

УДК 330.341.42

А.Н. Зайцев¹, Д.А. Зайцев¹, С.А. Борисов²**РЫНОК ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТОВ ДЛЯ БИЗНЕСА:
СОСТОЯНИЕ, ДИНАМИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ**Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева¹,
ООО «Иннов», г. Нижний Новгород²

В настоящее время широкое распространение получила деятельность по созданию и продвижению в поисковых системах интернет-сайтов. Данное обстоятельство связано с тем, что руководство компаний приходит к выводу о том, что значительная доля их клиентов предпочитают использовать корпоративные сайты компаний для поиска информации о предоставляемых ею товарах и услугах, а также возможностью покупки товаров с использованием возможностей сети интернет. Руководство многих компаний заинтересовано в создании информативного и красочного сайта, который смог бы заинтересовать пользователей, привлечь к покупке их продукции. Далеко не во всех компаниях в достаточной мере развита собственная ИТ-служба, поэтому часто для исполнения проектов по созданию корпоративных сайтов используются услуги веб-студий, специализирующихся на создании таких сайтов и их последующим продвижением в сети.

В данной статье рассмотрен рынок интернет-проектов, характеристики российских веб-студий, их распределение по городам, численности сотрудников с целью определения основных трендов, присутствующих в данном секторе. Информация, приведенная в статье, может быть полезной как для владельцев различных компаний, задумывающихся о создании и продвижении собственного сайта, так и для самих веб-компаний для планирования своей ИТ-стратегии. Также материалы статьи могут быть полезны для ориентира в поиске работы в сфере интернет-проектов.

Ключевые слова: интернет, корпоративный сайт, веб-студия, маркетинг, интернет-проект.

Экономическая эффективность деятельности любого предприятия в условиях рыночной экономики зависит от того, насколько успешно решаются проблемы, связанные с конкурентоспособностью его продукции или услуг и эффективностью маркетинга [1]. Одним из важнейших каналов продвижения и продаж продукции и услуг как зарубежных, так и российских компаний сегодня является интернет [2, 3].

Профессиональным созданием, поддержкой, продвижением и рекламой корпоративных сайтов, Интернет-магазинов занимаются веб (web)-студии [4]. По данным на начало 2012 года, в Рунете работают порядка 5 000 веб-студий, из них на российском рынке около 2600. Под веб-студиями авторами подразумеваются компании, у которых разработка интернет-сайтов является основным видом деятельности [5].

За 100% примем общее количество веб-студий в России. Каждый город имеет свой «удельный вес» в общей картине [5]. Лидерами являются Москва (28,1%) и Санкт-Петербург (11,9%). Динамика с 2010 года по 2011 год довольно любопытная: так, Москва потеряла около 3% своего «веса» в общей картине, а СПб, наоборот, 1% прибавил. По сравнению с 2010 годом в 2011 году увеличилась доля Новосибирска (4,5%) – она практически сравнялась с Екатеринбург (4,6%). Процентный прирост показали также Нижний Новгород (3%), Краснодар (2,9%) и Самара (2,5%), а вот Ростов-на-Дону (2,7%) и Челябинск (2,2%) последовали за Москвой – их «вес» в общей картине рынка в 2011 году несколько уменьшился (рис. 1).

Учитывая, что распределение количества веб-студий меняется в пользу регионов, можно предположить, что мы наблюдаем постепенное развитие регионального сегмента рынка интернет-проектов. В 2011 году общий объем рынка веб-разработок составил 14,9 млрд руб. По сравнению с 2010 годом прирост составил 53%. Динамика среднегодовых оборотов веб-студий за последние годы наглядно демонстрирует бурный рост интереса биз-

нес-структур к интернет-услугам [5]. Как выглядит традиционный обобщённый «портрет веб-студии» в 2011 году? Проанализируем данные по возрасту компаний, численности сотрудников и количеству проектов в портфолио. Наиболее интересным показателем в этом пункте будет число молодых студий со сроком жизни в пределах одного года. Интересен этот показатель тем, что в период с 2009 по 2011 год он теряет по одному проценту: если в 2009 г. в нашей статистике на «первогодков» приходилось 4,7%, то в 2010 – 3,7%, а в 2011 – 2,7%. Судя по всему, новые студии теперь появляются реже, что может свидетельствовать о входе рынка в стадию зрелости.

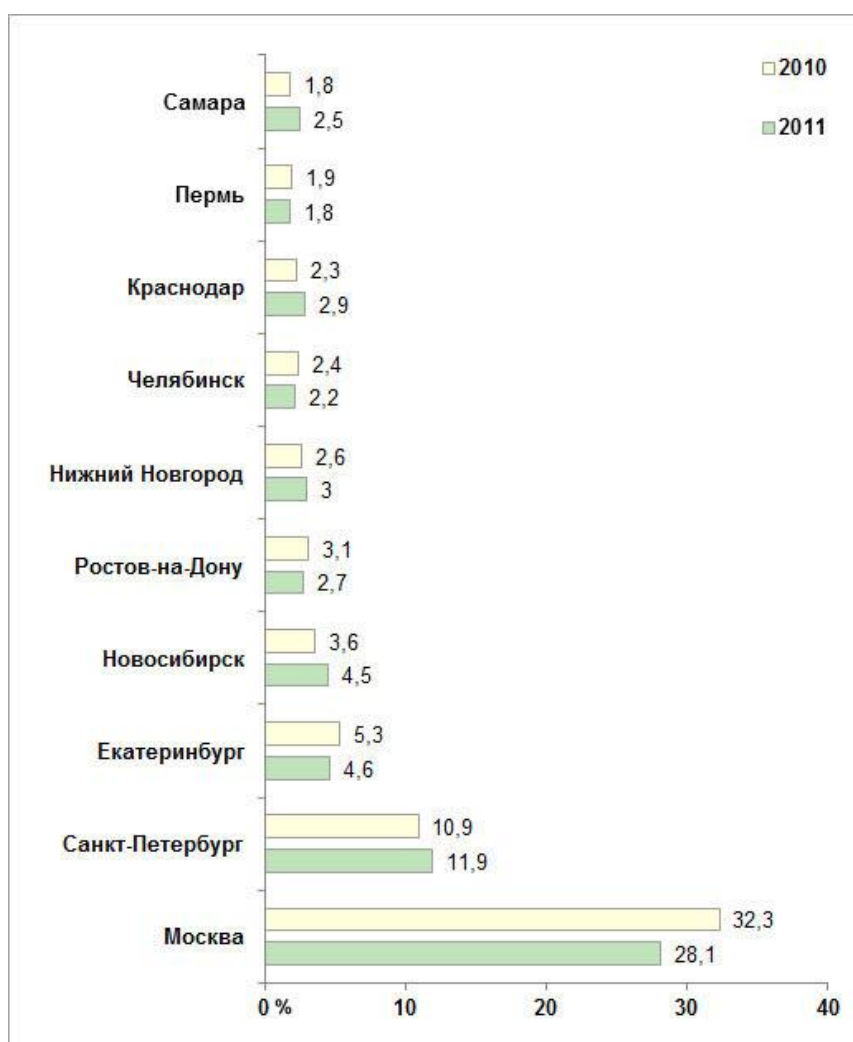


Рис. 1. Распределение веб-студий по городам России (%)

Данные по численности сотрудников стабильны и, видимо, будут таковыми на протяжении многих лет вперед – 66% студий в 2011 году имели в штате от 4 до 15 человек.

Количество реализованных проектов – это ещё один параметр, который очень мало изменяется со временем. Чисто технически сайты можно производить «на потоке». Но при этом необходимо учитывать специфику конкретной компании и личные предпочтения заказчика, а это существенно ограничивает производственные возможности веб-студии. В итоге абсолютное большинство (82%) студий имеют в своём портфолио менее 50 проектов.

Отслеживание средней стоимости интернет-проекта не даёт ответа на вопрос о том, сколько на самом деле стоит сайт. Однако оно позволяет увидеть тенденции рынка в целом. В 2011 году наблюдался практически повсеместный рост средней цены интернет-проекта: от 28 тыс руб. в Северо-Кавказском федеральном округе до 179 тыс руб. в Центральном (рис. 2).



Рис. 2. Средняя стоимость услуг на разработку сайта

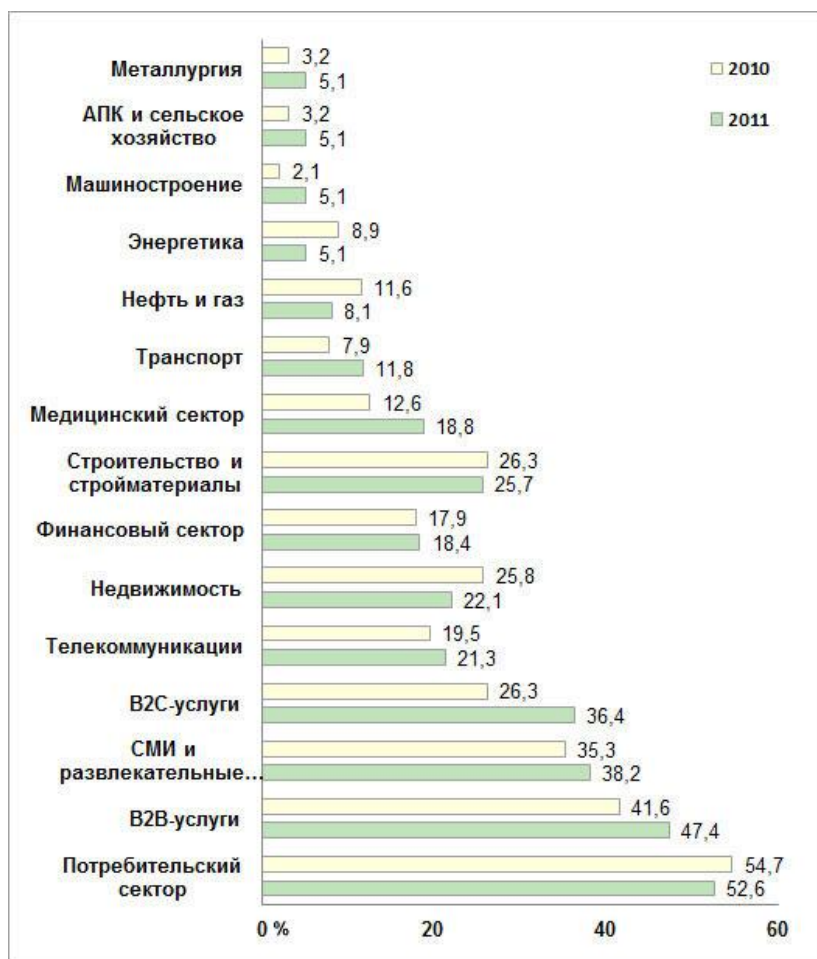


Рис. 3. Прогноз по отраслям экономики, заинтересованных в разработке сайта (ожидания веб-студий, в %)

По сравнению с 2009 и 2010 годами показатели Северо-Западного региона значительно выросли – средняя стоимость разработки повысилась за год сразу на 35%. Похожая динамика наблюдается и в Дальневосточном округе – там годовое увеличение средней цены составило целых 47%! В свою очередь, три округа – Уральский, Южный и Приволжский – продемонстрировали отрицательную динамику, снизив среднюю стоимость разработки. И, наконец, Сибирский округ выглядит на фоне остальных очень стабильно, сохраняя среднюю стоимость разработки неизменной три года подряд.

Отметим, что на значение параметра «Средняя стоимость услуг в федеральном округе» влияет сразу несколько факторов. В целом средняя цена связана с уровнем экономического развития округа – чем более развита его экономика, тем больше в нём кредитоспособных клиентов для веб-студий и, соответственно, возможностей для повышения стоимости веб-разработки. Однако эта зависимость соблюдается не всегда, потому что веб-студии могут работать и с удалёнными заказчиками. То есть появление или исчезновение в округе студий, работающих с дорогими проектами для столичных или европейских заказчиков, будет существенно влиять на среднестатистическую картину по местному рынку. Хотя с местными заказчиками такая студия может вообще не работать.

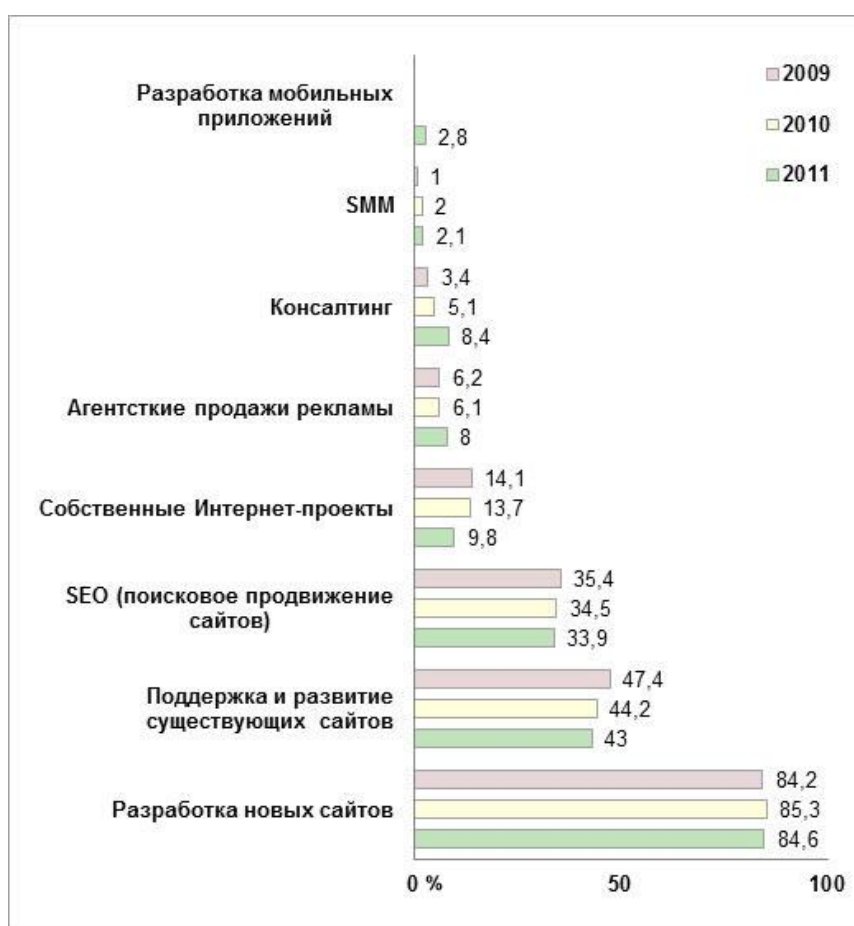


Рис. 4. Источники доходов веб-студий

Важный прогноз, сделанный веб-студиями, касается отраслей рынка, заинтересованных в разработке сайтов. В 2012 году студии ждут появления новых проектов в следующих отраслях, представленных на рис. 3.

Лидером ожиданий был и остаётся потребительский сектор. В прогнозе на 2011 год видно незначительное снижение (примерно на 2%), но эти колебания несущественны – в любом случае, более 50% веб-разработчиков ждёт заказов именно в этой области. Ожидается рост и по четырём следующим отраслям – B2B-услуги, СМИ и развлекательные порталы,

В2С-услуги и телекоммуникации. При этом рост заказов в сфере В2С-услуг ожидается довольно значительный: плюс 10% по сравнению с 2010 годом (с 26,3% до 36,4%).

Очевидно, что основу дохода современных веб-студий составляет разработка новых сайтов. Но на чём зарабатывают студии помимо этого? Общая картина по рынку практически неизменна на протяжении последних трёх лет – наблюдаются лишь небольшие колебания и появляются новые услуги (в данном случае – разработка мобильных приложений), что отобразено на рис. 4.

Маркетинг веб-студий исследован на базе их опроса. Главное – это определить источники, дающие студиям реальных клиентов. Данные представлены на рис. 5.



Рис. 5. Фактические каналы получения заказов на интернет-проекты, 2011 г.

На протяжении всех трёх лет проведения исследования абсолютное лидерство удерживает «рекомендательный маркетинг». Около 90% опрошенных веб-студий получают новых клиентов по рекомендациям, в то время как через рекламу привлекают клиентов не более 20% студий. Впрочем, это вовсе не означает, что реклама имеет 20%-ю эффективность – значительная часть студий вообще не размещает рекламы, довольствуясь другими источниками.

Второй мощный источник клиентов – ссылки с проектов, разработанных студией. На протяжении трёх лет этот показатель несколько снизился, однако остаётся вторым по значимости – его отметило более 60% опрошенных.

Ещё одна примечательная тенденция – рост клиентов, получаемых через участие в тендерах. Этот показатель может означать как возросшую активность самих веб-студий, готовых тратить силы на «соревновательные» проекты, так и то, что заказчики всё чаще используют тендер для поиска исполнителя Интернет-проекта.

Следующий вопрос исследования касался планирования маркетингового бюджета. Студиям предлагалось ответить на вопрос: «На какие каналы продвижения вы собираетесь направить основную часть маркетингового бюджета компании в 2012 году?». Данные примерно соответствуют рис. 5. Главный тренд нынешнего времени – SMM-продвижение (продвижение через социальные медиа). Его вес в маркетинговых планах практически сравнялся с весом SEO, причём если у последнего мы наблюдаем спад, то для SMM пик популярности ещё явно впереди.

Реклама в печатных СМИ, которая и ранее была не очень популярна, в 2012 году теряет ещё полтора процента – тратиться на неё планируют 4,1% опрошенных. И это даже много, учитывая, что в 2010 году отдачу от такой рекламы получили лишь 1,6% студий. Данные по России в целом отличаются от приведенных выше незначительно. Выборка данных по городам-миллионникам без Москвы и СПб показывает рост средних зарплат по всем специальностям, связанным с интернет-проектами – рис. 6.

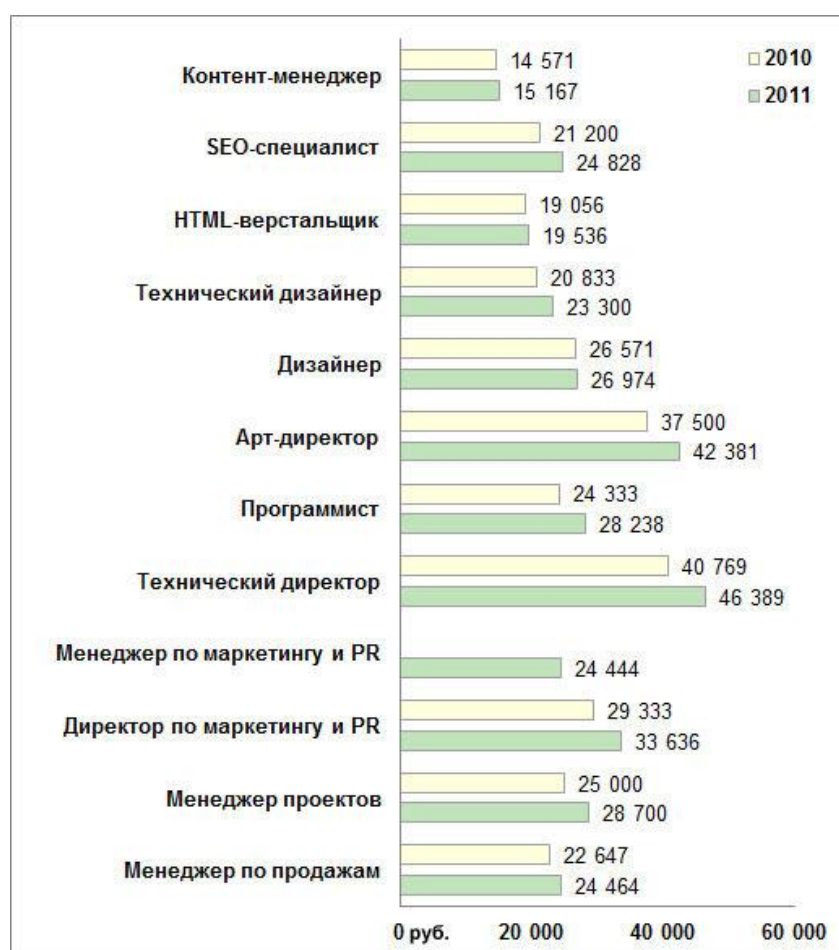


Рис. 6. Динамика зарплат, города-миллионники

В этих городах средний уровень зарплаты по всей отрасли за год вырос примерно на 15%. Динамика средних зарплат однозначно указывает на мощное развитие рынка, при котором, с одной стороны, у игроков появляются средства, позволяющие повышать зарплаты, а с другой – усиливается кадровая конкуренция, вынуждающая работодателей всё увеличивать и увеличивать зарплаты специалистов.

В итоге можно сделать вывод – интернет-бизнес имеет реальные перспективы продолжительного роста в течение ближайших 3–5 лет. Роль Интернет-проектов в деятельности предприятий всех отраслей экономики России будет неуклонно расти.

Библиографический список

1. Элитариум. Центр дистанционного образования. Электронный ресурс.
2. Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/>
3. Уральский государственный технический университет. Кафедра «Прикладная информатика». Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.capri.ustu.ru/>
4. Интернет - портал «Иннов». Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.innov.ru/>
5. Дизайн – студия «Иннов». Электронный ресурс. Режим доступа: <http://design.innov.ru/>
6. Рейтинг Рунета. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.ratingruneta.ru/>
7. Колесов, К.И. Методологические аспекты стратегического контроллинга на основе многоуровневого подхода: дисс. ... канд эконом. наук / Нижегородский государственный технический университет / Колесов К.И. – Нижний Новгород, 2007.
8. Колесов, К.И. Контроллинг на предприятии как интегрированная управленческо-информационная система // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Сер. «Экономика и финансы» / Нижегород. гос. ун-т. им. Н.И. Лобачевского. – Н. Новгород 2006. №2(9). С. 217.

*Дата поступления
в редакцию 26.03.2013*

A.N. Zaytsev ¹, D.A. Zaytsev ¹, S.A. Borisov ²

MARKET INTERNET PROJECTS FOR BUSINESS: STATE PERFORMANCE AND OUTLOOK

Nizhny Novgorod state technical university n.a. R.Y. Alexeev¹,
LLC “Innov”, Nizhny Novgorod ²

Purpose: At present many companies are interested in establishing their own websites to promote products and services. For creating websites, many of them prefer to use the services of a professional web studios. The main purpose of this paper is to study the market web studios, conducted on behalf of companies who are interested in the creation of the corporate website for the company. Also, this article might be of interest to firms by the creators of websites, as well as people who want to find work in this area.

Design/methodology/approach: The main research method presented in this paper is the study of materials sites, which reflect the dynamics of the various services web studios, the average cost of website development, industries that are interested in developing the site, sources of income web studios, the dynamics of salaries of employees in the area of Internet projects. After careful study of this web sites, reflecting the figures, was held systematization of the data by constructing various charts and graphs.

Findings: The main results obtained by this study show the effectiveness of the business web studios reflect the most important trends in this kind of business. Also they indicate a further development of this area in the future.

Originality/value: A study in the article is complex and describes various aspects of the market web studios in Russia.

Key words: Internet, corporate web –site, web studio, marketing, internet project