

ЭКОНОМИКА РУНЕТА

Тематическое приложение
к ежедневной деловой газете РБК
Среда, 13 апреля | №065 | (2321)

ИНТЕРНЕТ ОСТАЕТСЯ В РОССИИ ОТРАСЛЬЮ-ДРАЙВЕРОМ | МОБИЛЬНЫЕ УСТРОЙСТВА КАРДИНАЛЬНО МЕНЯЮТ СТРАТЕГИИ ПОТРЕБЛЕНИЯ | ИТ-ВУЗЫ ПОВОРАЧИВАЮТСЯ ЛИЦОМ К ОТРАСЛИ | ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ РАСТЕТ ВОПРОКИ КРИЗИСУ | ЦИФРОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ СТАНОВИТСЯ ДИФФЕРЕНЦИРУЮЩИМ ПРИЗНАКОМ ДЛЯ РЕГИОНОВ



ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА

РИФ И РУНЕТ: ЦИФРОВОЙ СКАЧОК

РОССИЙСКИЙ ИНТЕРНЕТ-ФОРУМ (РИФ) СОСТОИТСЯ В ЭТОМ ГОДУ В 20-Й РАЗ. МЕРОПРИЯТИЕ И САМА ИНТЕРНЕТ-ОТРАСЛЬ ЗАМЕТНО ИЗМЕНИЛИСЬ ЗА МИНУВШИЙ ПЕРИОД. РУНЕТ СТАЛ ПОЛНОЦЕННОЙ ОТРАСЛЬЮ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ, НО ПО-ПРЕЖНЕМУ СОХРАНЯЕТ ВЫСОКУЮ ДИНАМИКУ РАЗВИТИЯ. **АННА СИРИНА**

Онлайн сегодня присутствуют более 70% населения России, отмечают эксперты исследовательской компании GfK. Глобально уровень проникновения интернета составляет около 60%, по данным ассоциации GSMA. При этом в Западной Европе данный показатель превышает 79%, в Северной Америке — 70%, в Азии — 45%, странах Ближнего Востока — 54%.

Рост аудитории интернета в России в 2015 году происходил преимущественно за счет увеличения доли пользователей среднего и старшего возраста. Проникновение среди молодых россиян (16–29 лет), по данным GfK, составляет уже 97%. Именно в этом сегменте ауди-

тории самая высокая доля пользователей, выходящих онлайн со смартфонов (70%) и планшетов (35%).

ТОЧКА ОТСЧЕТА

В 1997 году, когда впервые прошел интернет-форум РИФ, аудитория Рунета составляла около 1 млн человек, а количество онлайн-пользователей в мире оценивалось примерно в 100 млн. Количество российских сайтов составляло 5 тыс., на них было размещено около 4 Гб текста. Российская интернет-отрасль 20 лет назад генерировала оборот в \$50 млн. Сегодня она консолидирует шестую часть всей экономики страны.

Именно с 1997 годом связывают начало наиболее динамичного роста

Рунета. Как раз тогда появилась «Лаборатория Касперского» и была запущена поисковая система «Яндекс». Через год на Yandex.ru впервые появился контекстный баннер, чтобы показывать рекламу, которая не просто не мешала пользователю, а, наоборот, помогала найти то, что нужно. За последние пять лет стоимость «Яндекса» увеличилась почти в семь раз. Это одна из самых дорогих компаний Рунета, которая в сутки получает до 265 млн поисковых запросов.

В свою очередь, «Лаборатория Касперского» входит в четверку ведущих мировых производителей программных средств защиты информации. Решения компании в 2015 году отразили 798 113 087 атак, проводившихся

с интернет-ресурсов, размещенных в разных странах мира. Антивирус задектировал 4 млн вредоносных и потенциально нежелательных программ на компьютерах пользователей.

Спустя год, в 1998-м, открылась почтовая служба Mail.ru. В отличие от предшествующих попыток создания такого сервиса в российской сети (Extranet и Pochta.ru) проект оказался удачным, и сейчас Mail.ru — одна из крупнейших российских интернет-компаний.

В том же году был осуществлен первый перевод Webmoney — первой в Рунете общедоступной системы электронных платежей.

БУРНЫЕ НУЛЕВЫЕ

Регистратор доменных имен Ru-Center начал работу в 2001 году. Это первая российская компания, ставшая уполномоченным ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers; создана при участии правительства США для регулирования вопросов, связанных с доменными



«ИНТЕРНЕТ-ОТРАСЛЬ БУДЕТ ДРАЙВИТЬ ЭКОНОМИКУ»

СЕРГЕЙ ПЛУГОТАРЕНКО, ДИРЕКТОР РАЭК, ОРГАНИЗАТОР РОССИЙСКОГО ИНТЕРНЕТ-ФОРУМА (РИФ+КИБ)

Интернет сегодня действительно повсеместен. В России не осталось ни одного региона и города, в котором не было бы широкополосного или мобильного доступа.

Финансовый поток, генерируемый этой отраслью, сопоставим по объемам с шестой частью ВВП России. Она оказывает мощное влияние на внешнюю экономику. Интернет — это среда межнационального и межстранового общения, столь важного в годы кризиса и геополитических изоляций.

Согласно прогнозам исследовательской компании IDC, в 2016 году доступ к глобальной сети будут иметь 3,2 млрд человек (44% населения мира). Из этого числа более 2 млрд будут использовать мобильные устройства. Доля пользователей России еще выше. Есть все предпосылки для того, чтобы именно сейчас интернет-отрасль выступила драйвером общей экономики, который поможет ей быстрее развиваться.

В сложной экономической ситуации на насыщенном рынке выигрывают те, кто будет активно использовать интернет как средство доставки до потребителей хорошо упакованной информации, товаров, эмоций и знаний.

России можно и нужно бесконечно гордиться достижениями в IT-сфере, следить за достижениями национальных IT-лидеров, помогать им держаться на внутренних рынках и выходить на внешне, создавать понимание на уровне государства и бизнеса, потому что использование высоких технологий — это необходимость.

В рамках Российского интернет-форума мы придерживаемся данной миссии, не забывая, какое мощное влияние он может оказывать на экономику в целом и на интернет-отрасль в частности. Форум — почти сверстник Рунета. В этом году Рунету исполнилось 22 года, РИФ+КИБ — 20, поэтому с самых своих истоков форум позволил взглянуть не только в завтра, но и в послезавтра: определить и стимулировать развитие тех технологий, которые могут помочь вырваться вперед, вместо неэффективной погоны за нынешними лидерами и технологиями.

← Начало на с. 1

именами, IP-адресами и т.д.), российский регистратором в международных доменах общего пользования. В 2015 году количество доменов в зоне .ru превысило 5 млн.

Тогда же стартовала русская «Википедия». Первая правка на странице HomePage была сделана Ларри Сангером, жителем Ижевска. Сегодня количество статей в русскоязычном разделе превышает 1,3 млн.

В 2001 же году «Яндекс» запустил первую в Рунете систему размещения контекстной рекламы. Именно контекстная реклама позже стала основой бизнес-модели компании. В 2002-м открылся сервис контекстной рекламы «Бегун». Он первым предложил рекламодателю аукционное ценообразование и оплату за переход, что в дальнейшем стало основной моделью для большинства рекламных сервисов. В 2008 году Google объявил о покупке «Бегуна» за \$140 млн, однако сделка заблокирована ФАС.

В 2003-м вышло постановление, обязующее все органы власти создавать сайты. Через год была проведена первая церемония «Премии Рунета». Всего за 12 лет вручено 99 статуэток.

В 2005 году появилась социальная сеть «МойКруг». Она стала первой русскоязычной социальной сетью, направленной на установление деловых контактов между людьми.

В 2006-м было объявлено о запуске социальных сетей «Одноклассники» и «ВКонтакте». Первая сеть к 2015 году фиксировала аудиторию 51 млн в сутки и 300 млн просмотров видео ежедневно. В свою очередь, «ВКонтакте» сегодня — это более 350 млн пользователей, из которых более 81 млн заходят на сайт ежедневно, открывая более 2,6 млрд страниц.

В том же году у интернет-сообщества появилась профильная ассоциация РАЭК (Российская ассоциация электронных коммуникаций). Основной целью ассоциации является обеспечение и защита интересов игроков интернет-рынка. Сегодня в РАЭК входят 150 организаций.

В 2008 году Россия официально заявила о своем желании получить кириллический домен верхнего уровня. Затем в 2009-м началось активное внедрение стандартов 3G и 4G. Тогда же Россия была признана самой «вай-максоризированной» страной в мире.

В 2010 году Yota официально запустила в России сеть LTE. Тестовый запуск первой в России сети нового стандарта связи состоялся в Казани. Абонентам стал доступен интернет на скорости 20–30 Мбит/с. В Казани было установлено около 150 базовых станций, а инвестиции в развертывание сети LTE составили \$20 млн.

В 2011 году Россия стала европейским лидером по количеству интернет-пользователей, сместив Германию на вторую строчку. Аудитория Рунета, по данным аналитической компании comScore, за сентябрь 2011 года составила 50,8 млн человек.

2012 год был ознаменован началом работы Единого реестра запрещенных сайтов. Против возможности блокировать интернет-ресурсы без решения суда выступили «Яндекс», «ВКонтакте» и русская «Википедия», однако в итоге закон приняли. На сегодня в реестре более 25 тыс. записей о запретах.

В 2013-м PayPal, один из мировых лидеров в сфере платежей и переводов средств через интернет, начинает работать с рублевыми переводами. Российские пользователи получают возможность проводить онлайн-платежи, отправлять, получать и переводить деньги в рублях на свои счета в российских банках.

В 2014-м запускается национальная поисковая система Российской Федерации «Спутник». Уже через год посещаемость портала «Спутник» превысила 3 млн пользователей в месяц.

В 2015 году создается Институт развития интернета (ИРИ) в целях развития отрасли современных технологий в России (интернет, софт и медиа). Ключевым проектом ИРИ является разработка долгосрочной Программы развития российского сегмента сети интернет и связанных с ней отраслей экономики. Институтом привлечены 1,2 тыс. экспертов для работы над «дорожными картами».

В 2016 году российский интернет-отрасль ожидает много изменений. Вопросы регулирования, трансформации бизнеса и моделей монетизации выходят на первый план. Внимание сообщества направлено на поиск оптимальных решений в сложившихся обстоятельствах.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ СТРАНИЦЫ РБК+ РАСПРОСТРАНЯЮТСЯ ТОЛЬКО СОВМЕСТНО С ГАЗЕТОЙ РБК

САМЫЕ ДОРОГИЕ КОМПАНИИ РУНЕТА

Место Компания Стоимость, \$ млн

2015
1. Mail.ru 4700
2. «Яндекс» 4300
3. Avito 2400
4. «Юлмарт» 1100
5. Exist 700
6. Ozon Group 680
7. Wildberries 630
8. «Ситилинк» 530
9. Gett 500
10. Emex 360

2014
1. «Яндекс» 5200
2. Mail.ru 3300
3. «Юлмарт» 1400
4. «Ситилинк» 990
5. Avito 830
6. Ozon Group 694
7. Wildberries 665
8. Exist 650
9. «Холодильник.ру» 380
10. «ЮТинет.Ру» 300

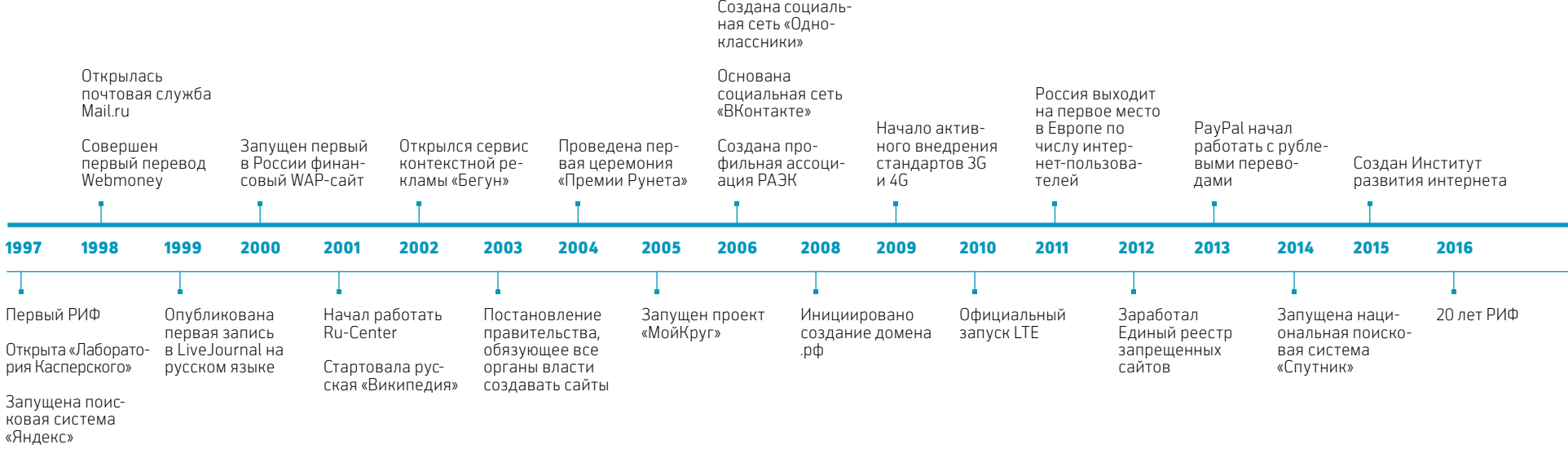
2013
1. «Яндекс» 1238
2. Mail.ru 796
3. «ВКонтакте» 215
4. РБК 156
5. «Афиша — Рамблер-СУП» 133
6. iFree 130
7. Game Insight 110
8. 2GIS 97
9. Superjob 65
10. Avito 60

2012
1. «Яндекс» 947
2. Mail.ru 682
3. «Утконос» 300
4. Wildberries 290
5. Ozon 270
6. «Холодильник.ру» 262
7. KupiVIP 256
8. РБК 186
9. Biglion 175
10. «ВКонтакте» 150

2011
1. «Яндекс» 690
2. Mail.ru 515
3. «Утконос» 300
4. AnywayAnyday 189
5. Ozon 184
6. «Холодильник.ру» 166
7. KupiVIP 160
8. «ВКонтакте» 152
9. РБК 150
10. Biglion 140

Источник: Forbes

20 ЛЕТ РУНЕТА



ИНТЕРНЕТ-ЭКОНОМИКА: ЗОНЫ СТАБИЛЬНОСТИ

ИНТЕРНЕТ В РОССИИ ОСТАЕТСЯ ОДНОЙ ИЗ САМЫХ АКТИВНО РАЗВИВАЮЩИХСЯ ОТРАСЛЕЙ. ЭТОТ РЫНОК УЖЕ ЛИДИРУЕТ СРЕДИ ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАН ПО ЦЕЛОМУ РЯДУ ПОКАЗАТЕЛЕЙ — САМОЙ БОЛЬШОЙ АУДИТОРИИ, САМОГО АКТИВНОГО РЕКЛАМНОГО СЕКТОРА, САМЫХ КРУПНЫХ ИГРОКОВ, НО ПРИ ЭТОМ СОХРАНЯЕТ ПОТЕНЦИАЛ ИННОВАЦИОННОГО РОСТА. ТАТЬЯНА ЗВЕРЕВА

Российский рынок интернет-сервисов, контента и электронных платежей превышает 2,2% от ВВП страны. А интернет-зависимые рынки дают уже более 16% ВВП, считают эксперты ассоциации РАЭК. По данным исследования «Экономика Рунета», онлайн-ритейл, электронные платежи, хостинг индустрия и облачные услуги SaaS в России растут минимум на 15–20% в год даже в ситуации стагнации экономики. При этом эксперты, участвовавшие в исследовании, отметили, что влияние кризиса на интернет-рынки на общем фоне пока незначительно, несмотря на отдельные ситуации сокращения бюджетов, снижения издержек за счет персонала или закрытия проектов. 70% респондентов заявляли планы вывода новых продуктов и услуг на рынок. 30% подтвердили готовность повышения бюджетов на отдельные направления.

Прогнозируется, что отрасль выйдет на докризисные темпы роста уже в конце 2016 года. «Наиболее перспективными направлениями в ближайшие годы и активно развивающимися уже сейчас являются виртуальная реальность, интернет вещей, анализ данных, образование и медицина. Количество инвестиционных сделок в этих отраслях в 2015 году увеличилось в два-пять раз, — комментирует Маргарита Зобнина, руководитель департамента исследований ФРИИ. — Более интересные направления, но на чуть более далекую перспективу, от двух до пяти лет, — искусственный интеллект, робототехника и нейронные интерфейсы. Они пока только начинают переходить из разряда занятых технологий и игрушек во что-то более осмысленное и практичное. Можно ожидать, что скоро разработчики перейдут к решению более практичных и, возможно, менее эффективных, но более важных задач с помощью этих технологий».

МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА ОНЛАЙН

Рынок рекламы столкнулся с некоторым спадом ввиду сокращения бюджетов в компаниях, однако контекст — единственный сегмент, фиксирующий рост. Отчасти его поддерживают расширяющиеся возможности инструментов аналитики, усиление внимания к целевым кампаниям и повышению их эффективности. Объем этого рынка, по данным АКАР, в 2015 году превысил 78 млрд руб. и продемонстрировал темпы роста 20%.

Контекстная реклама — единственный сегмент рекламного рынка, который растет, подтверждают в пресс-службе «Яндекса». Как и предполагали в компании, реклама в интернете оказалась более устойчива к кризису, и если в 2008 году бренды только начинали приходить к контекстной рекламе, то теперь их бюджет на контекст — отдельная весомая строчка в медиаплане.

Традиционная же медийная реклама ужимается (минус 5–10% за 2014–



2015 годы, по оценкам РАЭК) в силу недостаточной ее эффективности: при сокращении маркетинговых бюджетов от баннеров отказываются в первую очередь. В фокусе рекламодателей — перформанс-формат и персонализация рекламных сообщений, которую могут обеспечить новые таргетинги, функции геолокации, инструменты Big Data.

Вместе с тем сохраняется интерес бизнеса к продвижению в социальных сетях — в первую очередь, на площадках «ВКонтакте» и Facebook. Рост этого сегмента обеспечивают сохраняющиеся темпы увеличения аудитории соцсетей, особенно за счет регионов, и новые возможности аналитики в социальных медиа. По данным РАЭК, этот сегмент составил по итогам 2014 года 7,4 млрд руб. при роста около 20%.

В целом доля интернета в общих затратах на рекламу уже превышает 31%, считают в «Яндексе». В компании прогнозируют рост выручки по итогам 2016 года на уровне 12–18%, связан-

ной стабильно позитивную динамику с развитием технологий рекламы и новых инструментов для работы с аудиторией. В четвертом квартале 2015 года число рекламодателей «Яндекса» выросло на 2,4%, до 394 тыс.

РЫНОК ДОМЕНОВ

Российский рынок доменов, по данным Ru-Center, с одной стороны, достаточно насыщен и не показывает высоких темпов роста — на уровне 3% за квартал. С другой стороны, он стабильно растет, в том числе за счет запуска новых доменных зон.

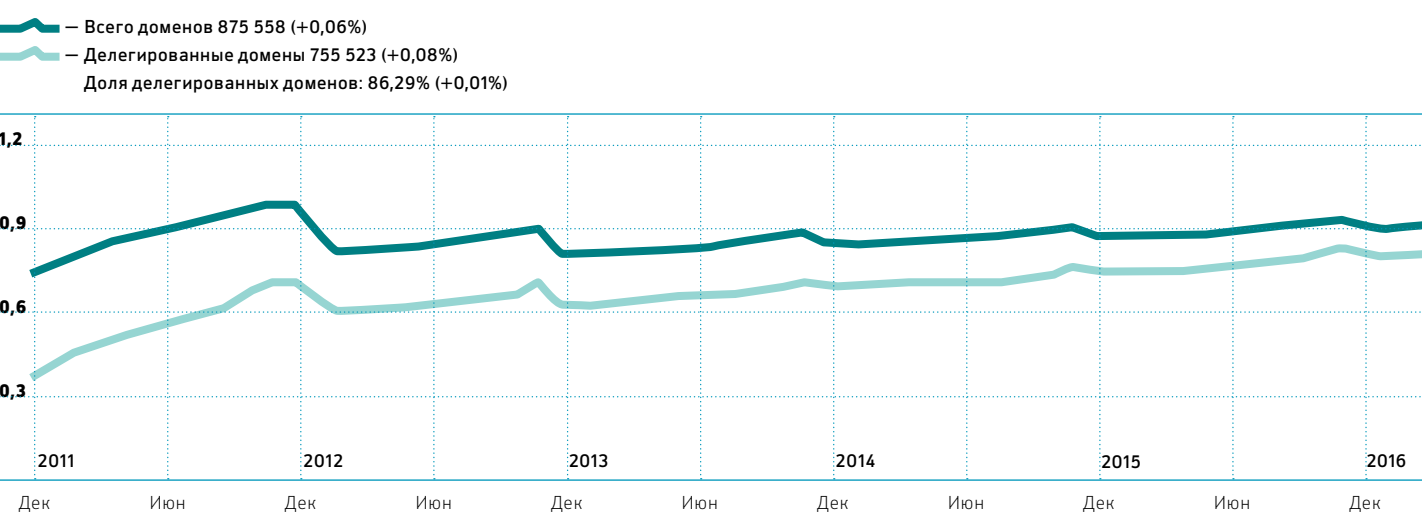
Сохраняется тенденция роста зоны .ru, в первую очередь за счет администраторов, имеющих от одного до десяти доменов, отмечает Андрей Кузьмичев, директор по продуктам Ru-Center Group. По его словам, этот рост связан с активностью малого бизнеса в интернете, так как сегодня все понимают, что если компании нет в вебе, то клиентов найти будет сложнее. Мировой рынок доменных имен

УЖЕ СЕЙЧАС НОВЫЕ ДОМЕННЫЕ ЗОНЫ В СТРУКТУРЕ РЕГИСТРАЦИИ НОВЫХ ДОМЕНОВ СОСТАВЛЯЮТ ОКОЛО 12–17%. ЭТОТ ТРЕНД СОХРАНИТСЯ И БУДЕТ РАЗВИВАТЬСЯ ПО МЕРЕ РОСТА УЗНАВАЕМОСТИ ЗОН

сохраняет динамику роста в районе 5% в квартал и к настоящему моменту превысил 300 млн доменов. Здесь драйвером в первую очередь является рынок Китая, а также программа «новых» доменных зон (таких как .club, .online, .moscow и др.). Сегодня можно регистрировать более чем в 500 новых доменных зонах.

Уже сейчас новые доменные зоны в структуре регистрации новых доменов составляют около 12–17%, отмечает Андрей Кузьмичев: «Этот тренд сохранится и будет развиваться с ростом узнаваемости зон. Кроме того, в 2018 году корпорация ICANN должна объявить о старте приема заявок на создание новых доменных зон. По всем прогнозам, в первую очередь этой опцией воспользуются крупные бренды. Из российских компаний своя зона.yandex есть только у «Яндекса», в то время как в мире открыто уже более 170 брендовых зон. Также активны будут регионы. На сегодня из российских регионов свои зоны есть только у столицы — .moscow и .moskva».

ОБЩЕЕ ЧИСЛО ДОМЕНОВ РУНЕТА



Данные за 02.04.2016.

Источник: Google Analytics

ВСЕОБЩАЯ МОБИЛИЗАЦИЯ

РОСТ ПРОНИКНОВЕНИЯ МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ И ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ НИХ ЗАМЕТНО МЕНЯЕТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ В ЧАСТИ ПОТРЕБЛЕНИЯ КОНТЕНТА И ЗАКАЗА УСЛУГ. МОБИЛЬНАЯ КОММЕРЦИЯ ОСТАЕТСЯ ОДНИМ ИЗ НАИБОЛЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ДЛЯ ИНВЕСТИЦИЙ СЕКТОРОВ, ОДНАКО МОБИЛЬНАЯ «ЭКОНОМИКА» ПОКА НАХОДИТСЯ НА ЭТАПЕ СТАНОВЛЕНИЯ— НАСТОЯЩИЙ БУМ ЕЩЕ ВПЕРЕДИ.

СЕРГЕЙ САПОВ

По данным исследовательской компании GfK, аудитория российского интернета за 2015 год выросла на 4 млн человек и достигла 84 млн. Аналитики связывают такие темпы с растущей популярностью мобильных устройств: за год использование интернета на смартфонах выросло более чем вдвое. На начало текущего года уровень проникновения мобильного интернета в России оценивался в 66% (2G/3G/4G). В 2014 году 17,6% россиян выходили в интернет со смартфонов и 8,4% — с планшетов. В 2015 году их доля, по оценке GfK, увеличилась до 37,2 и 19,2% соответственно.

Последние два года аудитория Рунета растет исключительно за счет мобильной составляющей, подтверждает Карен Казарян, главный аналитик Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК). «Пройдет еще немного времени, и мобильные устройства станут основными устройствами потребления контента: пользователи будут проводить за ними гораздо больше времени, чем теперь, несмотря на то что даже сейчас средний пользователь не расстается с гаджетами несколько часов в день», — считает эксперт.

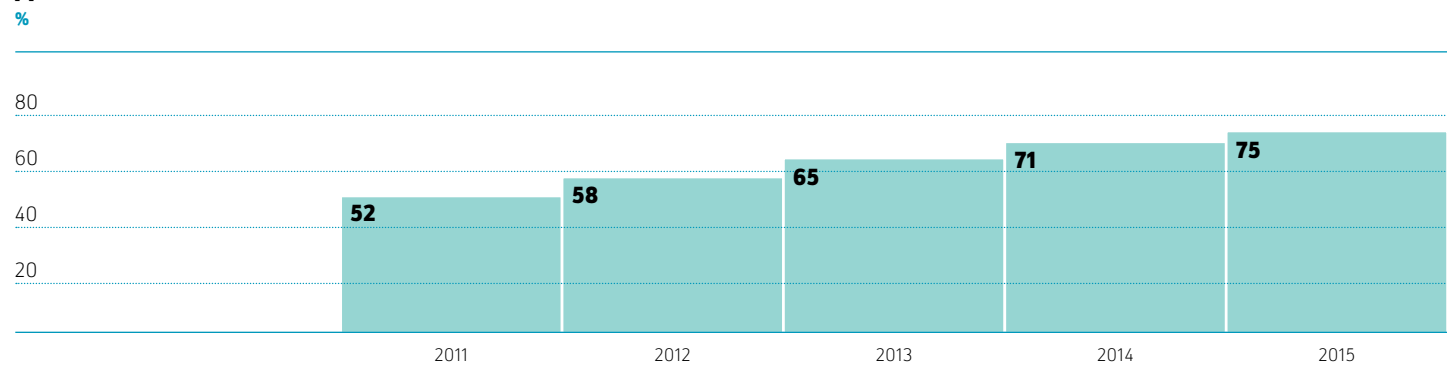
Во всем мире, по оценке аналитической компании Forrester, мобильными устройствами в 2016 году пользуются 4,8 млрд человек. Время, которое с их помощью проводится онлайн, по данным GlobalWebIndex, уже начинает превышать показатели других устройств. Темпы проникновения мобильного интернета наиболее динамичны в странах, где уровень интернет-охвата до недавнего времени был небольшим — например, в Латинской Америке, на Ближнем Востоке и в Африке.

Все больше разработчиков приложений обращаются к мобильной коммерции — по мере роста числа покупок, совершенных с помощью смартфонов или планшетов. В США доля мобильных покупок уже превышает 30%, в России она, по данным компаний Hermes Group и Criteo, составляет 10–20%. Объем российского сегмента m-commerce оценивается в 140 млрд руб. По прогнозам Forrester, объем транзакций мобильной коммерции составит в 2016 году более \$142 млрд и охватит около 50% всей экономики.

По оценкам электронной платежной системы PayPal, мобильные устройства используются для покупок в России в среднем 2,6 раза в месяц. Для сравнения: в Западной Европе — три раза. Растет не только число людей, которые совершают покупки при помощи смартфонов или планшетов, но и частота таких покупок — на 35% в год. Однако переход на мобильные платежки только начинается, и преимущественно люди используют мобильные устройства для некрупных покупок.

Мобильная «экономика» не совсем закрепились. Пользователи лишь

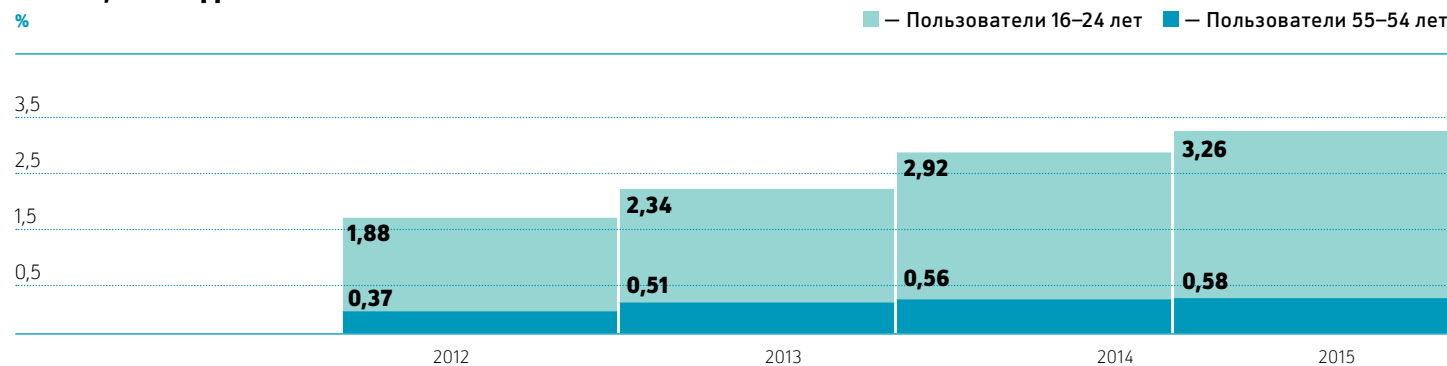
ДОСТУП К МОБИЛЬНОМУ ИНТЕРНЕТУ*



* Доля интернет-пользователей (16–64 лет), имеющих доступ в Сеть с мобильных телефонов

Источник: GlobalWebIndex

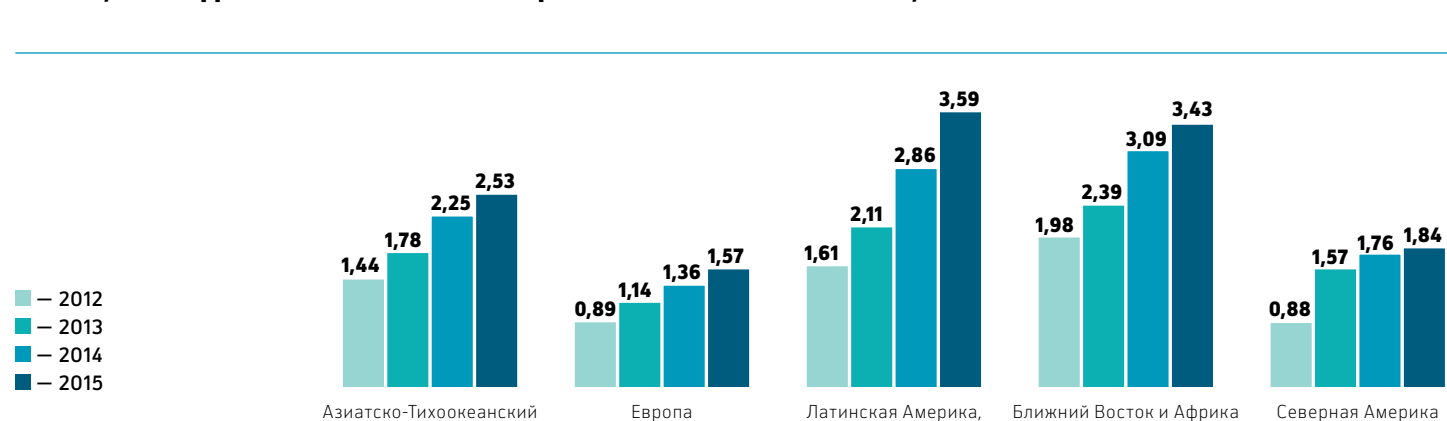
ВРЕМЯ, ПРОВЕДЕННОЕ ОНЛАЙН С МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ*



* В зависимости от возраста.

Источник: GlobalWebIndex

ВРЕМЯ, ПРОВЕДЕННОЕ ОНЛАЙН С ПОМОЩЬЮ МОБИЛЬНОГО ТЕЛЕФОНА, ПО РЕГИОНАМ*



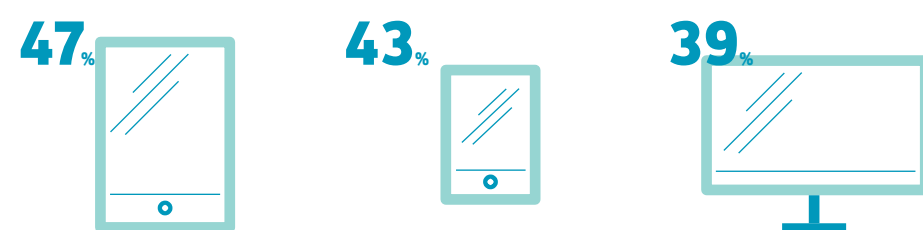
* Количество часов в день, обычно проводимое онлайн с помощью мобильного телефона

Источник: GlobalWebIndex

изучают товары на мобильных устройствах, но значительно реже покупают их таким путем, резюмирует Карен Казарян. По его словам, форматы мобильной рекламы в мобильных версиях сайтов и приложений не устоялись, а стоимость клика или показа там еще очень низкая. «Большую часть доходов получают единицы компаний-разработчиков. Предстоит многое сделать, чтобы мобильные платформы стали приносить такие же деньги, как десктоп», — считает эксперт. В исследовании «Экономика Рунета 2015–2016» отдельно будет выделена «мобильная» составляющая по каждому из рассматриваемых рынков.

ДОЛЯ МНОГОЭКРАННЫХ ТРАНЗАКЦИЙ В E-COMMERCE В США*

Устройство, на котором клиент завершает покупку



Доля клиентов, использовавших несколько устройств в процессе покупки

* Пользователь обладает более чем одним устройством.

Источник: Criteo

ВУЗЫ ДЛЯ АЙТИШНИКОВ

МЕЖДУ ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ И РАБОЧИМИ РЕАЛИЯМИ ПО-ПРЕЖНЕМУ ОСТАЕТСЯ ДИСТАНЦИЯ, ОДНАКО ИТ-ОТРАСЛЬ ПРИКЛАДЫВАЕТ УСИЛИЯ ДЛЯ ЕЕ СОКРАЩЕНИЯ. ВУЗЫ, КОТОРЫЕ ГОТОВЯТ ИТ-СПЕЦИАЛИСТОВ, УВЕЛИЧИВАЮТ КОЛИЧЕСТВО БЮДЖЕТНЫХ МЕСТ ПО ЭТОМУ НАПРАВЛЕНИЮ И РАСШИРЯЮТ СТУДЕНТАМ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПРИОБРЕТЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКОГО ОПЫТА, ОТВЕЧАЮЩЕГО ЗАПРОСАМ БИЗНЕСА. СЕРГЕЙ САПОВ

Согласно «Дорожной карте развития ИТ-отрасли» к 2018 году в России появится не менее 350 тыс. новых ИТ-специалистов. 125 тыс. из них должны быть подготовлены на бюджетной основе. Действительно, количество бюджетных мест по ИТ-специальностям в российских вузах за последние два года выросло почти вдвое (с 25 тыс. до 42,5 тыс.), а в 2016/17 учебном году прирост составил 31%. Остается вопрос, насколько эти специалисты готовы к работе с современными технологиями, востребованными рынком. По данным опроса, проведенного ВЦИОМ и АПК-ИТ, лишь 13% выпускников ИТ-вузов считают, что полученных ими знаний достаточно для работы в реальных проектах. Устранить разрыв между академической и рабочей средой может усиление практической составляющей за счет совместных курсов с ИТ-компаниями, а также постоянное самообразование, в том числе после получения диплома.

Российская ИТ-отрасль последние три года активно жалуется на недостаток кадров. Игроки отрасли уже взяли на себя восполнение недостающих компетенций и активно помогают вузам разрабатывать программы, подтверждает Маргарита Зобнина, руководитель департамента исследований Фонда развития интернет-инициатив (ФРИИ). «Сейчас наблюдается взаимное движение вузов и компаний навстречу друг другу. С одной стороны, компании делают курсы, совместно разрабатывают профстандарты по ИТ-специальностям. Например, есть курс «Интернет-предпринимательство» от ФРИИ или целые магистерские программы у Mail.ru и «Яндекса». С другой стороны, вузы создают кафедры компаний — как, например, кафедра «iC» в МФТИ и других учебных заведений. Для налаживания более широкомасштабного сотрудничества нужно более активное участие Министерства образования: переложение профстандартов в образовательные стандарты, поддержка инициатив компаний и пр.», — говорит эксперт. Формально из всех программ подготовки кадров в российских вузах

всего 14% относятся к ИТ-специальностям. Из общего количества вузов (более 2,6 тыс. вместе с филиалами) 951 учебное заведение обеспечивает подготовку как минимум по одной ИТ-специальности. Магистерские программы по ИТ предлагают менее двухсот вузов.

По данным опроса, проведенного аналитическим отделом РАЭК совместно с НИУ ВШЭ, средний балл для поступления в СПбГУТ и СибГУТИ, существенно различается в зависимости от выбранной группы специальностей. Так, средний балл, достаточный для поступления в СПбГУТ и СибГУТИ, существенно выше, чем средний балл по региону, а в случае ПГУТИ и МТУСИ — ниже среднерегионального.

Обучение по максимальному количеству ИТ-специальностей обеспечивает Уфимский государственный авиационный технический университет (УГАТУ), где есть 19 соответствующих программ бакалавриата и 16 программ магистратуры. По данным исследования РАЭК и НИУ ВШЭ, 30 вузов страны ежегодно выпускают более 400 ИТ-специалистов не менее чем по десяти направлениям подготовки, в их числе — МГТУ им. Н.Э. Баумана, СПбНИУ ИТМО, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева, Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники и др.

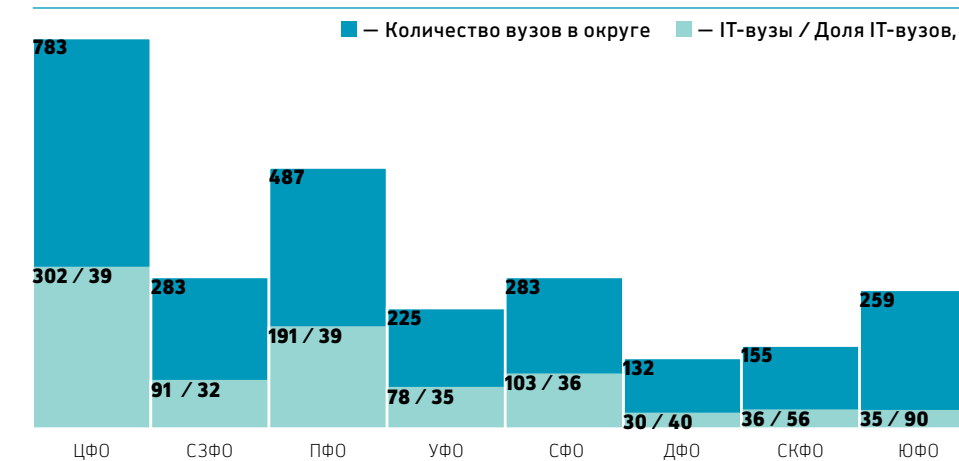
Подготовку по специальности в сфере информационной безопасности можно получить в 145 вузах страны, треть из которых находится в Центральном федеральном округе; в 2015 году на бюджетной основе этой специальности обучались менее 5 тыс. студентов, а на контрактной — менее тысячи.

Несмотря на то что ИТ-образование все активнее поддерживается руководством страны, по-прежнему в этой сфере ждут своего решения такие проблемы, как инерционность учебных программ, недостаточно полное отражение понятий профессиональной компетентности ИТ-специалистов и некомпетентность педагогов-теоретиков, считают в РАЭК.



ПОДГОТОВКУ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ В 145 ВУЗАХ СТРАНЫ

ИТ-ВУЗЫ В РЕГИОНАЛЬНОМ РАЗРЕЗЕ



Источник: РАЭК

ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ ПО ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ВУЗАХ ПО РЕГИОНАМ

Специальность	ДФО	ПФО	СЗФО	СКФО	СФО	УФО	ЦФО	ЮФО
Информационная безопасность автоматизированных систем	2	9	3	2	5	5	11	4
Компьютерная безопасность	2	5	4	1	2	3	10	1
Информационная безопасность	4	25	16	7	14	4	40	7
Безопасность информационных технологий в правоохранительной сфере	0	1	1	0	1	1	8	1
Информационная безопасность телекоммуникационных систем	1	5	2	0	4	1	5	1
Информационно-аналитические системы безопасности	0	0	1	0	1	1	1	0
Противодействие техническим разведкам	0	0	0	0	0	0	1	0

Источник: РАЭК

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ: РОСТ ВОПРЕКИ

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ СОСТАВЛЯЕТ ОКОЛО 4% ОТ ОБЩЕГО ОБЪЕМА РОССИЙСКОГО РЕТЕЙЛА И СОХРАНЯЕТ ПОЗИТИВНУЮ ДИНАМИКУ. ПОКА ЛИШЬ ЧЕТВЕРТЬ РОССИЙСКОЙ АУДИТОРИИ ИНТЕРНЕТА СОВЕРШАЕТ ОНЛАЙН-ПОКУПКИ, И ДАЛЬНЕЙШАЯ МИГРАЦИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ В ИНТЕРНЕТ БУДЕТ «НАРАЩИВАТЬ» РЫНОК ВНЕ ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ. **ТАТЬЯНА ЗВЕРЕВА**

Электронная коммерция считается самым крупным по объему сектором экономики Рунета. Его объем превысил в 2015 году 760 млрд руб., по данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ). Темпы роста остаются позитивными, хотя и снизились с 30 до 7% в год. Доля сектора в общем объеме отечественного ретейла составляет 3–4%. Для сравнения: в Германии или США этот показатель вдвое-втрое выше, а лидером является Южная Корея с долей свыше 15% от офлайн-розницы.

Прогноз развития рынка электронной коммерции согласно данным исследования «Экономика Рунета 2015–2016»* на 2015 год оптимистичный. Ожидается рост порядка 20%.

Стабильное развитие интернет-ретейла связано с дальнейшим распространением доступа к Сети, увеличением доли мобильного трафика, а также эволюцией самих интернет-сервисов. Дополнительный стимул для этого рынка в России — развитие логистических операторов и услуг «Почты России». Так, в 2015-м почта доставила почти вдвое больше товаров из интернет-магазинов, чем в 2014 году, и в 4,5 раза больше, чем в 2013-м.

Перетекание покупательского интереса в онлайн продолжается. Но если в кризисные 2008–2009 годы рынок внутренней розничной электронной торговли рос на 25–30%, то сейчас — на 10–15%, поясняет Иван Кургузов, исполнительный директор портала «Оборот.ру». «Это связано с более серьезным изменением покупательского поведения и резким ростом входящей трансграничной торговли. По оценкам некоторых экспертов, по числу единиц проданных товаров это уже чуть ли не четверть российского рынка», — поясняет эксперт.

АКИТ фиксирует падение количества внутренних заказов на 7% при двукратном увеличении числа посылок из-за границы. В денежном выражении объем трансграничной интернет-торговли вырос на 5% и составил около 220 млрд руб.

На фоне падения курса рубля ошутимо повышается внимание к китайским онлайн-магазинам. По данным исследования «Яндекс. Маркета» и исследовательской компании GfK, число российских покупателей, использующих этот канал, увеличилось за год на 30%. Китайские игроки наращивают физическое присутствие в России и выстраивают стратегические партнерства в области логистики.



ФОТО: PAINAGES/FACS

Марк Завадский, директор по развитию бизнеса AliExpress в России и СНГ, отмечает, что тренд более «вдумчивого» шопинга, когда люди тратят больше времени на поиски качественных товаров по наиболее выгодной цене, ретейлеру на руку. «Популярность AliExpress в России стабильно растет: по данным TNS Global, мы стабильно входим в десятку самых востребованных сайтов Рунета, — комментирует он. — Мы постоянно работаем над улучшением своего сервиса: подключаем новых российских продавцов — Philips, Bork, Unilever, ввели опцию оплаты наличными, которая очень удобна для покупателей в регионах, совершенствуем условия по доставке и гарантии».

В то же время и в AliExpress наблюдают падение покупательской способности. В первую очередь это относится к российским регионам. За последний год снизились реальные доходы населения, что сказывается на изменении структуры спроса в интернет-покупках в пользу недорогих товаров малоизвестных брендов. Так, по данным АКИТ, более 60% заказов российских покупателей в интернет-магазинах не превышают \$22.

Перспективы дальнейшего роста онлайн-ретейла связаны с возможно-

стью сокращения барьеров, в том числе законодательных, считает Иван Кургузов. «Однако поступательный рост продолжится даже в случае отсутствия существенных изменений. Определенную опасность представляют сокращение доступа к инвестициям и работа многих крупных игроков без прибыли, что может привести к изменению состава участников рынка. Однако те ретейлеры, которые не будут представлены в интернете, со временем проигрывают в конкуренции», — резюмирует он.

Главный тренд последних лет — рост количества покупок, совершаемых с мобильных устройств. Рынок мобильной коммерции во всем мире в последние три года рос в среднем на 40%, согласно данным исследования платежной системы PayPal, и это на фоне среднегодовых темпов роста рынка электронной коммерции в 13%.

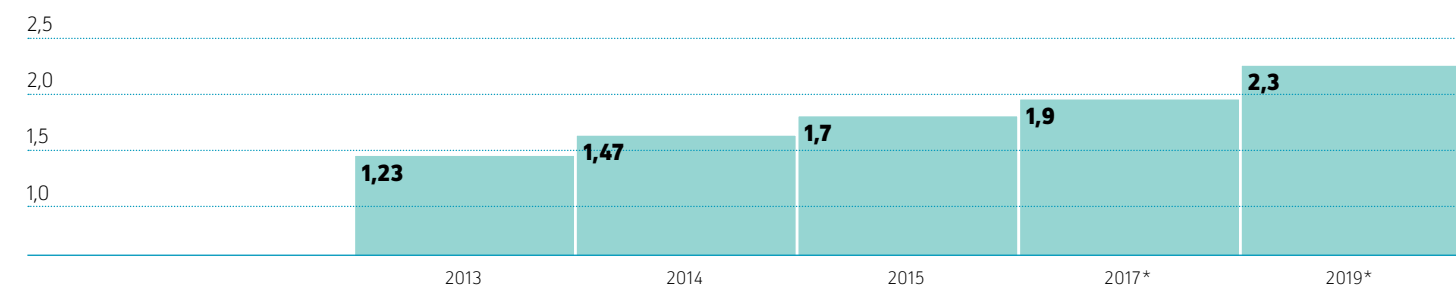
По оценкам консалтинговой компании Cargemini, на мобильные деньги, электронные кошельки и виртуальные валюты приходится до 10,5% всего мирового рынка безналичных платежей. Лидируют здесь ОАЭ, Китай и Турция, где доля мобильного шопинга составляет соответственно 24, 21 и 19% от всех онлайн-покупок. В целом по миру

более трети электронных платежей в 2015 году совершалось со смартфонов и планшетов. Наиболее активны азиатские платежные системы — JCB, UnionPay и Alipay. Доля мобильных оплат от их оборота составила 54, 31 и 44% соответственно. В европейских системах показатели схожи: 47% платежей Open Invoice (Германия и скандинавские страны) приходится на мобильные устройства. В европейской системе SEPA Direct Debit доля мобильных платежей составляет 22%.

Доля оплат со смартфонов достигла 68% в совокупном обороте мобильных платежей против 32% на планшетах. Самый большой средний чек — у владельцев iPad (\$107).

На развитии мобильных продаж сегодня сфокусированы как интернет-гиганты — например, Google, индексирующий мобильные страницы продуктов и оптимизирующий форматы рекламы, так и соцсети. Instagram, Facebook и Pinterest развивают мобильные приложения и разрабатывают сценарии увеличения затрат на мобильную коммерцию. Дополнительным каналом станут мессенджеры, где уже есть страницы брендов, системы оплаты и возможность отслеживания заказов.

ОБЪЕМ МИРОВОГО РЫНКА E-COMMERCE \$ МЛРД

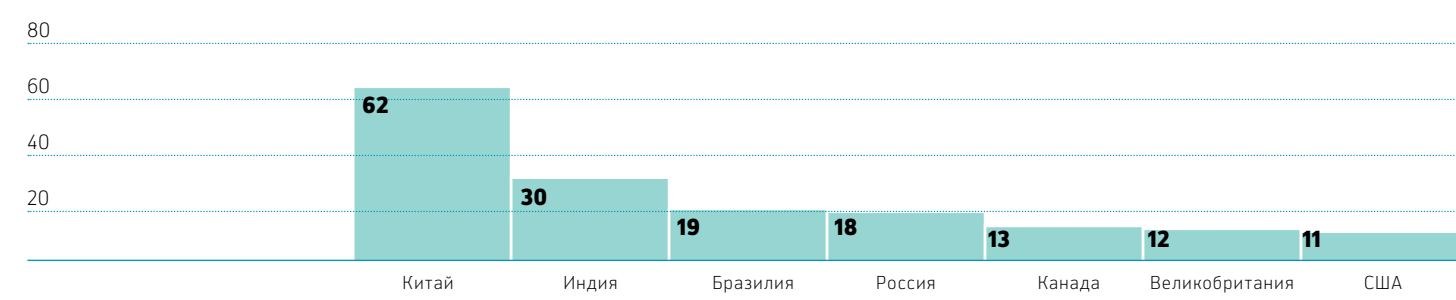


Источник: PayOnline

ОПЛАТИТЬ ВЗГЛЯДОМ

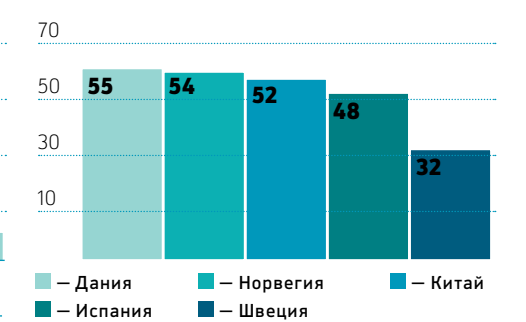
Крупнейшие интернет-ретейлеры мира стремятся максимально ускорить и упростить для клиента оплату покупок. Так, интернет-гипермаркет Amazon планирует запустить платежную систему, которая позволит подтвердить онлайн-платеж с помощью подмигивания в камеру планшета или смартфона. Технология распознавания лиц подтвердит, что изображение совпадает с идентифицируемой персоной, и авторизует транзакцию. В свою очередь, MasterCard тестирует технологию, которая позволит совершать оплату при помощи «селфи» — Selfie Pay, которая также построена на распознавании лиц.

РОСТ E-COMMERCE ПО РЕГИОНАМ В 2015 ГОДУ %



Источник: PayOnline

САМЫЕ БЫСТРОРАСТУЩИЕ РЫНКИ M-COMMERCE* %



* Ежегодные темпы роста в 2013–2016 годах. Источник: PayOnline

Новые имена для вашего бизнеса

www.ваше_имя

- .club
- .center
- .online
- .moscow
- .москва

и еще более 300 доменов
на **nic.ru/new**

уже сделали выбор:

- artlebedev.moscow
- metropolis.moscow
- nlo.marketing
- taxovichkoff.taxi

РБК + «ЭКОНОМИКА РУНЕТА» (16+)

Тематическое приложение к «Ежедневной деловой газете РБК» является неотъемлемой частью «Ежедневной деловой газеты РБК» №065 (2321) от 13 апреля 2016 г.
Распространяется в составе газеты.
Материалы подготовлены редакцией партнерских проектов РБК+.
Партнеры выпуска: НП «РАЭК», ЗАО «Региональный Сетевой Информационный Центр». Реклама

Учредитель: ООО «РБК Медиа»
Издатель: ООО «БизнесПресс»
Генеральный директор: Екатерина Сян
Главный редактор партнерских проектов РБК+: Наталья Мулякова
Редактор РБК+ «Экономика Рунета»: Мария Попова

Выпускающий редактор: Андрей Уткин
Дизайнер: Алексей Баранов
Фотограф: Елена Кондрюхина
Корректоры: Татьяна Попова, Маргарита Тараскина
Главный редактор газеты: Максим Павлович Соколов
Арт-директор проектов РБК: Ирина Борисова

Рекламная служба: (495) 363-11-11, доб. 1342
Коммерческий директор издательства РБК: Анна Батыгина
Директор по продажам РБК+: Евгения Карлина
Директор по производству: Надежда Фомина
Адрес редакции: 117393, Москва, ул. Профсоюзная, 78, стр. 1

ЦИФРОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ

УРОВЕНЬ ЦИФРОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ЗНАНИЯМИ И НАВЫКАМИ, КОТОРЫЕ НЕОБХОДИМЫ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И РЕСУРСОВ ИНТЕРНЕТА В УСЛОВИЯХ ВСЕОБЩЕЙ ДИДЖИТАЛИЗАЦИИ. НА СЕГОДНЯ В РОССИИ ЭТОТ ПОКАЗАТЕЛЬ НЕВЫСОК И ТРЕБУЕТ АКТИВИЗАЦИИ МЕР ПО СТИМУЛИРОВАНИЮ ЕГО РОСТА. **ТАТЬЯНА ЗВЕРЕВА**

Интернет-охват продолжает увеличиваться, мобильные устройства распространяются все шире, формируя принципиально новую цифровую среду. По данным МГТС, за 2015 год количество пользователей интернета выросло вдвое, а на одну семью приходится уже четыре с половиной пользовательских устройств. Как отмечают в региональной общественной организации «Центр интернет-технологий» (РОЦИТ), у 91% населения страны есть мобильный телефон или смартфон. 33,5% обращаются к интернету как к источнику новостей почти каждый день. Около 20% граждан используют электронные госуслуги. В итоге каждый год время, проводимое российскими пользователями в Сети, увеличивается на 10%, и в прошлом году этот показатель достигал уже пяти часов в день.

Новые реалии расширяют традиционное понимание грамотности. Сегодня речь идет о цифровой грамотности, которая включает новые компетенции в области безопасного и эффективного использования информационно-коммуникационных технологий.

По данным исследования РОЦИТ «Индекс цифровой грамотности граждан РФ», в 2015 году наивысший уровень цифровых компетенций продемонстрировали Северо-Западный и Центральный федеральные округа. Для оценки использовалась шкала от

о до 10: в соответствии с ней индекс цифровой грамотности Северо-Запада оказался 6,46, а Центра — 5,83. В числе аутсайдеров — Приволжский округ (3,30) и Крым (1,34). Разрыв между регионами страны по уровню цифровой грамотности остается значительным. Общий интегральный индекс России составил 4,79 из 10 возможных. Сюда входят субиндексы — цифровые компетенции (4,48), цифрового потребления (5,17) и цифровой безопасности (4,85). В частности, на показатель цифровой компетенции в рамках исследования влияли такие факторы, как развитые навыки использования мобильных средств коммуникации, активность использования интернета для поиска информации, проведение финансовых операций и потребление услуг онлайн. В соответствии с этими критериями Москва и Санкт-Петербург совокупно получили максимальный субиндекс цифровой компетенции — 9,16, вдвое превосходящий средний по России.

В исследовании, в частности, отмечалось, что на Северо-Западе в два раза больше граждан, чем в среднем по стране, оплачивают штрафы или услуги ФНС через интернет. В Центральном округе зафиксировано наиболее плотное сосредоточение интернет-СМИ — 5038 из 7369 зарегистрированных по всей России, согласно данным Роскомнадзора. На

Дальнем Востоке (третье место по значению индекса), как и в Приволжском округе, четверть жителей оплачивают услуги ЖКХ и связи по интернету.

Помимо этого был проведен анализ, позволивший выявить связь значения индекса с такими социальными показателями, как средние денежные доходы на душу населения, среднемесячная заработная плата, конечное потребление домохозяйств на душу населения и др. В частности, было обнаружено, что потребление, доходы и зарплата являются значимыми переменными, то есть при их возрастании на одну единицу значение индекса увеличивается на коэффициент регрессии, который составляет 0,51 по каждому из этих показателей.

Полученные РОЦИТ результаты должны стать основой для разработки законопроектов о цифровом образовании, усилении активности по отдельным пунктам президентской программы развития Рунета.

УРОВЕНЬ ЦИФРОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ПО РЕГИОНАМ РФ*

Северо-Западный	6,46
Центральный	5,83
Дальневосточный	5,17
Уральский	5,02
Южный	4,72
Северо-Кавказский	4,19
Сибирский	3,97
Приволжский	3,30
Крымский	1,34
Россия в целом	4,79

* Интегральный показатель по шкале от 0 до 10 баллов.

Источник: РОЦИТ

ИНТЕРНЕТ И ЗАКОН

СОЗДАНИЕ ОСОБЫХ ПРАВОВЫХ РАМОК ДЛЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА — ОБЩЕМИРОВОЙ ТРЕНД. ВО ВСЕМ МИРЕ РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННО КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОТКРЫВАЕТ НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ОБЩЕСТВА, ОДНАКО ТАКЖЕ ФОРМИРУЕТ ВЫЗОВЫ И УГРОЗЫ, ОТВЕТИТЬ НА КОТОРЫЕ ПРИЗВАНЫ В ТОМ ЧИСЛЕ НОВЫЕ ПРАВОВЫЕ НОРМЫ. **МАТВЕЙ АЛЕКСЕЕВ**

Активное формирование особых правовых норм, регулирующих отношения в Рунете, началось в 2010-х годах и, по результатам опроса РАЭК, происходило при достаточно слабом участии индустрии. Очевидная смена вектора законодательных инициатив в 2014–2015 годах была продиктована сложной геополитической ситуацией, взаимными санкциями и необходимостью обеспечить цифровой суверенитет РФ.

Изменения в законодательстве, касающиеся интернета, должны учитывать новые возможности, которые государство, индустрия и общество получают или могут получить в связи с развитием информационно-коммуникационных технологий. Законодательное стимулирование IT-отрасли должно привести к более активному развитию российского сегмента интернета. Например, это положительно скажется на развитии отечественных систем хранения и обработки данных, протоколов шифрования, защиты информации, а также развитии смежных с интернетом областей и технологий, та-

ких как электронная коммерция, мобильные платежи и т.п.

Согласно экспертной оценке РАЭК, среди законодательных инициатив, предлагавшихся в 2015 году, нейтрально или положительно оцениваются 38%. Для сравнения: за период 2013–2014 годов доля таких законопроектов составляла 23%, при том что количество инициатив за год выросло. Таким образом, предсказанная год назад тенденция к отходу от охранительно-запретительного регулирования начинает реализовываться. Стоит также отметить, что среди отрицательно оцениваемых инициатив наблюдается достаточно большое (примерно пятая часть) количество заведомо «непроходных» предложений, которые вносились отдельными депутатами для повышения собственной цитируемости в СМИ и создания общественного резонанса.

10-12 МАЯ
Москва // Экспоцентр
www.mcf.moscow



МКФ 2016

БОЛЬШОЙ МЕДИА
КОММУНИКАЦИОННЫЙ
ФОРУМ ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ:

И+ ИНТЕРНЕТ
+МЕДИА

**медиа
спектр**

Ad Tech
Russia

ОРГАНИЗАТОРЫ:

РАЭК

ЭКСПОЦЕНТР

ИРИ

МКС

18+