на конец 2015 — начало 2016 года. На докризисные темпы роста индустрия выйдет не раньше конца 2017 года.

Влияние кризиса на интернет-рынки в 2014 году эксперты оценивают как достаточно сильное (7,1 по 10-балльной шкале). При этом оценки влияния кризиса на отдельные сегменты отличаются незначительно, несмотря на финансовые показатели этих сегментов.

При этом, когда мы говорим, что «Рунет чувствует кризис», это заключается в изменении динамики роста отдельных рынков, но никак не в падении абсолютных величин. Так, объем всех традиционно исследуемых нами интернет-рынков (контент и сервисы) составил по итогам 2014 года 1094 млрд руб., а объем рынка электронных платежей — 476 млрд руб., что в сумме эквивалентно уже 2,2% ВВП России за 2014 год. А оценка объема экономики интернет-зависимых (или интернет-связанных) рынков составил уже более 11,8 трлн руб, что сравнимо с 16% ВВП России.

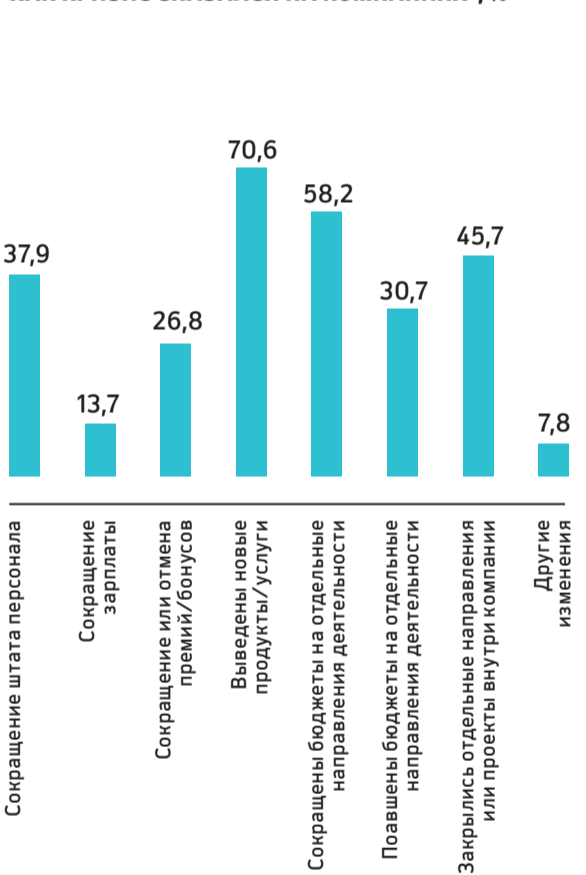
Важной особенностью 2015 года является курс на стратегическое сотрудничество РАЭК и Института развития интернета (ИРИ) в рамках разработки долгосрочной программы развития российского сегмента сети Интернет и зависимых рынков. Все выводы исследования «Экономики Рунета» станут мощным экономическим и отраслевым базисом для стратегического планирования развития интернета в рамках деятельности ИРИ.

КОГДА НАЧАЛСЯ КРИЗИС В ИНДУСТРИИ*, %

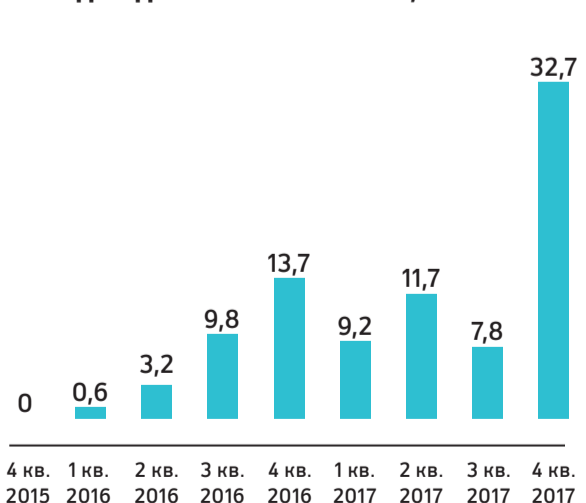


**? — затруднились с ответом

КАК КРИЗИС СКАЗАЛСЯ НА КОМПАНИЯХ*, %



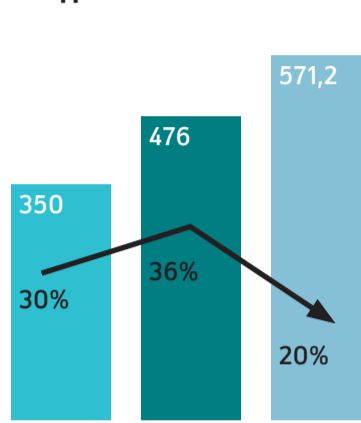
ВЫХОД НА ДОКРИЗИСНЫЕ ТЕМПЫ*, %



* Доли ответов экспертов

Источник: РАЭК

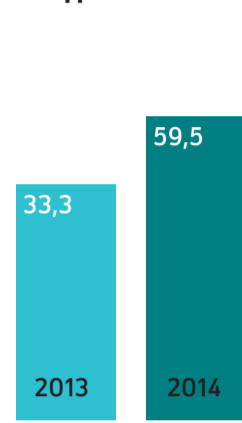
ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЕЖИ, МЛРД РУБ.



Объем рынка в млрд руб.: 2013 (факт), 2014 (факт), 2015 (прогноз)
Рост рынка в процентах к предыдущему году: 2013 (факт), 2014 (факт), 2015 (прогноз)

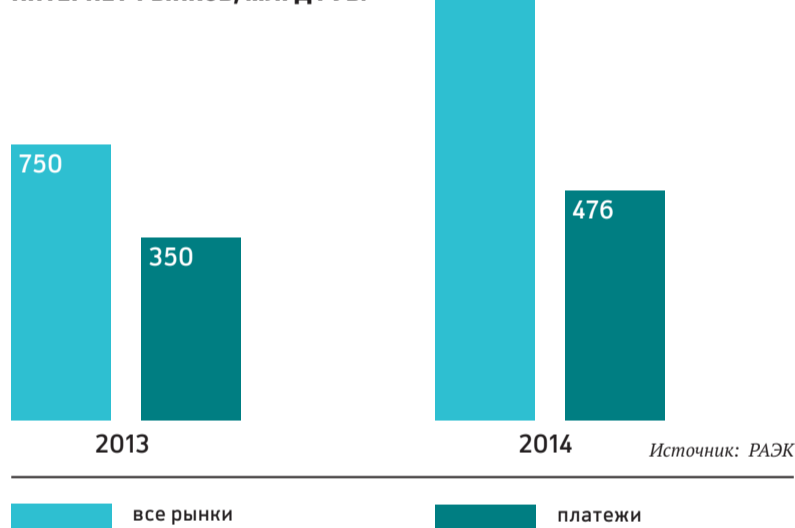
Источник: РАЭК

ИНВЕСТИЦИИ В РУНЕТ, МЛРД РУБ.



Источник: ФРИИ

СУММАРНЫЙ ОБЪЕМ ИНТЕРНЕТ-РЫНКОВ, МЛРД РУБ.

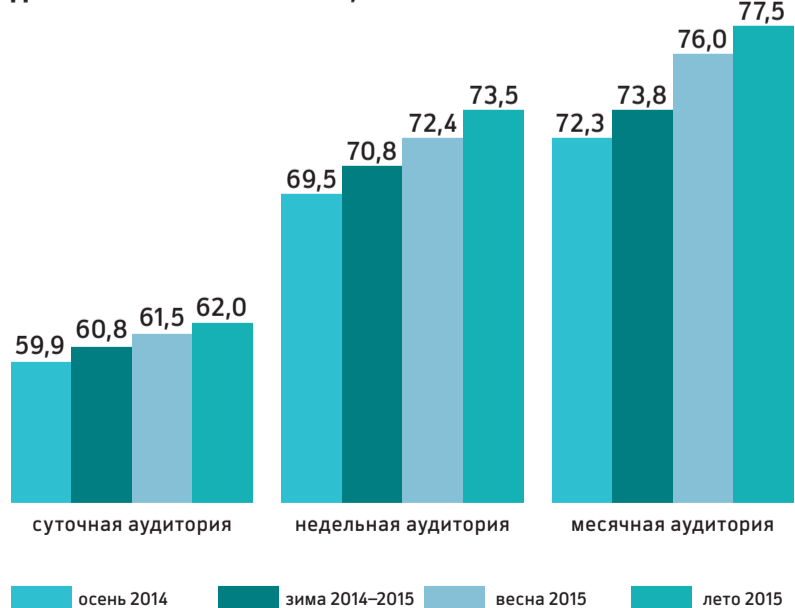


Источник: РАЭК

11,8

трлн руб. составляет суммарный объем экономики интернет-зависимых рынков, что сравнимо с 16% ВВП России

ДИНАМИКА ПРОНИКНОВЕНИЯ, МЛН ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



Источник: ФОМ

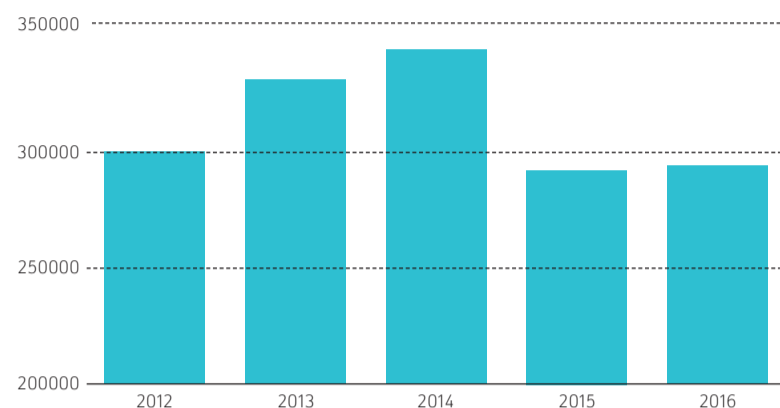
МОБИЛИЗАЦИЯ РОССИЙСКОГО DIGITAL

НА ФОНЕ ОЖИДАЕМОГО ПАДЕНИЯ МЕДИЙНОЙ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ ДАЖЕ В ТЕКУЩИЙ СЛОЖНЫЙ ПЕРИОД СОХРАНЯЕТСЯ РОСТ В СЕГМЕНТАХ МОБИЛЬНЫХ РАЗРАБОТОК И МАРКЕТИНГА, А ТАКЖЕ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ.

ЕКАТЕРИНА ВОРОБЬЕВА

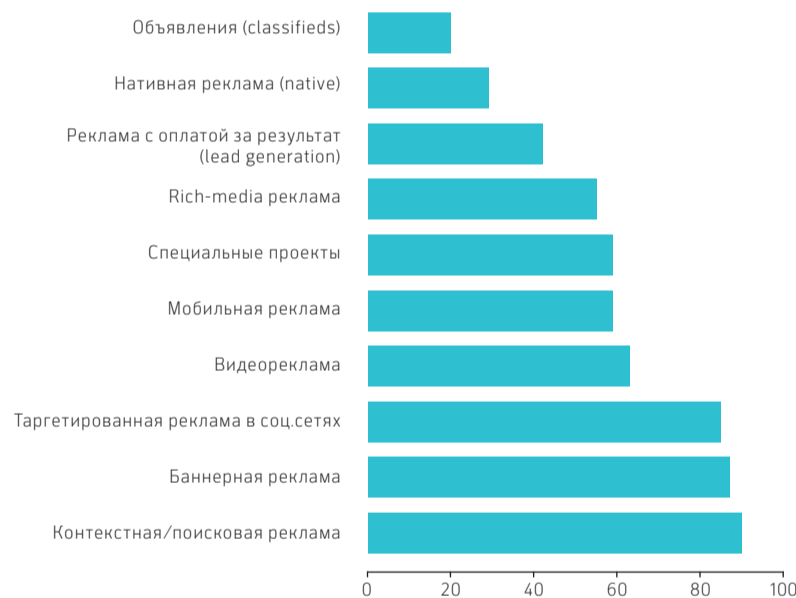


ОБЪЕМ РЕКЛАМЫ В СРЕДСТВАХ ЕЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ В РОССИИ, МЛН РУБ. БЕЗ НДС



Источник: АКАР

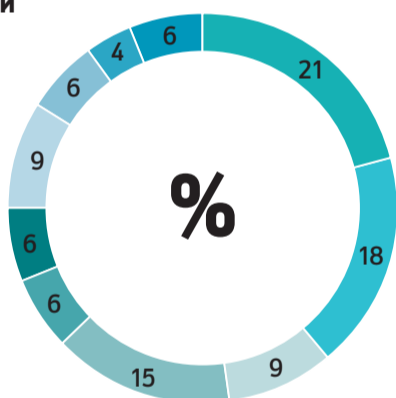
КАКИЕ ВИДЫ ИНТЕРАКТИВНОЙ РЕКЛАМЫ ИСПОЛЬЗУЕТ БРЕНД, КОТОРЫЙ ВЫ ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ЧИСЛУ РЕСПОНДЕНТОВ, %



Источник: РАЭК

ДОЛЯ, КОТОРУЮ ВИДЫ ИНТЕРАКТИВНОЙ РЕКЛАМЫ ЗАНИМАЛИ В РАСХОДАХ НА ИНТЕРАКТИВНУЮ РЕКЛАМУ В 2014 ГОДУ, %

- Контекстная/поисковая реклама
- Баннерная реклама
- Таргетированная реклама в соц.сетях
- Видеореклама
- Мобильная реклама
- Специальные проекты
- Реклама с оплатой за результат (lead generation)
- Rich-media реклама
- Нативная реклама (native)
- Объявления (classifieds)



Источник: РАЭК

Рынок digital-коммуникаций в значительной степени зависим от ситуации неопределенности на рынке в целом, связанной с экономическими и внешнеполитическими рисками. В последние два года здесь наблюдается некоторый отток бюджетов и клиентов. В Ruward отмечают, что большинство агентств демонстрируют стагнацию или незначительный рост по оборотам, а ряд их уже столкнулся с серьезными финансовыми проблемами.

На рынке сохраняется тенденция к консолидации. Кризис в данном случае стимулирует объединения агентств с целью снижения издержек и расширения клиентской базы. Со своей стороны, крупные игроки сейчас имеют больше возможностей для поглощения мелких агентств по сниженной стоимости. При этом рынок продолжает испытывать давление своих традиционных проблем — издержек низкого порога входа, большой ротации «агентств-однодневок», слабой концентрации рынка. При этом здесь системно накоплены кадровые проблемы, которые сказываются на в среднем низком уровне клиентского сервиса, а также уровне стратегической экспертизы.

В отличие от предыдущей кризисной ситуации 2008–2009 годов сейчас не ожидается смещения фокуса кампаний и клиентских бюджетов на онлайн-канал

из офлайна. При этом, как и на IT-рынке, повышается требовательность заказчиков, которые хотя и теперь за меньшие деньги получить более высокое качество и эффективность. В этой связи трендом становится все, что связано с измеримостью и KPI, — инструменты измерения метрик по каналам, ROI, всей кампании и всего процесса взаимодействия агентства с клиентом и пр.

Вместе с тем усиливается диктат цены. С другой стороны, в низком ценовом диапазоне растет давление на сегмент небольших агентств со стороны SaaS-сервисов, стремительно набирающих популярность среди МСБ.

В Ruward считают значимым трендом развитие идеологии Performance Based Marketing — на этой схеме работы с крупными заказчиками сейчас сосредоточены многие ключевые агентства.

Параллельно крупные игроки увеличили внимание к CRM/eCRM-инструментам и наращивают свои компетенции в этой области. Продолжают активно развиваться RTB-инструменты и идеология Programmatic Buying.

Самым консервативным сегментом остается рынок контекстной рекламы. Здесь постепенно усиливаются позиции сервисов по автоматизации. Как правило, они оказывают, в том числе, и прямые агентские услуги крупным заказчикам, либо же имеют выделенные агентства в

141 млрд руб. — совокупный объем digital-рынков (мобильная и веб-разработка, контекстная и медийная реклама, SMM, SEO), прогнозируемый на 2015 год

рамках групп компаний. При этом именно контекстная реклама — по-прежнему самый востребованный интернет-формат, отмечают авторы исследования Digital Advertisers Barometer 2015. Ею пользуются 90% респондентов. Хотя рост здесь очень низкий, на уровне 2%.

В то же время баннерную рекламу используют 87% опрошенных (этот показатель не меняется), а таргетированную рекламу в соцсетях — 85% (рост 4%). Самыми быстрорастущими сегментами цифровой рекламы являются мобильная реклама (этим форматом пользуются 59% рекламодателей) и rich-media (42% респондентов). Оба формата за год выросли на 13% (по количеству заинтересованных в них рекламодателей).

Видеореклама, напротив, показала небольшой спад — с 65% до 63%. Мало востребована пока нативная реклама —

лишь 29% опрошенных рекламодателей используют этот инструмент.

По прогнозам респондентов, наиболее заметно увеличивать свою долю в общей структуре расходов на рекламу будет мобильное направление. Вообще, мобильность является одним из драйверов роста всего рынка интерактивной рекламы. У трети респондентов этот формат является уже привычным инструментом, а еще у 10% — основой всей digital-стратегии.

Самым интересным инструментом, по мнению рекламодателей, является кросс-медийное планирование рекламных кампаний. Треть респондентов его уже использует, а более 50% готовы начать в ближайшее время. Также рекламодатели проявляют интерес к разнообразным системам автоматизации и оптимизации рекламных кампаний.

В ОЖИДАНИИ СТАБИЛИЗАЦИИ

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В 2015 ГОДУ СНИЗИТСЯ НА 10%, А ЕГО СТАБИЛИЗАЦИЯ ЗАЙМЕТ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ. СЕГОДНЯ ЗДЕСЬ ИДЕТ ОПТИМИЗАЦИЯ РАСХОДОВ И ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ БЮДЖЕТОВ. НЕКОТОРАЯ СТАБИЛИЗАЦИЯ И РОСТ НА 1% ОЖИДАЮТСЯ В 2017 ГОДУ. **КАРЕН КАЗАРЯН**

Рынок интернет-рекламы в России, по данным опроса, проведенного IMHO vi, продолжает снижаться. Прогнозируется, что его объем в 2015 году сократится на 10%, до 17,4 млрд руб., и продолжит уменьшаться в 2016-м — по ожиданиям, примерно на 1%, до 17,2 млрд руб. С этого момента он стабилизируется и уже в 2017 году покажет небольшой рост в 1%, до 17,3 млрд руб., а в 2018-м вырастет на 2%, до 17,7 млрд руб. Эксперты IMHO vi отмечают, что в целом на рынке интернет-рекламы сейчас происходит оптимизация расходов. Заказчики переходят к краткосрочному планированию, сокращают бюджеты, а оставшиеся суммы постоянно перераспределяют, перенося из канала в канал. Весь сегмент digital IMHO vi оценивает в 42 млрд руб. и 30% от всего рекламного рынка.

По данным АКАР, положительную динамику показывают контекст (+15%) и онлайн-видео (+8,25%). Напротив, медийная реклама упала на 11%, баннеры — на 17%.

В свою очередь эксперты ZenithOptimedia (ZO) отмечают, что если рост интернет-рекламы в 2014 году был на уровне 18%, то в 2015-м темпы роста замедлятся до 10%, а в 2016-м — до 8%. По оценке ZO, весь объем российского рекламного рынка в ближайшие полтора года не достигнет 300 млрд руб.: в 2015 году он составит

290 млрд руб., в 2016-м — 292 млрд (в 2014 году объем российской рекламы превышал 340 млрд руб.). Однако на пользу ему пойдет импортозамещение — производителям российской продукции нужно обеспечить ее продвижение в разных каналах.

Глобальные тренды

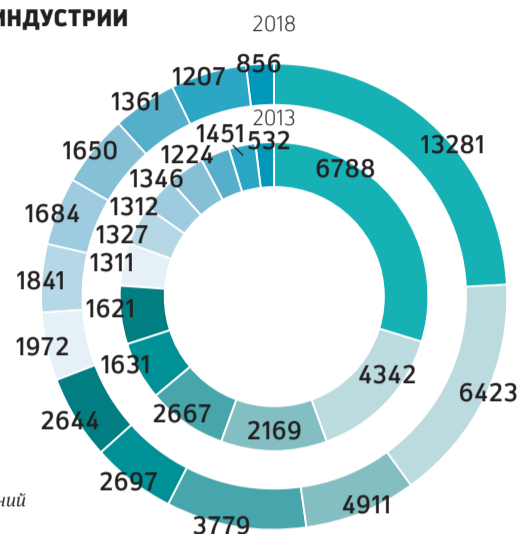
Мировой рынок рекламы, по данным ZO, вырастет на 4,2% в 2015 году и составит \$531 млрд.

В 2016 году рост составит 5%, а в 2017-м опять вернется к 4,3%. При этом к 2017 году интернет станет крупнейшим по объему рекламных инвестиций медиа на 12 крупнейших мировых рекламных рынках (совокупно формируют 28% всех расходов на рекламу в мире). Пока что интернет остается вторым по объему медиа после ТВ, однако разрыв между ними сократится с 11% в 2015 году до 4% в 2017-м.

На данный момент интернет является крупнейшим медиа на семи рекламных рынках мира — в Австралии, Канаде, Дании, Голландии, Норвегии, Швеции и Великобритании. В 2017 году к этому списку присоединятся Китай, Финляндия, Германия, Ирландия и Новая Зеландия. В Великобритании, Дании, Швеции и Китае в 2017 году доля интернет-рекламы превысит 50% от всех рекламных расходов в каждой из этих стран.

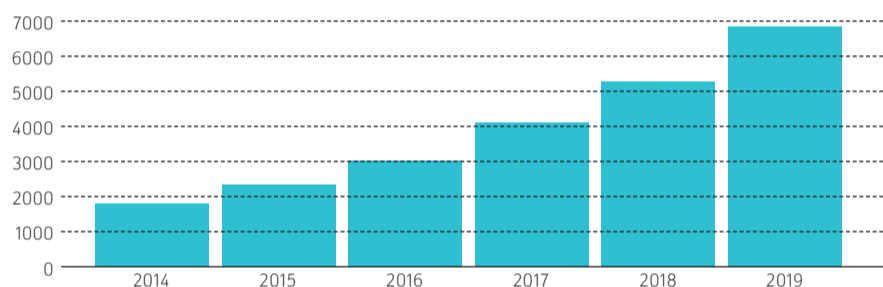
ОСНОВНЫЕ СЕКТОРА РОССИЙСКОЙ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ И СМИ, \$ МЛН

- Доступ в интернет
- ТВ-реклама
- Интернет-реклама
- Деловая информация
- Киноиндустрия
- Платное ТВ
- Видеоигры
- Музыкальная индустрия
- Журналы
- Наружная реклама
- Газеты
- Книгоиздательство
- Радио



Источник: Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ 2014-2018 (www.pwc.com/outlook)

ПРОГНОЗ ОБЪЕМА ТРАФИКА В РОССИИ, ПЕТАБАЙТ*



* Среднемесячное значение
Источник: Cisco VNI, май 2015

Финансовый АВТОПИЛОТ

ХОТИТЕ УЗНАТЬ, КАК ДОСТИЧЬ СВОИХ ФИНАНСОВЫХ ЦЕЛЕЙ?

ЗАДУМЫВАЕТЕСЬ, КАК РАЗУМНО ИНВЕСТИРОВАТЬ СВОИ СБЕРЕЖЕНИЯ, НЕ ЗНАЕТЕ С ЧЕГО НАЧАТЬ?

ИНВЕСТИРОВАТЬ СЕЙЧАС

WWW.FINANCE-AUTOPILOT.RU

Раскрываемая на сайте Финансовый Автопилот информация носит предварительный характер и указанные расчеты являются справочными. Результаты инвестирования в прошлом не определяют доходы в будущем. Ни государство, ни какое либо лицо, включая ООО «УК «ФинЭкс Плюс» — лицензия ФСФР России № 050-10894-001000 от 25 декабря 2007 г., не гарантируют доходность инвестиций.

Воспользуйтесь автоматическим бесплатным сервисом «Финансовый Автопилот», который поможет вам правильно распорядиться своими накоплениями и составить инвестиционный портфель с учетом ваших персональных целей, сделав ваши мечты реальностью.

1. Зайдите на страницу сервиса «Финансовый Автопилот» www.finance-autopilot.ru и нажмите на кнопку «Инвестировать сейчас»!
2. Познакомьтесь с роботизированным советником. Он действует исключительно в Ваших интересах без перерыва на обед и выходные. На него не окажет влияние ни настроение, ни погода! В основе его работы лежит алгоритм, принесший Нобелевскую премию по экономике Гарри Марковицу и Уильяму Шарпу.
3. Ответьте на несколько простых вопросов и роботизированный советник создаст вам первоклассный портфель!
4. Сохраните портфель и отслеживайте его динамику в любой момент времени!
5. Нравится результат? Обратитесь к любому брокеру, работающему на Московской Бирже — Вам помогут создать такой портфель на вашем счете.
6. Занимайтесь любимым делом, а скучную работу оставьте Финансовому Автопилоту.

ЧЕМ ЗАНЯТ ИНСТИТУТ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТА

ИРИ — ИНСТИТУТ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТА, СОЗДАННЫЙ В НАЧАЛЕ 2015 ГОДА, ОБЪЕДИНЯЕТ ФОНД РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-ИНИЦИАТИВ (ФРИИ), РОССИЙСКУЮ АССОЦИАЦИЮ ЭЛЕКТРОННЫХ КОММУНИКАЦИЙ (РАЭК), МЕДИА-КОММУНИКАЦИОННЫЙ СОЮЗ И РЕГИОНАЛЬНЫЙ ОБЩЕСТВЕННЫЙ ЦЕНТР ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ (РОЦИТ). ЕГО ЗАДАЧА — НАПРАВЛЯТЬ РАЗВИТИЕ РУНЕТА И СВЯЗАННЫХ С НИМ ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ. **АЛЕКСЕЙ НИКУШИН**



ФОТО: Reuters

В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ
ИРИ ГОТОВИТ МАС-
ШТАБНУЮ ПРОГРАММУ
ПО РАЗВИТИЮ РУНЕТА,
РАССЧИТАННУЮ
ДО 2025 ГОДА

Институт развития интернета появился весной 2015 года; предпосылкой его создания стало совещание отраслевых компаний с первым заместителем руководителя администрации президента РФ Вячеславом Володиным.

В начале 2015 года был определен формат, цели и задачи ИРИ, состав управляющих органов и направлений деятельности. В его структуру вошли совет, правление, программный комитет, клуб директоров и экспертный совет.

В настоящее время ИРИ готовит программу по развитию Рунета, рассчитанную до 2025 года. Она затрагивает образование, здравоохранение, госуслуги, медиа, телекоммуникации, торговлю, безопасность и т.д. Свои предложения по формированию долгосрочной программы развития наблюдательный совет ИРИ представил 5 октября 2015 года в администрации президента РФ. В нее вошли следующие основные разделы: человеческий капитал; безопасность государства, личности и бизнеса; эффективность государства, госуслуги; интернет-торговля, экспорт товаров и услуг; промышленность и ТЭК; финансы; медиа и информация, развитие интернет-инфраструктуры. По всем этим разделам эксперты ИРИ собрали конкретные предложения. Способы решения поставленных задач и достижения целей будут подробно описаны в виде дорожных карт.

Программой определены стратегические задачи (на 5–10 лет вперед), тактические (на три года вперед) и оперативные (на ближайший год). Решения

состоят в поиске и интеграции в единый план инициатив, проектов и предложений по развитию интернет-отрасли и смежных отраслей экономики.

Интернет рассматривается как платформа для ускорения развития экономики и ускорения процесса активного взаимодействия государственных органов с гражданами. Программа призвана решить сложную задачу соблюдения баланса интересов бизнеса, государства и общества. Документ будет выработан в ходе отраслевых дискуссий на площадке ИРИ; он призван определить ключевые решения, которые должны быть приняты государством и бизнесом в области развития интернет-инфраструктуры, регулирования различных секторов интернет-отрасли, роста производительности национальной экономики за счет внедрения и широкого использования интернет-технологий, повышения качества и прозрачности государственного управления, а также обеспечения цифрового суверенитета, защиты от глобальных уязвимостей и нейтрализации различных сетевых рисков. В блок «Человеческий капитал» входят разделы «Здравоохранение», «Образование» и «Работа». В первом из них авторы фокусируются на популяризации здорового образа жизни, активном вовлечении в профилактику заболеваний.

В «Образовании» основными задачами ИРИ названы популяризация дистанционного формата обучения, развитие образовательных онлайн-систем и предпринимательства.

Раздел «Работа» предполагает упрощение трудоустройства на удаленную

работу и пропаганду такого формата в компаниях, что позволит решить проблему привязки уровня оплаты труда к местоположению сотрудников.

Блок «Государство» состоит из разделов «Госуслуги», «Госуправление» и «Безопасность». Предлагается программа по популяризации и повышению уровня доверия к электронной форме услуг. В том числе к основным задачам ИРИ отнесены расширение спектра и повышение качества госуслуг. Активно обсуждается создание API для предоставления сервисов на партнерских сайтах. Раздел «Госуправление» и «Безопасность» призваны решить проблемы отсутствия необходимой статистики госорганов и устранить доминирование иностранных решений в сфере информационной безопасности.

Блок «Бизнес-среда» (разделы «Промышленность, добыча ресурсов, транспорт и ТЭК», «Финансы» и «Розничная торговля») ставит целью повысить прозрачность всех бизнес-процессов, эффективность взаимодействия с конечными потребителями услуг, а также обеспечить равное качество для потребителей на всей территории страны. Отдельно выделена задача ускорения роста количества малых предприятий и числа самозанятых граждан.

В сфере «Медиа» планируется стимулировать потребление легального контента, создание единых библиотек прав, а также развитие возможностей доставки контента. Это позволит повысить прозрачность медиаотрасли и обеспечить рост уровня информационной независимости России.



«НАСТУПИЛО ВРЕМЯ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ»

GERMAN KLIMENKO,
ДИРЕКТОР ИНСТИТУТА
РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТА

В России между интернетом и государством всегда существовал разрыв. Рунет прекрасно жил между различными сегментами экономики, и до какого-то времени происходящее с ним не интересовало властные структуры. Ситуация изменилась, когда он начал подминать под себя другие рынки. Государство поняло, что деньги в отрасли действительно большие. Общество и рынок четко поделались на две категории — одни в интернете, другие вне его.

Полтора года назад я попал в Клуб лидеров Агентства стратегических инициатив (АСИ) и понял, что подобная организация нужна и интернету, поскольку проблема коммуникации с государством остается очень острой. К ноябрю 2014 года эта история пришла к точке бифуркации. И во время Недели интернета (RIW) идея о создании ИРИ была представлена первому заместителю руководителя администрации президента РФ Вячеславу Володину.

Наступило время новой экономики, с которой нужно работать по-особому. Надо осознавать, что рано или поздно все попадут в Сеть. Но на данном этапе Рунет столкнулся с рядом проблем. Одна из самых актуальных — защищенность многих сфер экономики от вмешательства извне, то есть лицензирование отдельных видов деятельности. Чтобы развиваться дальше, требуется вмешательство государства. Если подытожить, то создание ИРИ связано с несколькими факторами. Во-первых, отрасль была замечена государством. Во-вторых, мы поняли, что нам нужно развиваться дальше. Но существует и третья причина: над индустрией нависли серьезные угрозы — мы полностью проигрываем западным компаниям в отношении технологий будущего.

Сейчас наша главная задача — создать программу развития отрасли, в которой обозначены направления дальнейшего движения. Отмечу, что мы не просим в ней денег у государства. Все, что мы хотим, — чтобы нам открыли дорогу в те сферы, где нас пока нет. Мы стараемся сделать так, чтобы все наши пожелания были обзорно исполнены, и не посягаем на существующее законодательство. И у нас есть огромное преимущество: публичность. Ее нет у АСИ, министерств или ведомств. Именно публичность дает шанс, что из этой истории может что-то получиться, что рано или поздно необходимые для отрасли шаги будут сделаны.

РБК+ «ЭКОНОМИКА РУНЕТА» (16+)

Тематическое приложение к «Ежедневной деловой газете РБК+» является неотъемлемой частью «Ежедневной деловой газеты РБК+» № 193 (2210) от 21 октября 2015 г. Распространяется в составе газеты. Материалы подготовлены редакцией партнерских проектов РБК+. Партнеры выпуска: НП «РАЭК», ЗАО «Региональный Сетевой

Информационный Центр», ООО «Управляющая компания «ФинЭкс Плюс». Реклама Учредитель: ООО «РБК Медиа» Издатель: ООО «БизнесПресс» Генеральный директор: Екатерина Сон Главный редактор партнерских проектов РБК+: Наталья Кулакова

Редактор «РБК+ Экономика Рунета»: Алексей Никушин Выпускающий редактор: Андрей Уткин Дизайнер: Анна Сытина Фоторедактор: Алена Кондорина Корректоры: Татьяна Поленова, Маргарита Тарасенко Главный редактор газеты РБК+: Максим Павлович Солюс Арт-директор проектов РБК+: Ирина Борисова

Рекламная служба: (495) 363-11-11, доб. 1342 Коммерческий директор издательства РБК: Анна Батыгина Руководитель спецприложений: Екатерина Кондратьева Директор по производству: Надежда Фомина

Адрес редакции: 117393, Москва, ул. Профсоюзная, 78, стр. 1