



к интернет-зависимым рынкам страны, работает свыше 1,1 млн человек.

Услуги в области разработки интернет-сайтов, размещения рекламы в Интернете, продвижения товаров и услуг в социальных медиа и поисковых системах характеризуются следующими показателями:

- медийная реклама — 19,2 млрд рублей (прогноз на 2013 г. — рост на 16%);
- контекстная реклама — 37,55 млрд рублей (прогноз на 2013 г. — рост на 28%);
- маркетинг и коммуникации в социальных сетях оцениваются в 4,67 млрд рублей (прогноз на 2013 г. — увеличение на 32%);
- веб-разработка — 12,27 млрд рублей (прогноз на 2013 г. — рост на 23%).

Основными тенденциями, характеризующими этот сегмент, стали: появление новых рекламных форм, консолидация рынков, стремление пользователей к анонимности при одновременном улучшении сервисов персонализации.

Что касается электронной коммерции, то онлайн-ритейл вырос на 28%, составив 284,96 млрд рублей, с прогнозом на 22%-ный рост в текущем году, а рынок цифрового контента, куда традиционно относят музыку, видео и книги, составил 5,07 млрд рублей (планируемый рост в 2013 г. — 28%).

Электронная коммерция характеризуется высокой долей обращения наличности (при появлении новых способов безналичной оплаты); либерализацией за-

конодательства; новыми логистическими цепочками и каналами интернет-маркетинга; появлением новых игроков из оффлайна.

Исследование показало, что в развивающейся интернет-экономике границы рынков быстро меняются, и эксперты не всегда готовы их очертить. А с ростом популярности новых гаджетов и моделей дистрибуции задача лишь усложняется. Так, всё большее количество сервисов по формальным признакам можно отнести к облачным, а электронные платежи становятся «кровеносной системой» интернет-экономики, переплетённой со всеми другими сегментами рынка.

Исходя из оценок, полученных во время проведения исследования, и проекта отраслевой стратегии развития Интернета в РФ, подготовленной РАЭК, эксперты выделили четыре возможных сценария.

### Инновационный сценарий

На фоне улучшения делового климата и благоприятной экономической обстановки будет быстро повышаться доля использования Интернета компаниями, в том числе в области маркетинга. Государство проведёт ряд мер по стимулированию безналичных платежей и развитию внутреннего рынка и вернётся к политике невмешательства в регулирование Интернета. В полной мере реализуются федеральные и региональные программы, направленные на повышение конкурентоспособности и экономической эффективности российского сегмента сети Интернет с привлечением экспертов, научных деятелей по интернет-проблематике, международных аналитических агентств. Среднегодовой рост рынка до 2018 г. составит 35 — 40%.

### Стабилизационный сценарий

Политика государства в регулировании интернет-индустрии по сравнению с 2012 г. не меняется; законодательство в интернет-сфере замораживается. Динамика основных показателей проникновения Интернета остаётся на прежнем уровне. Усилятся тенденции консолидации игроков рынка. На фоне невысокого роста экономики основной рост будет наблюдаться в сегментах электронной коммерции и рекламы. Среднегодовой рост рынка до 2018 г. составит 15 — 20%.



**Диаграмма 1. Источники новостей в Интернете, %**

**Диаграмма 2. Частота использования СМИ**

**Диаграмма 3. За последний месяц приходилось...**

**Диаграмма 4. Приходилось ли в целом скачивать или просматривать онлайн различный контент?**


Источник: ФОМ, репрезентативный опрос, вся Россия, 18+, 2013 г.

### Негативный сценарий

В подтверждение прогнозов РАЭК, количество законопроектов, касающихся регулирования сети Интернет, и негативная динамика экспертной оценки регулирующего воздействия возрастает. Экономическая целесообразность регулирования и динамика роста рынка становится менее значимой, пренебрежимой на фоне изоляционистских тенденций.

Меры по стимулированию делового климата не принимаются или являются неэффективными. На фоне экономического спада происходит постепенная монополизация инфраструктуры Рунета, экспансия телекоммуникационных компаний на рынок контента и сервисов. Популярность традиционных каналов маркетинга сохраняется. Происходит заметный отток клиентов к иностранным компаниям и в иностранные юрисдикции. Среднегодовой рост рынка до 2018 г. составит 6–10%.

### Сценарий «глобальный кризис»

Мировая экономика вновь скатывается в кризис. Усиливаются общемировые тенденции к контролю за национальными зонами через принятие новых законов и на уровне международных организаций (МСЭ и т.п.), стремление ослабить влияние на Интернет США и американских интернет-компаний. Закрепление «стратегического» статуса телекоммуникационной инфраструктуры приводит к сворачиванию реформирования отрасли, сетевой нейтральности, монополизации национальных рынков и нарастанию конфликтов, связанных с пирингом трафика. Под влиянием медийных корпораций принимается ряд международных соглашений, закрепляющих новый режим регулирования интеллектуальной собственности в Интернете (в варианте соглашений АСТА – ТРР – ТАРТА). Среднегодовой рост рынка до 2018 г. составит 3–6%, но будет наблюдаться только в отдельных сегментах (например, электронная коммерция), ситуация кризиса 2008–2009 гг., когда интернет-индустрия Рунета росла на фоне общего снижения, не повторится.

**Светлана БОРИСОВА** из Фонда «Общественное мнение» (ФОМ) представила результаты последних опросов.

Согласно данным исследования, месячная аудитория Интернета составляет 66,1 млн человек, или 57% населения России. Суточная аудитория – 52,2 млн человек, или 45%. 76% месячной аудитории приходится на города с численностью менее 1 млн человек.

69% используют Интернет для своих нужд раз в день и чаще (+17% за год).

55% по будням тратят на Интернет для своих нужд более одного часа (+14% за год).

60% на выходных тратят более одного часа на Интернет (+11% за год).

11% полагают, что проводят слишком много времени в Интернете (35% в 2012 г.), при этом 74% считают, что проводят в Интернете столько, сколько нужно (52% в 2012 г.).

Основные параметры использования Интернета россиянами представлены в диаграммах 1–4.

Согласно опросу ФОМ, 80% пользователей знают или что-то слышали об «антипиратском» законе. 34% респондентов относятся к закону положительно: «автор должен получать вознаграждение за свой труд»; 49% – отрицательно: «Интернет для того и соз-

дан, чтобы брать бесплатную информацию». 45% уже сталкивались с тем, что не могли получить в Интернете бесплатный доступ к фильмам, музыке или книгам.

Ответы респондентов на вопрос ФОМ, что ещё можно делать в Интернете, представлены в диаграммах 5 и 6.

По оптимистическому прогнозу, если будут выполнены планы Минкомсвязи России по обеспечению широкополосным доступом малонаселенных пунктов, стоимость терминалов доступа (смартфонов, ноутбуков, десктопов и планшетов) будет достаточно низка, а тарифы операторов связи и провайдеров доступны для населения, аудитория Рунета составит:

Населённые пункты	Лето 2014 г.	Лето 2016 г.	Лето 2018 г.
город 100 тыс. – 1 млн чел.	69,4%	77,1%	82,9%
город менее 100 тыс. чел.	63,8%	73%	79,9%
село	51,2%	61,2%	68,9%

Многочисленные дискуссии на тему значения SMM для бренда и о том, как измерить эффективность работы агентства, развернулись на секции «Социальный плацдарм: паблики vs агентства vs бренды: fight!». На блок-конференции «Электронная коммерция» обсудили актуальные проблемы и показатели отрасли, а лидеры рынка представили вниманию участников RIW — 2013 кейсы из реальной практики. Здесь самым ярким стало выступление Генерального директора OZON eSolutions Алексея Тимонина, который рассказал о том, как OZON учился продавать товары для детей и их мам. А Генеральный директор «ЕЁ Медиа» Евгений Хата удивил всех провокационным заявлением: «Рост на рынке э-коммерции прекратился». По его мнению, сейчас единственный выход на рынке — это «купить врага».

Участники секции «Право в отрасли: контроль vs безопасность» пытались найти компромисс между свободой пользователей и желанием государства ставить всё под контроль. Главными выступающими стали Алексей Гореславский («Афиша-Рамблер») и Ирина Левова (РАЭК). По мнению экспертов, именно бизнес должен занять в вопросах права компромиссную нишу между государством и обществом.

Впервые была представлена новая секция «E-commerce для начинающих», на которую были приглашены известные практики и эксперты электронной торговли. Ведущий секции **Иван КУРГУЗОВ** выступил с актуальным докладом о законодательном регулировании работы интернет-магазинов. Он отметил, что такие понятия, как «интернет-торговля», «интернет-магазин» отсутствуют в российском законодательстве. Сегодня интернет-магазины подчинены более чем 20 законам, о выполнении некоторых из которых многие даже не задумываются. В ходе дискуссии и круглого стола спикеры поделились своим практическим опытом, ответили на вопросы начинающих э-коммерсантов, дали советы и предложили конкретные инструменты для решения широкого спектра задач. Подводя итоги работы потока, практики отрасли отметили

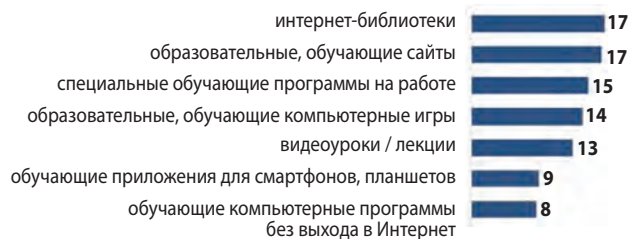
**Диаграмма 5. Пользование госуслугами через Интернет, %**



**37%** использовали компьютер и Интернет для получения новых навыков и знаний

**49%** хотели бы получать навыки с помощью компьютера и Интернета в будущем

**Диаграмма 6. Обучение через Интернет, %**



основные тренды э-коммерции в России в настоящее время.

Председатель комиссии по электронной коммерции, руководитель цифровых продаж OZON.ru **Михаил ОСИН**: «Для меня актуальный тренд — это появление клиентов, готовых к покупке контента. Если ещё пару лет назад процент таких потребителей был на уровне статистической погрешности, то сейчас мы уже видим молодой и быстрорастущий рынок. Речь идёт о книгах, музыке, фильмах, не говоря уже об играх и софте. С одной стороны, это произошло благодаря развитию удобных для использования экосистем и распространению цифровых устройств — смартфонов и планшетов, с другой стороны, благодаря тому, что всё больше пользователей готовы платить за легальный контент».

Корреспондент журнала «Секрет фирмы» **Полина РУСЯЕВА**: «Интернет-магазины, наконец, оперируют не теорией, а практикой и реальными кейсами — это показатель взросления и созревания. Через год, а то и менее, владельцы интернет-магазинов окончательно поймут, что активный приток новых покупателей на рынок остался в прошлом, а работать нужно с текущей базой. В условиях жёсткой конкуренции выживут только те, кто уже сейчас заботится о качестве сервиса».

Руководитель AdVantShop.NET **Камиль КАЛИМУЛЛИН**: «Основной тренд российской э-коммерции — это выход крупных оффлайн-игроков в Интернет. Рынок электронной торговли вырос, и теперь он интересен уже крупным игрокам, но это одна сторона медали. С другой стороны, очень много начинающих предпринимателей открывают интернет-магазины, так как в настоящее время это уже не требует особенных затрат и специальных навыков. Открыть интернет-магазин сейчас стало действительно просто и быстро».

Руководитель программы Microsoft BizSpark в России **Юлия ЩЕГЛОВА**: «Электронные магазины всё чаще делают в облаке, это гарантирует надёжную работу магазина независимо от того, сколько покупателей его посетит в конкретный момент времени. Это удобно, потому что в отличие от обычного хостинга решение масштабируемо и эластично. Подключить дополнительные мощности очень легко автоматически или вручную».

Региональный директор PayPal в России **Владимир МАЛЮГИН**: «Ключевой тренд э-коммерции в России — активный рост отрасли. Мы видим, что для её дальнейшего развития важно решить вопрос доверия

со стороны покупателя. Решение этой проблемы — в интересах всех игроков, и мы надеемся, что приход PayPal внесёт в него большой вклад. PayPal знает и продавца, и покупателя, т.е. является той точкой доверия, которая сейчас так необходима. Неслучайно с момента запуска PayPal в России за подключением к нам уже обратилось несколько тысяч продавцов».

PR-менеджер OZON.ru **Мария НАЗАМУТДИНОВА**: «Тренд э-коммерции в России — это рост прежде всего мобильной коммерции. Мы сделали приложение для мобильных платформ, но пока ещё продаж не так много. Но мы видим, что люди делают выбор на мобильной версии сайта или в приложении, а потом заканчивают оформление заказа на стационарном компьютере. Мы уже приближаемся к мобильной коммерции, не семимильными шагами, но точно идём в эту сторону. Здесь важно просто подготовиться и сделать всё необходимое». ■

Традиционно конференция сопровождалась выставкой, а за три дня работы состоялись награждения победителей Премии в сфере ИТ-журналистики, Медиапремии Рунета 2013, Премии «Облака – 2013» — отраслевой награды в области развития и популяризации облачных технологий в России.

# Подписка 2014

Предлагаем редакционную подписку на журнал  
**«Университетская КНИГА»**

- ▲ **НЕТ НАЦЕНОК** подписных агентств
- ▲ **НЕТ НАЦЕНОК** почты России
- ▲ **ОПЕРАТИВНАЯ ДОСТАВКА** по мере выхода журналов

Стоимость подписки: I полугодие – 2400 руб.  
 на 2014 год – 4800 руб.

**ОФОРМИТЕ ПОДПИСКУ НА САЙТЕ: WWW.UNKNIGA.RU**

Информация по тел.:  
 (495) 228-64-58 (доп. 127)  
 e-mail: unkniga@mail.ru

Подписка по каталогу «РОСПЕЧАТЬ» – индекс: 72296

# Контентные ресурсы для вузов и библиотек

**Б** иблиотечная отрасль богата конференциями – интересными, насыщенными, иной раз проходящими в самых живописных уголках планеты. Так было и на этот раз. «1-я конференция НЭИКОН о российских и иностранных электронных ресурсах, публикациях и журналах», – на самом деле, далеко не первая конференция НЭИКОН, – прошла в октябре в г. Будва – великолепном курортном местечке Черногории на берегу Адриатического моря.

Несмотря на то, что конференция в подобном формате проходила впервые, состав участников и тематическая направленность указывали на традицию конференций Science online, посвящённых электронным ресурсам. Организаторы принципиально идентифицировали свою конференцию как «контентную», в отличие от Science online, которая становится по преимуществу библиометрической. Тем не менее, доминирование тех же зарубежных электронных ресурсов, прежде всего, Elsevier, Thomas Reuters, широкое представительство крупных вузов обусловило близость обсуждаемых тем. Было ещё одно существенное отличие: в название конференции вошло упоминание об отечественных электронных ресурсах, и им была посвящена существенная часть докладов. Генеральными спонсорами конференции выступили отечественная ЭБС «Университетская библиотека онлайн» и издательство Taylor & Francis.

Состав участников обусловил высокий уровень теоретической программы и содержания, и здесь конференция никого не разочаровала. Минобрнауки России и Роспечатью были представлены доклады министерского уровня, выступили крупнейшие игроки рынка, своим опытом поделились передовые вузы. Первый день конференции был посвящён научно-образовательной политике России и стратегии управления наукой. Тон задали доклад А.М. Полякова, руководителя Департамента развития приоритетных направлений науки и технологий Минобрнауки. Спикер представил разработанную в России интерак-

тивную «Карту российской науки», позволяющую в реальном онлайн-режиме отслеживать научную активность различных регионов и отдельных научных институтов. Глубина сбора данных Карты достигает каждого конкретного учёного, отражая его научные труды, патенты и другие виды деятельности. Масштабный проект вызвал живой отклик и множество вопросов аудитории. Руководитель ГПНТБ России Я.Л. Шрайберг выступил с докладом «Онлайновое обслуживание пользователей в современной библиотеке: привилегии и проблемы», в котором отразил происходящий в научных библиотеках процесс перенесения основной тяжести работы с обслуживания печатного фонда на цифровые ресурсы. Большой интерес вызвал доклад представителя РФФИ А.П. Локтева «Информационное обеспечение проектов фундаментальных научных исследований РФФИ». РФФИ остаётся крупнейшим закупщиком зарубежных научно-информационных ресурсов, приобретая их для институтов РАН более чем на 400 млн рублей в год. Доклад с интересными цифрами был представлен И.К. Разумовой (НЭИКОН). Выступающая продемонстрировала печальную инвестиционную реальность: несмотря на увеличение финансирования российской науки и заявленную цель выйти на уровень 2,44% в рейтинге

Автор



**Константин Николаевич КОСТЮК**

Генеральный директор «Директ-медиа», ЭБС «Университетская библиотека онлайн»