

ЭКОНОМИКА

ЭКОНОМИКА

РУНЕТА

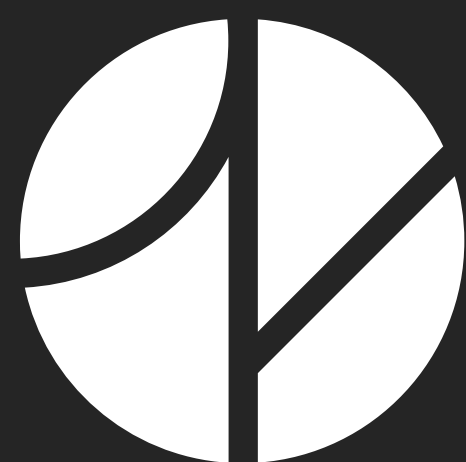
ЭКОНОМИКА

ИЗМЕРЕНИЕ ОБЪЕМОВ
ЭКОСИСТЕМЫ ЦИФРОВОЙ
ЭКОНОМИКИ РОССИИ

РАЗ⁺К

21

2022



РИФ / 2022

РОССИЙСКИЙ
ИНТЕРНЕТ ФОРУМ

ГЛАВНЫЙ ОТРАСЛЕВОЙ ДОКЛАД
ЭКОНОМИКА РУНЕТА 2021-2022
ЭКСКЛЮЗИВНО В ХОДЕ
26-ГО РОССИЙСКОГО ИНТЕРНЕТ ФОРУМА
(РИФ 2022)

18-20 МАЯ 2022 | МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

ГЛАВНЫЕ ВЫВОДЫ

ИССЛЕДОВАНИЯ

2021

9
трлн руб.

+42% к 2020 году

ВКЛАД
ЭКОНОМИКИ
РУНЕТА
В ЭКОНОМИКУ
РОССИИ
В 2021
ГОДУ

5

432.5
млрд руб.

МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА

+24% относительно 2020 года

204.3
млрд руб.

ИНФРАСТРУКТУРА И СВЯЗЬ

+34% относительно 2020 года

8 652.4
млрд руб.

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

+44% относительно 2020 года

153.4
млрд руб.

ЦИФРОВОЙ КОНТЕНТ

+24% относительно 2020 года

Цифровой контур



экосистема компаний, получающих основной доход в сегментах:

Маркетинг и реклама	Электронная коммерция
Инфраструктура и связь	Цифровой контент

ЭКОСИСТЕМА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

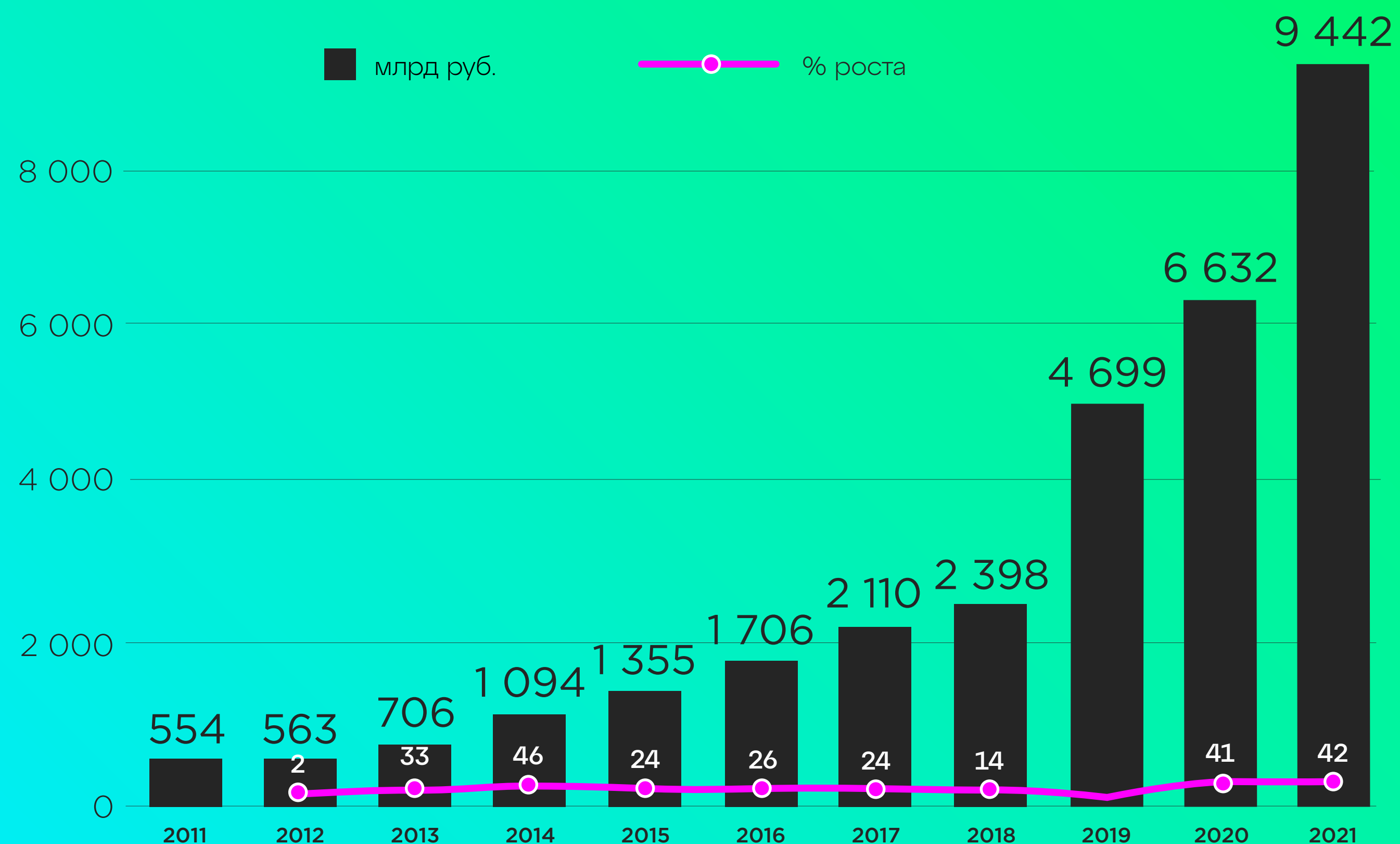
Яндекс	OZON	VK	kaspersky	hh.ru	СБЕР
Avito	WILDBERRIES	Telegram	skyeng	ЛитРес: один клик до книг	
playrix	MYTONA	moxim	делимобиль	YOU DO	нетология
lamoda	AliExpress	2GIS	aviasales.ru	SuperJob	QIWI

*7 ХАБОВ / 10 СРЕЗОВ / 3 УРОВНЯ

*методика РАЭК с 2016 года

Динамика роста экономики Рунета 2011-2021

(суммарный вклад компаний «цифрового контура»)



Источник: РАЭК

За свою историю Рунет уже столкнулся с несколькими крупными кризисами, в том числе:

- двукратное снижение темпов роста вследствие общеэкономического кризиса 2014-2015 гг.
- падение ряда интернет-рынков в 2020 году в период пандемии COVID-19

За временным спадом **всегда следовало восстановление** темпов роста

Кризисы позволили повысить устойчивость и выработать способность противостоять новым вызовам

**ЭКОНОМИКА
РУНЕТА**

АИС

ГОСУДАРСТВО И ОБЩЕСТВО

- Регулирование сферы ИТ и влияние государства на интернет-отрасль
- Аудитория интернета в России, ее состав, особенности и поведение

Меры поддержки ИТ-отрасли 2020-2022

первый пакет мер

Июль 2020 «налоговый маневр» для ИТ-отрасли

1 снижение ставки по налогу на прибыль с 20% до 3%

2 снижение страховых взносов с 14% до 7,6%

3 система предоставления грантов для разработчиков ПО и льготных кредитов на цифровизацию с применением российского ПО

Льготы распространяются ИТ-компании, которые:

- получают не менее 90% доходов от разработки софта и баз данных;
- имеют аккредитацию как организация, осуществляющая деятельность в области ИТ;
- имеют 7 и более штатных сотрудников.

Результат

>6 000 компаний воспользовались налоговыми льготами в 2021 году

≤75 млрд превысили объем 2020 года налоговые поступления от ИТ-отрасли за 2021 год

+33% вырос фонд оплаты труда в ИТ за 9 месяцев 2021 года

Меры поддержки ИТ-отрасли 2020-2022

второй пакет мер

Сентябрь 2020 62 мероприятия по 9 направлениям

1 Общесистемные меры поддержки

2 Отечественные решения для бизнеса

3 Электронные образовательные сервисы

4 Электронные медицинские сервисы

5 Отечественное офисное ПО и операционные системы

6 Обработка данных и облачные сервисы

7 Решения в сфере ИИ, больших данных и интернета вещей

8 Решения в сфере информационной безопасности

9 Производство отечественных компьютерных игр и российского проф. видеоконтента

Задачи

- выравнивание условий ведения бизнеса в России для международных интернет-корпораций и российских ИТ-компаний,
- обеспечение комплексной поддержки российских разработчиков,
- углубление и расширение поддержки отдельных сегментов ИТ-отрасли

Меры поддержки ИТ-отрасли 2020-2022

третий пакет мер

Март 2022 поддержка в условиях санкций

1 расширение грантовой поддержки разработки российских решений в сфере ИТ, включая изменение соотношения частных и государственных инвестиций с 50/50 на 20/80

2 освобождение от уплаты налога на прибыль на 3 года

3 освобождение от проверок контрольными органами на 3 года

4 упрощение процедуры трудоустройства иностранных граждан и получение ими вида на жительство

5 льготная ставка не выше 3% по кредитам на обеспечение текущей деятельности и реализацию новых проектов

6 стимулирование закупок критически важных отечественных разработок и упрощение порядка их проведения

7 отсрочка от призыва на военную службу для сотрудников ИТ-компаний
(условия – профильное образование, непосредственное участие в разработке и поддержке ПО и ПАК)

8 льготная ипотека для сотрудников ИТ-компаний

9 расширение налоговых льгот и преференций на компании-интеграторы российского ПО

Задачи

- обеспечение ускоренного развития ИТ-отрасли в РФ
- удержание ИТ-кадров внутри страны

Аудитория Рунета

97.5 млн = 79.9% населения страны
ИНТЕРНЕТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

90.2 млн пользователей = 73.8% населения страны
МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА

94 млн человек
ПОЛЬЗУЮТСЯ ИНТЕРНЕТОМ КАЖДЫЙ ДЕНЬ



73.8%
mobile



48.4%
desktop

Что российские пользователи делают в интернете?

Основные цели использования интернета в 2021 году - общение, поиск информации, просмотр контента и шоппинг

Цели использования интернета в %

Источник: Deloitte



Интернет - основной источник новостей

62%
узнают новости на
официальных сайтах

52%
предпочитают
телевидение

49%
получают информацию
из соцсетей и блогов

Интернет пользуется большим доверием

32%
доверяют информации
на новостных и
официальных сайтах

25%
доверяют соцсетям
и блогам

23%
доверяют информации
на телевидении

Использование социальных сетей и мессенджеров

По данным МЕГАФОН

в марте 2022 года **Telegram** впервые обошел **WhatsApp** по объему трафика в России

с **48%** до 63%** - увеличилась доля Telegram

с **48%** до 32%** - сократилась доля WhatsApp

По оценкам БИЛАЙН

объем пользовательского трафика в **Telegram** в марте 2022 года в 15 раз больше, чем в **WhatsApp**

в 3 раза 
упал трафик WhatsApp,
по сравнению с осенью 2020 года

в 6 раз 
вырос трафик Telegram,
по сравнению с осенью 2020 года

ТОП-5 мессенджеров в России по объему трафика январь 2021

Источник: Мегафон



ТОП-5 интернет-ресурсов для общения январь 2021

Источник: ВЦИОМ



Источник: РИА Новости, Ведомости, Коммерсант, ВЦИОМ

*Компания Meta, которой принадлежит Facebook и Instagram, признана в России экстремистской организацией

**данные по состоянию на конец 2021 года

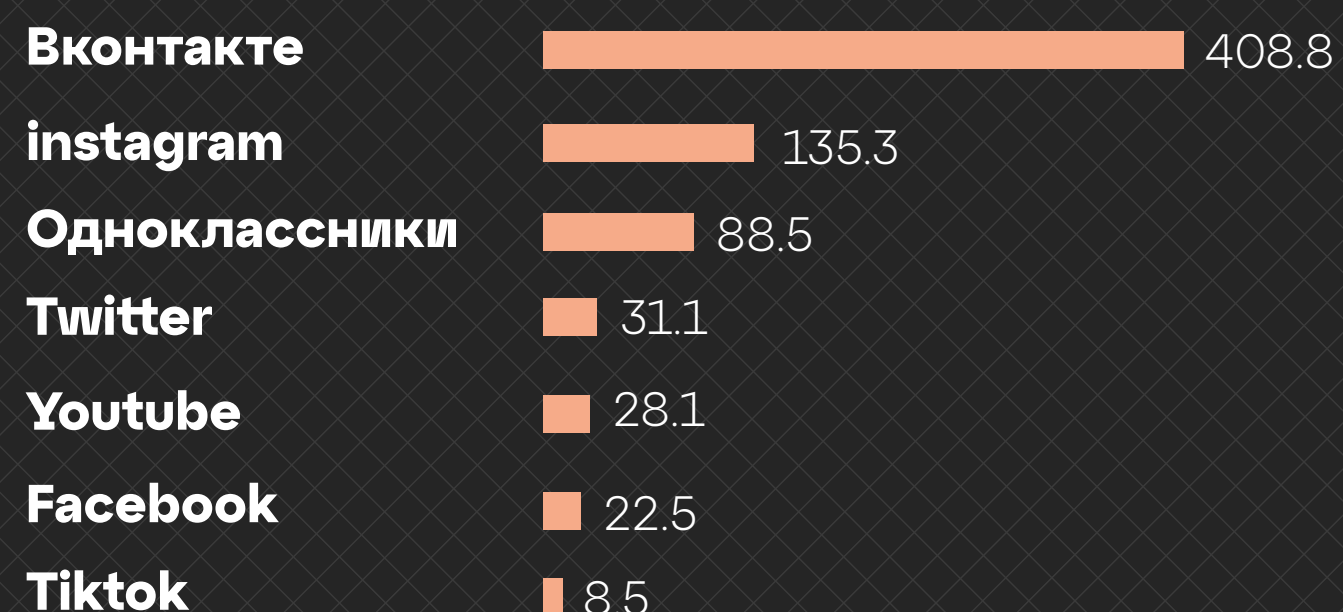
Использование социальных сетей и мессенджеров

октябрь 2021

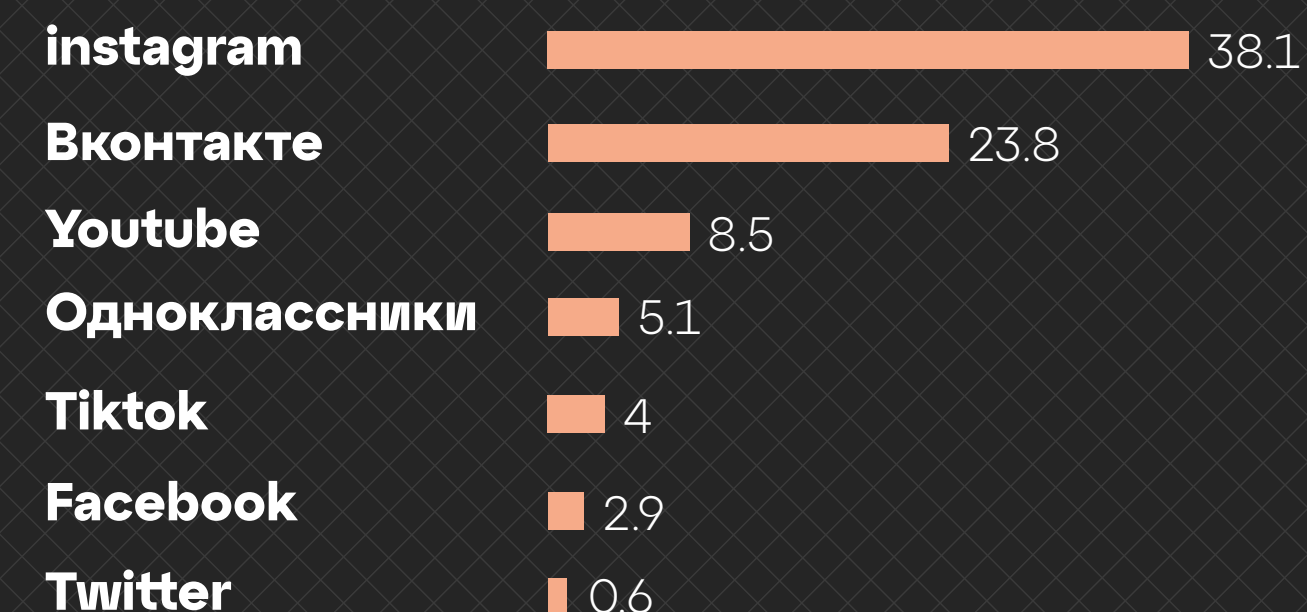
1.1
млрд
сообщений
в месяц

66.4
млн
авторов
в месяц

Сообщений в месяц млн



Авторов в месяц млн



Динамика за 24 февраля - 24 марта 2022 года

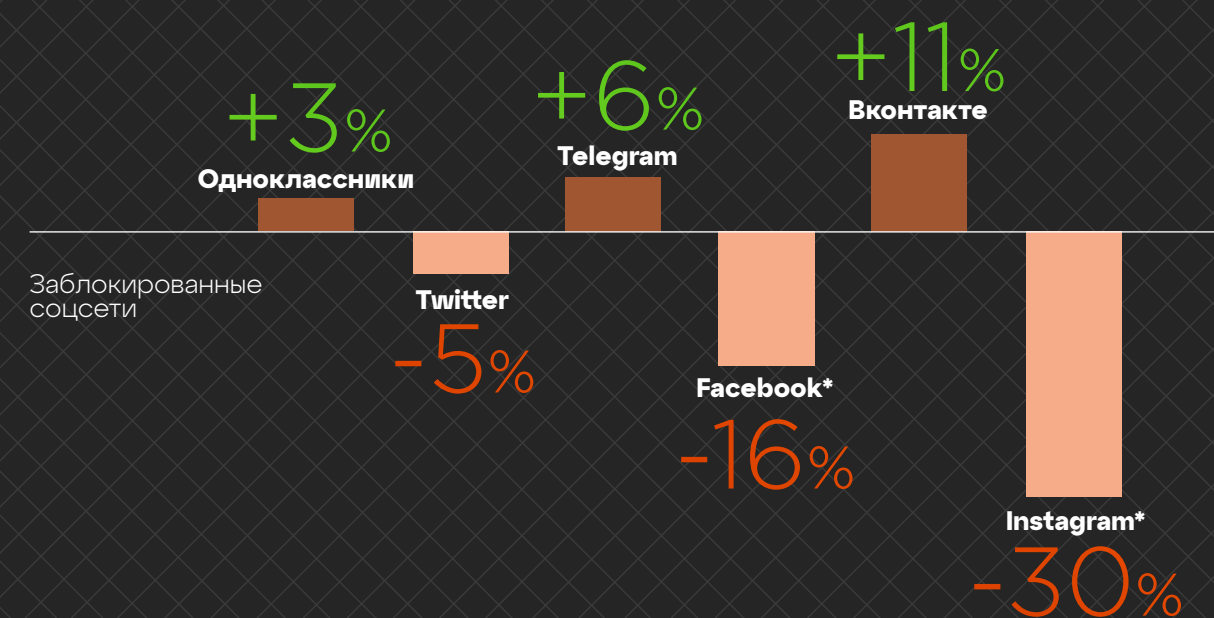
Лидеры по контенту (сообщений в день)

13.6 млн Вконтакте | 7.7 млн Telegram | 2.9 млн ОК

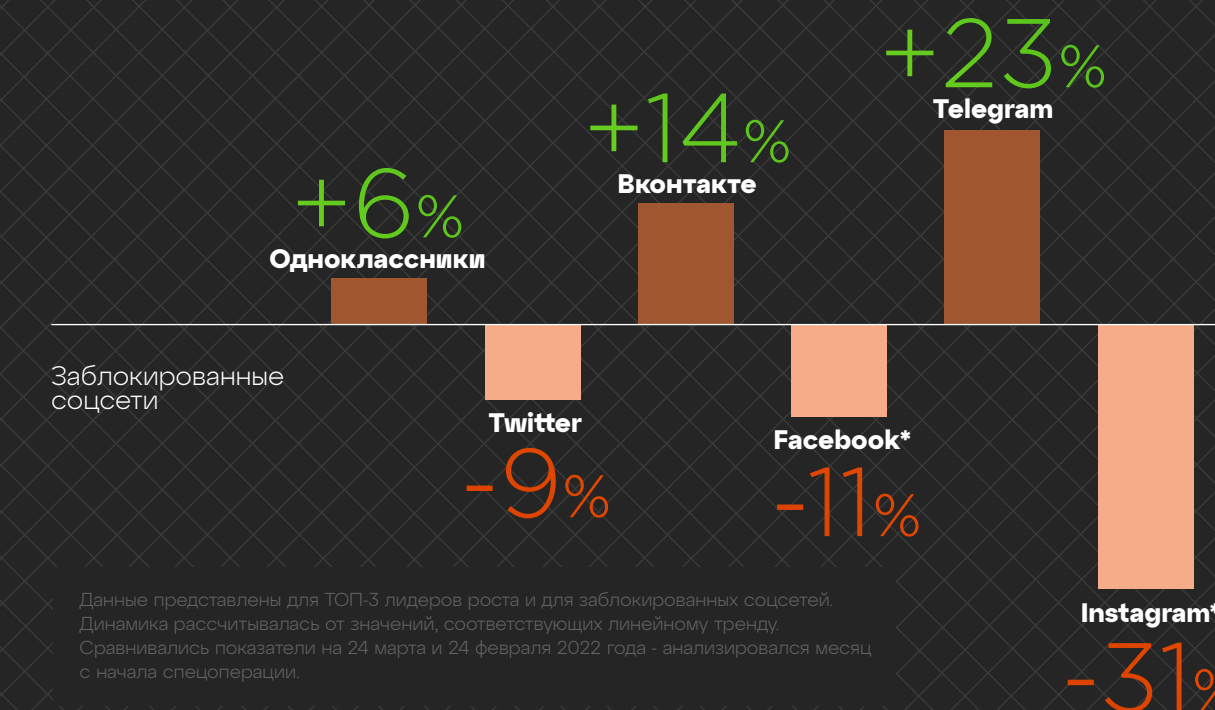
Лидеры по числу авторов на 24 марта

3.9 млн Вконтакте | 1.1 млн Instagram | 934.1 тыс Telegram

Объем контента



Активные авторы



Данные представлены для ТОП-3 лидеров роста и для заблокированных соцсетей. Динамика рассчитывалась от значений, соответствующих линейному тренду. Сравнивались показатели на 24 марта и 24 февраля 2022 года - анализировался месяц с начала спецоперации.

Российские пользователи в мобайле

\$1.5 млрд потратили российские пользователи в мобильных приложениях в 2021 году. За два года сумма покупок выросла почти на 50%

Источник: Data AI (App Annie)

ТОП-10 приложений по числу установок

1	Yandex		Yandex.Maps
2	Sberbank		Sberbank Online
3	Google		Google Play Games
4	VK		VK
5	Meta		WhatsApp
6	ByteDance		TikTok
7	TCS Bank		Tinkoff
8	Минцифры РФ		Госуслуги
9	InShot Inc		InShot
10	Alibaba Group		AliExpress Russia

ТОП-10 приложений по расходам

1	VK		VK Music
2	Yandex		Yandex Music
3	Google		Youtube
4	LitRes		Read!
5	ByteDance		TikTok
6	ivi.ru		IVI
7	Match Group		Tinder
8	GPM RTV		PREMIER
9	FaceApp		FaceApp
10	Sberbank		Okko

Российские пользователи в мобайле изменения март 2022

ТОП-10 приложений по числу установок

Источник: Data AI (App Annie)

①	Telegram	=	▶
②	VPN Master	+26	▲
③	1.1.1.1: Faster Internet	+190	▲
④	Secure VPN	+137	▲
⑤	VPN - Super Unlimited Proxi	+127	▲
⑥	TikTok	-4	▼
⑦	Talking Ben the Dog	+1	▲
⑧	Turbo VPN	+135	▲
⑨	VK	+11	▲
⑩	Avito	-1	▼

ТОП-10 приложений по расходам

Источник: Data AI (App Annie)

①	PUBG MOBILE	+4	▲
②	VK	+7	▲
③	Standoff 2	-1	▼
④	VK Music	+3	▲
⑤	Genshin Impact	+6	▲
⑥	Yandex Music	=	▶
⑦	Homescapes	-3	▼
⑧	Hero Wars	=	▶
⑨	TikTok	-8	▼
⑩	Read!	+5	▲

Подписки на экосистемы

20
МЛН

человек воспользовались подписками на сервисы экосистем в 2021 году

1.5

подписки в среднем приходится на каждого пользователя

Источник: Frank RG

Крупные российские экосистемы – основные покупатели стартапов в 2021 году. В 2020 году они занимали наименьшую долю среди покупателей

Источники выхода для инвесторов в 2021 году
Источник: Венчурный барометр



Причины выбора в пользу подписки

48%

доступ к стриминговым сервисам

44%

скидки или кэшбек при заказе продуктов

39%

бесплатная связь или интернет

Кто строит экосистемы в России



Основные направления регулирования 2021



Этичный искусственный интеллект

- В России принят **Национальный кодекс этики в сфере ИИ**.
- Собственный набор этических принципов для ИИ **представил** Китай.
- ЕС **рассматривает** этические аспекты как одну из основ построение регулирования ИИ.
- Счетная палата США **опубликовала** рекомендации по обеспечению ответственной работы систем ИИ в работе государственных органов и других лиц.
- **Приняты** первые в мире международные Рекомендации по этике ИИ ЮНЕСКО.



Регулирование рекомендательных систем

- В России **прорабатывается** законопроект о регулировании рекомендательных сервисов.
- В США **рассматривается** законопроект в защиту интересов пользователей медиаплатформ.
- В Китае **опубликован** проект нормативного документа, устанавливающего новые правила регулирования работы алгоритмов рекомендательных систем.

Основные направления регулирования 2021



Регулирование контента

- С 1 февраля вступили в силу **поправки** в ФЗ № 149-ФЗ, направленные на устранение информации, распространение которой запрещено законодательством РФ, из социальных сетей.
- В мае в Совете Федерации **сообщили** о планах по подготовке списка наиболее опасных интернет-ресурсов, а также о планах по разработке дорожной карты по защите несовершеннолетних от деструктивного влияния цифровых платформ.
- В июле **утверждена** дорожная карта «Новые коммуникационные интернет-технологии». В числе мероприятий – борьба с дипфейками.
- В августе президент РФ Владимир Путин дал поручение рассмотреть вопрос регулирования оборота информационной продукции для детей в интернете до 1 марта 2022 года
- В сентябре **утверждены** требования по маркировке онлайн-контента иностранных интернет-компаний, которые нарушают российское законодательство.
- 1 сентября был **создан** Альянс по защите детей в цифровой среде. Участники Альянса взяли на себя обязательства по удалению нежелательного контента и совершенствованию мер по защите несовершеннолетних в интернете.

ЭКОНОМИКА
РУНЕТА

ХАБ 2

МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА

- Анализ тенденций развития рынка интернет-рекламы и маркетинга в России и в мире
- Объемы основных рынков
- Обзор используемых технологий, инструментов и решений

432.5
млрд руб.

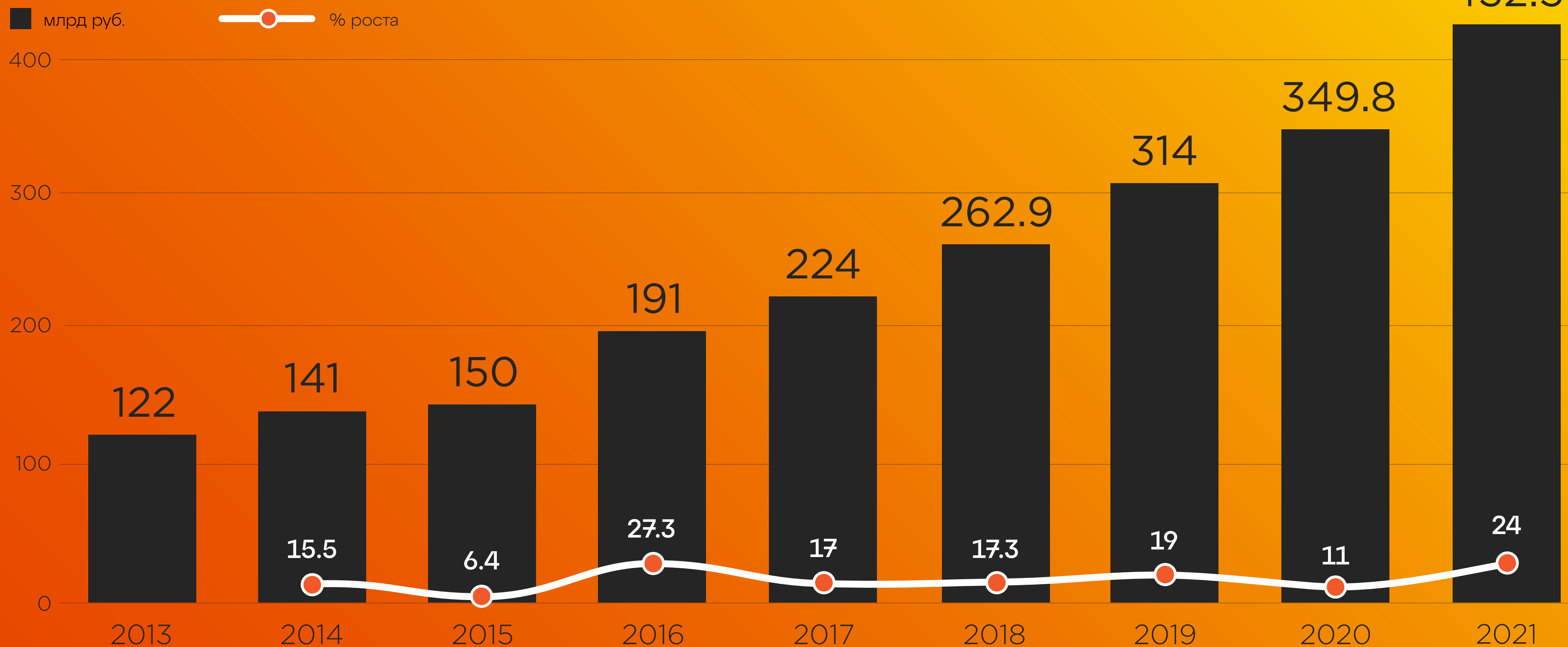
**ОБЪЕМ СЕГМЕНТА
МАРКЕТИНГА
И РЕКЛАМЫ
В 2021 ГОДУ**

+24% относительно 2020 года

Главные тренды

- performance-инструменты **доминируют на рынке**
- новые **требования к приватности** и переход к техникам, ориентированным на защиту пользователей (федеративные вычисления, дифференцированная приватность и т. д.)
- применение **технологий искусственного интеллекта** для повышения эффективности рекламных кампаний и улучшения пользовательского опыта
- метавселенные **как новая площадка** для размещения рекламы

Динамика сегмента маркетинга и рекламы 2013-2021



В составе сегмента маркетинга и рекламы анализируются 5 рынков

РЫНОК PERFORMANCE-РЕКЛАМЫ

поисковая реклама, СРх, таргетированная реклама в соцсетях, лидогенерация, выручка агентств-площадок

РЫНОК МЕДИЙНОЙ РЕКЛАМЫ

услуги по размещению рекламы внутри медиаконтента (рекламные сети, RTB, прямое размещение, спецпроекты), за исключением видео

РЫНОК ВИДЕОРЕКЛАМЫ

услуги по размещению видеорекламы внутри размещаемого видеоконтента: на хостингах видео, в онлайн-кинотеатрах и т. д., instream, outstream, видеореклама в приложениях

РЫНОК WEB-РАЗРАБОТКИ И МОБИЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

услуги в области разработки интернет-сайтов и мобильных приложений, включая дизайн и стиль, тестирование и проектирование их «юзабилити» и т. д.

РЫНОК КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА

услуги по продвижению товаров и услуг, связям с общественностью в социальных медиа, а также услуги аналитических сервисов, услуги в области улучшения «видимости» сайтов в результатах поиска через поисковые системы и магазины приложений (не включая таргетированную рекламу)

+25% к 2020 году

272.5
млрд руб.

**PERFORMANCE
РЕКЛАМА**

+18% к 2020 году

42.5
млрд руб.

**WEB- РАЗРАБОТКА И
МОБИЛЬНАЯ РЕКЛАМА**

+2% к 2020 году

33.6
млрд руб.

**МЕДИЙНАЯ
РЕКЛАМА**

+35% к 2020 году

54.4
млрд руб.

**КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ И
МАРКЕТИНГ В СОЦСЕТЯХ**

+30% к 2020 году

29.5
млрд руб.

ВИДЕОРЕКЛАМА

+22% к 2020 году

26.6
млрд руб.

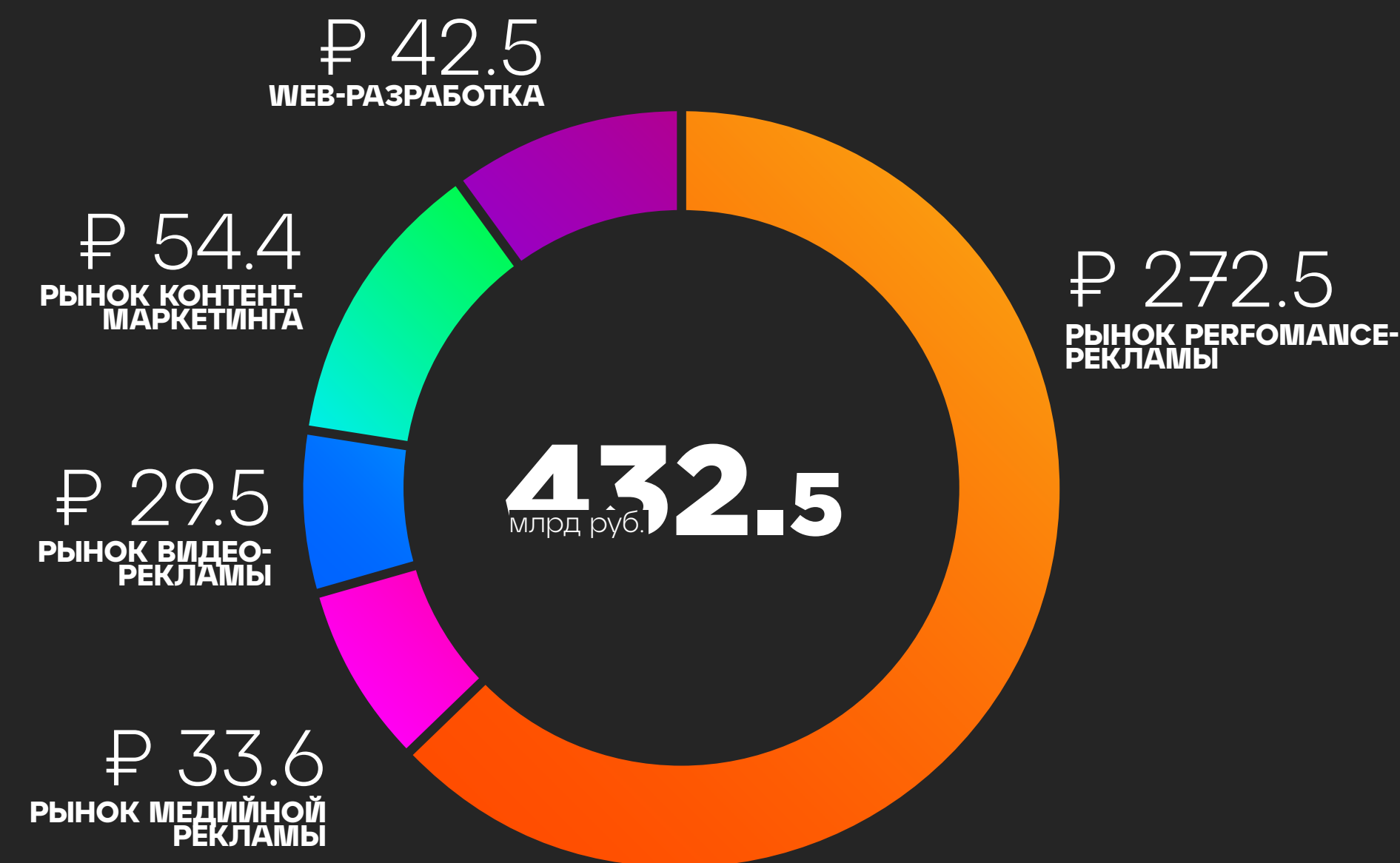
**маркетинг
в соцсетях**

+50% к 2020 году

27.8
млрд руб.

**контент-
маркетинг**

**Объем рынков в составе сегмента
маркетинга и рекламы 2021**
(Источник: РАЭК)



Рекламный рынок в 2021 году

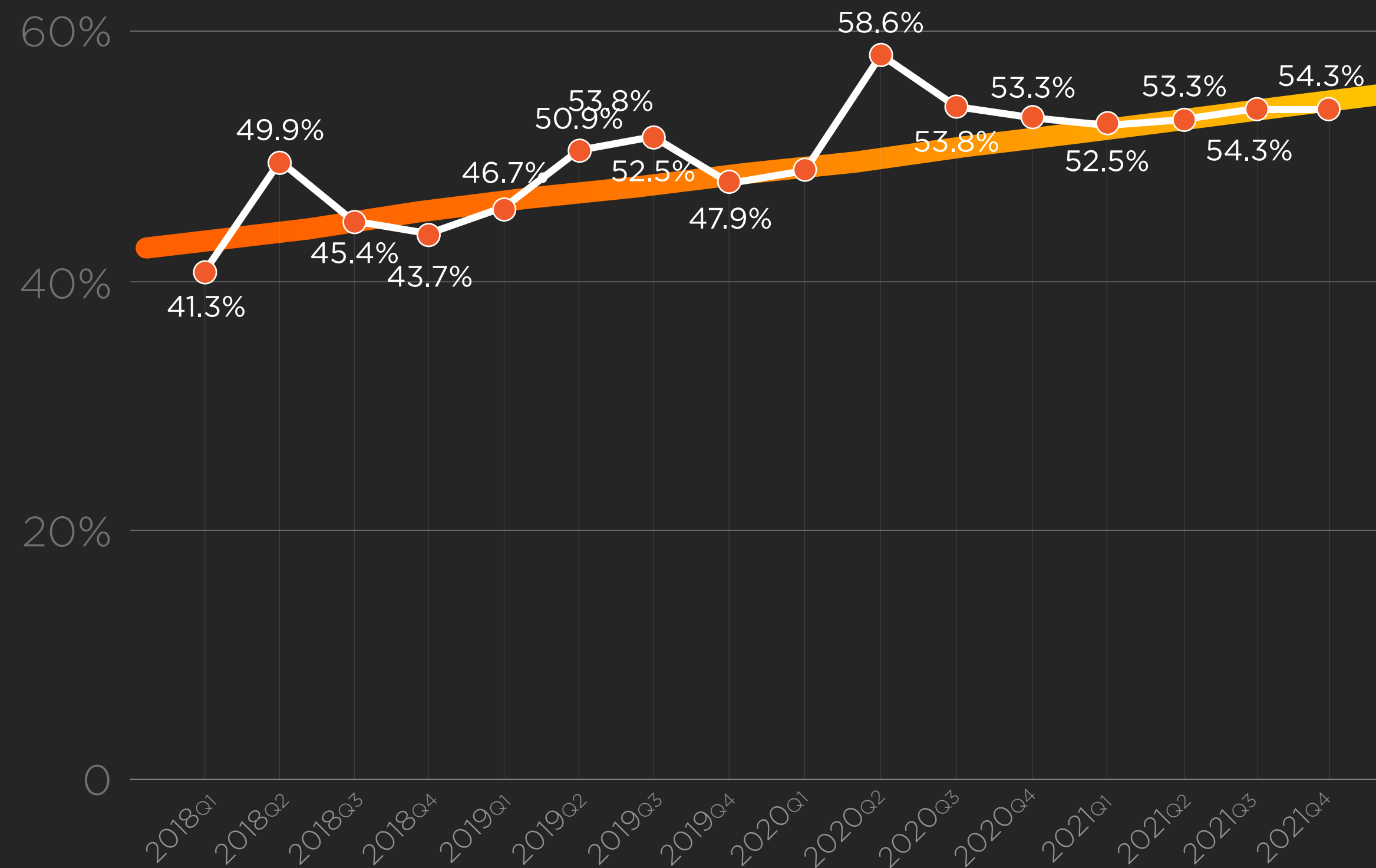
578.3
млрд руб.

**ОБЪЕМ РЕКЛАМНОГО РЫНКА
В РОССИИ ПО ИТОГАМ 2021 ГОДА**

197.3 млрд руб. телевидение	14 млрд руб. радио	8.2 млрд руб. пресса	45 млрд руб. out of home	313.8 млрд руб. интернет
--	---------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------

Интернет-реклама занимает больше половины рекламных бюджетов, суммарно на телевидение и интернет приходится почти 90% всего российского рекламного рынка

Доля интернет-рекламы в объеме рекламного рынка России 2018-2021
(Источник: АКАР)



Форматы и метрики

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ - самый популярный рекламный формат

5-6 рекламных инструментов используется в среднем для брендинговых компаний

3-4 рекламных инструмента - для рекламных кампаний с фокусом на performance

Бесплатные сервисы веб-аналитики

Яндекс  Метрика  Google Analytics 

самые популярные инструменты для оценки эффективности интерактивной рекламы

ТОП-5 используемых видов и инструментов интерактивной рекламы ²⁰²¹
(Источник: АРИР)

90%

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В СОЦСЕТЯХ

78%

КОНТЕКСТНАЯ / ПОИСКОВАЯ РЕКЛАМА

56%

РЕКЛАМА В РАССЫЛКАХ

54%

БАННЕРНАЯ РЕКЛАМА

51%

INFLUENCER MARKETING

Рекламные площадки

SANCTIONS

Google YouTube Meta* TikTok CRITEO

Зарубежные рекламные площадки **ограничены** для использования российскими рекламодателями

Альтернатива - российские площадки

Яндекс.Директ. Крупнейший игрок на российском рекламном рынке. Широкий функционал и обширные возможности для настроек

Яндекс. Метрика. Бесплатный сервис веб-аналитики. 3 место по объему использования и доле рынка в рейтинге w3techs.com

MyTarget. Реклама на всех ресурсах холдинга VK - ВКонтакте, ОК, @mail, Юла

Социальные сети и площадки для размещения контента - ВКонтакте, ОК, Яндекс.Дзен, LiveJournal, Пульс Mail.ru и др.

Telegram. В 2021 году объем русскоязычной рекламы в мессенджере почти в 2 раза превысил объемы 2020 года. За 3 квартала 2021 года он составил **₽14,3 млрд**

∞ Meta

По данным ФНС, выручка Meta* на территории РФ в 2020 году составила **₽39,8 млрд.** Большую часть выручки составили доходы от размещения рекламы.

Google

Выручку Google в 2020 году ФНС оценил в **₽144,4 млрд.** При этом выручка ООО «Гугл», которое осуществляет деятельность по оказанию рекламных, маркетинговых и сопутствующих услуг за тот же период составила **₽85,6 млрд.**

Яндекс

Согласно отчету компании, доля рекламной выручки Яндекс в 2021 году составила 47% от общей выручки. По сравнению с 2020 годом рекламная выручка увеличилась на 27% – до **₽166,6 млрд.**

Источник: w3techs.com, Ведомости, РБК

*Компания Meta, которой принадлежит Facebook и Instagram, признана в России экстремистской организацией

Рекламные доходы блогеров

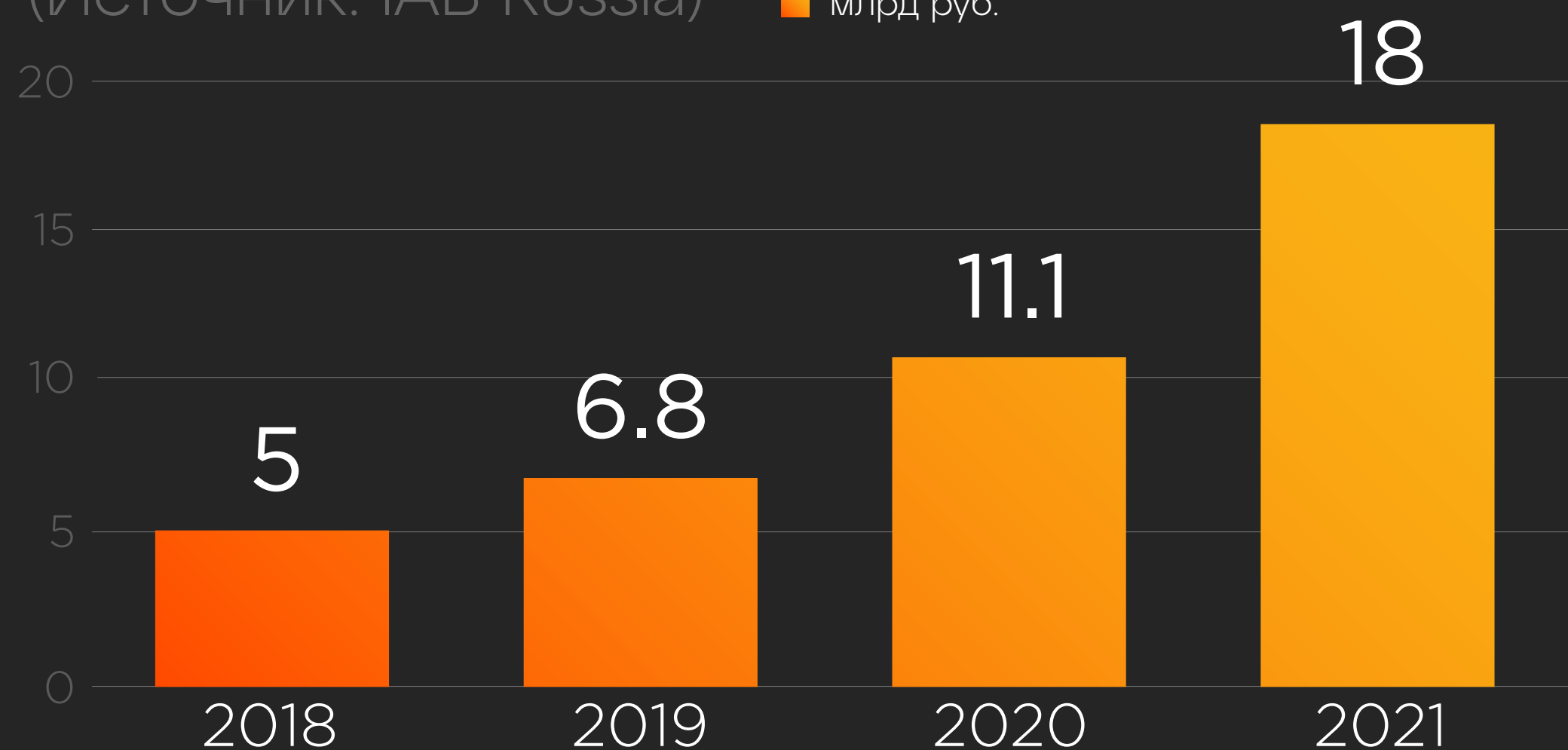
\$13.8 млрд составили мировые затраты брендов на блогеров в 2021 году

У **1/3** российских рекламодателей на инфлуенс-маркетинг в 2021 году уходило **от 25% до 50% рекламного бюджета**

Объем российского рынка инфлуенс-маркетинга 2018-2021

(Источник: IAB Russia)

■ млрд руб.



Основные каналы размещения до марта 2022 года:

YouTube

Instagram*

TikTok

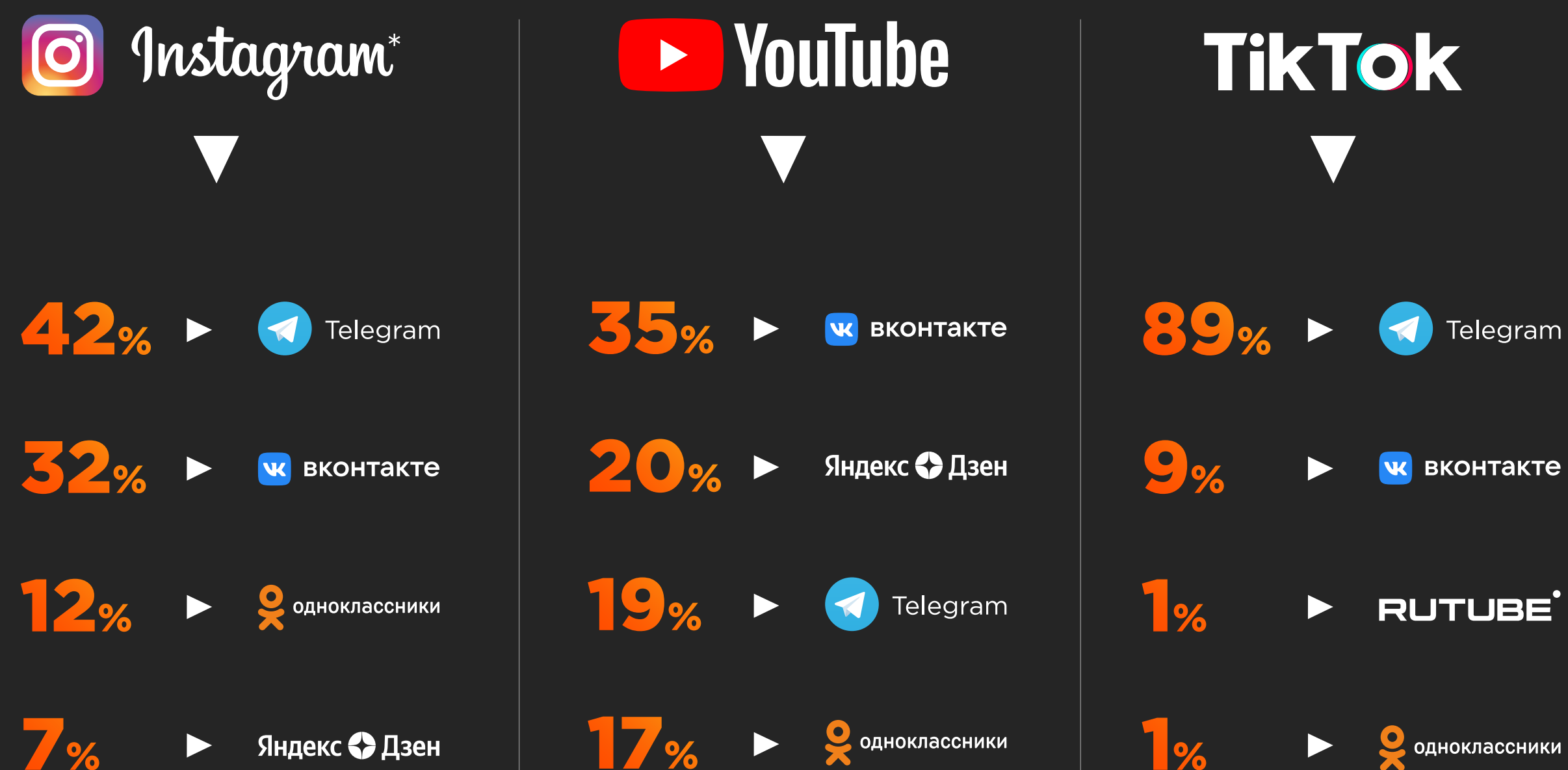
78% российских блогеров марте 2022 года выразили уверенность, что блокировка данных ресурсов **существенно повлияет на их профессию**

69% планировали **увеличить присутствие на отечественных платформах**, в качестве наиболее перспективных указывались **ВКонтакте** и **Яндекс. Дзен**

Источник: Mediapost, IAB Russia, Ведомости, Коммерсант, Advertology, Brand Analytics
*Компания Meta, которой принадлежит Instagram, признана в России экстремистской организацией

Рекламные доходы блогеров

Куда переходят российские блогеры?



Переход на отечественные платформы не происходит безболезненно.

Причины:

- сложности с модерацией
- невозможность полностью перевести подписчиков на новую платформу
- разница в аудитории платформ
- особенности интерфейса
- отсутствие привычных метрик

В 2022 году рекламные доходы блогеров могут существенно снизиться.

Источник: Brand Analytics, РАЭК

*Компания Meta, которой принадлежит Instagram, признана в России экстремистской организацией

Прогноз 2022

≈ **50%** составит падение сегмента онлайн-рекламы по итогам 2022 года

НЕГАТИВНЫЕ ФАКТОРЫ

- 1 отказ от рекламных размещений или перенос маркетинговых компаний на более поздний срок российскими рекламодателями
- 2 уход с рынка или прекращение маркетинговых активностей рядом зарубежных рекламодателей
- 3 снижение количества «топовых» рекламных площадок (Google остановил продажу рекламы в РФ, запрет на работу Facebook и Instagram*, ограничение работы TikTok, уход Criteo)

ФАКТОРЫ ПОДДЕРЖКИ

- 1 поддержка со стороны государства (налоговые льготы, льготы по страховым взносам, субсидии на ФОТ)
- 2 частичное восстановление рекламного рынка во 2 половине 2022 года

По оценкам AdIndex, от проведения рекламных компаний в России отказались 1/3 крупнейших зарубежных рекламодателей

ЭКОНОМИКА
РУНЕТА

ХАБ 3

ФИНАНСЫ И ТОРГОВЛЯ

- Анализ сегмента электронной коммерции: объемы (без учета трансграничной торговли), входящие в состав рынки, динамика и основные тренды.
- Данные об особенностях потребительского спроса российских онлайн-покупателей
- Основные драйверы и барьеры развития электронной коммерции в России

8652.4
млрд руб.

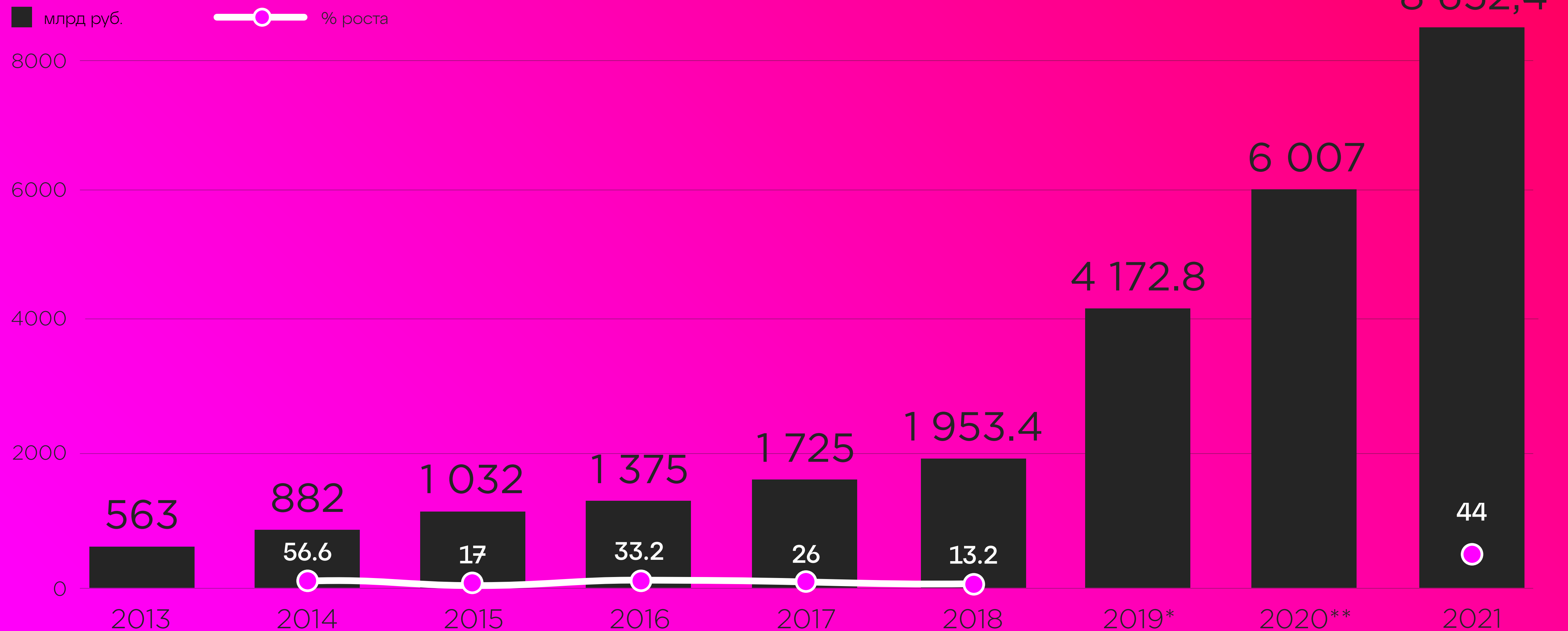
**ОБЪЕМ СЕГМЕНТА
ЭЛЕКТРОННОЙ
КОММЕРЦИИ
В 2021 ГОДУ**

+44% относительно 2020 года

Главные тренды

- онлайн-покупки **стали повседневностью**
- развитие **экспресс-доставки** в ответ на запрос пользователей относительно сокращения сроков доставки
- лидерами в товарных категориях остаются **бытовая техника / электроника и одежда / обувь, лидеры по темпам роста** – продукты питания и товары FMCG
- **большую часть рынка онлайн-ритейла занимают маркетплейсы**

Динамика сегмента электронной коммерции 2013-2021



Источник: РАЭК

*в 2019 году в объем сегмента включен рынок электронных платежных услуг

**в 2020 году в объем сегмента включен рынок C2C онлайн-торговли

Сегмент электронной коммерции объединяет пять взаимосвязанных рынков, которые используют интернет как платформу для продажи товаров и услуг

ОНЛАЙН-РИТЕЙЛ

(за исключением небольших онлайн-продавцов)

ИНТЕРНЕТ-ПРОДАЖА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

ПРОДАЖА УСЛУГ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

(включая платформы совместного потребления)

РЫНОК ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛАТЕЖНЫХ УСЛУГ

(эквайринг, агрегаторы платежей, ОФД и т.д.) До 2019 года рынок электронных платежных услуг не учитывался в объеме сегмента электронной коммерции и в общем объеме экономики Рунета из-за большого пересечения с другими рынками. В 2019 году методика подсчета была изменена, что позволило включить рынок в общий объем сегмента.

РЫНОК С2С ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ

+52% к 2020 году
2 992
млрд руб.
ОНЛАЙН-РИТЕЙЛ

+42% к 2020 году
2 547.5
млрд руб.
РЫНОК ЭЛЕКТРОННЫХ
ПЛАТЕЖНЫХ УСЛУГ

+5% к 2020 году
352.3
млрд руб.
ОНЛАЙН-ТРЭВЕЛ

+28% к 2020 году
1 260.6
млрд руб.
РЫНОК УСЛУГ В ИНТЕРНЕТЕ

+74% к 2020 году
495.6
млрд руб.
транспортные усл.
(такси, каршеринг)

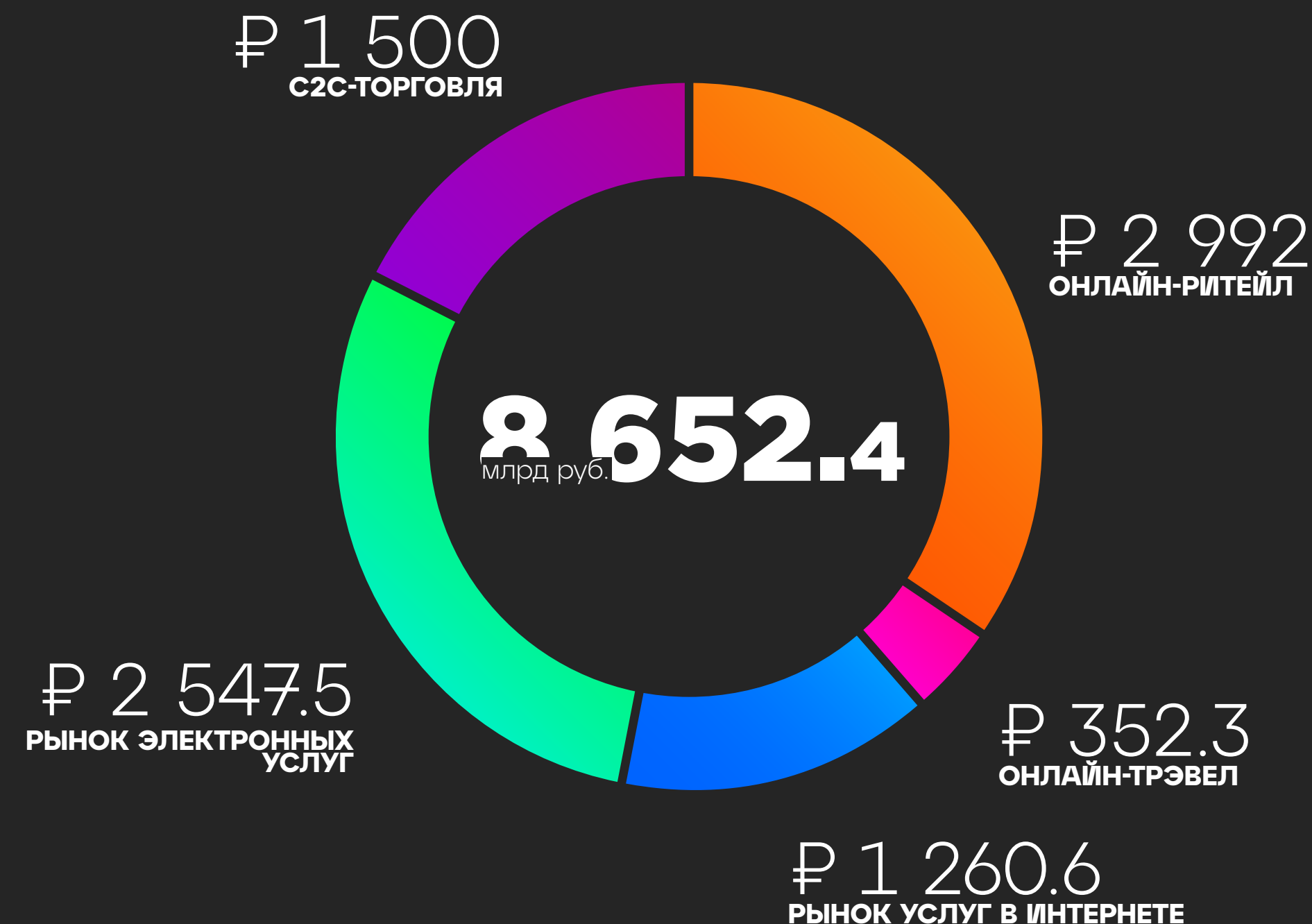
+60% к 2020 году
506.3
млрд руб.
доставка
готовой еды

+50% к 2020 году
1 500
млрд
С2С-ТОРГОВЛЯ

-10% к 2020 году
10.9
млрд руб.
билеты
на мероприятия

+30% к 2020 году
247.8
млрд руб.
профессиональные
и бытовые услуги

Объем рынков в составе сегмента
электронной коммерции ²⁰²¹
(Источник: РАЭК)



Доля онлайн в торговом обороте России

по оценкам АКИТ:

9.2% СОСТАВИЛА ДОЛЯ ЭЛЕКТРОННОЙ
КОММЕРЦИИ В ТОРГОВЛЕ
В РОССИИ В 2021 ГОДУ

по другим оценкам:

12%
DATA INSIGHT

11%
INFOLINE

4.8%
РОССТАТ

Несмотря на разницу в оценках, они отражают **тренд на увеличение доли онлайн в российской торговле**. Infoline прогнозирует, что к 2025 году эта доля вырастет до **22%**.

ТОП-5 регионов по проникновению e-commerce

(Источник: АКИТ)

19.9%
МОСКВА

10.8%
МОСКОВСКАЯ
ОБЛАСТЬ

7.2%
САНКТ-
ПЕТЕРБУРГ

4.4%
КРАСНОДАРСКИЙ
КРАЙ

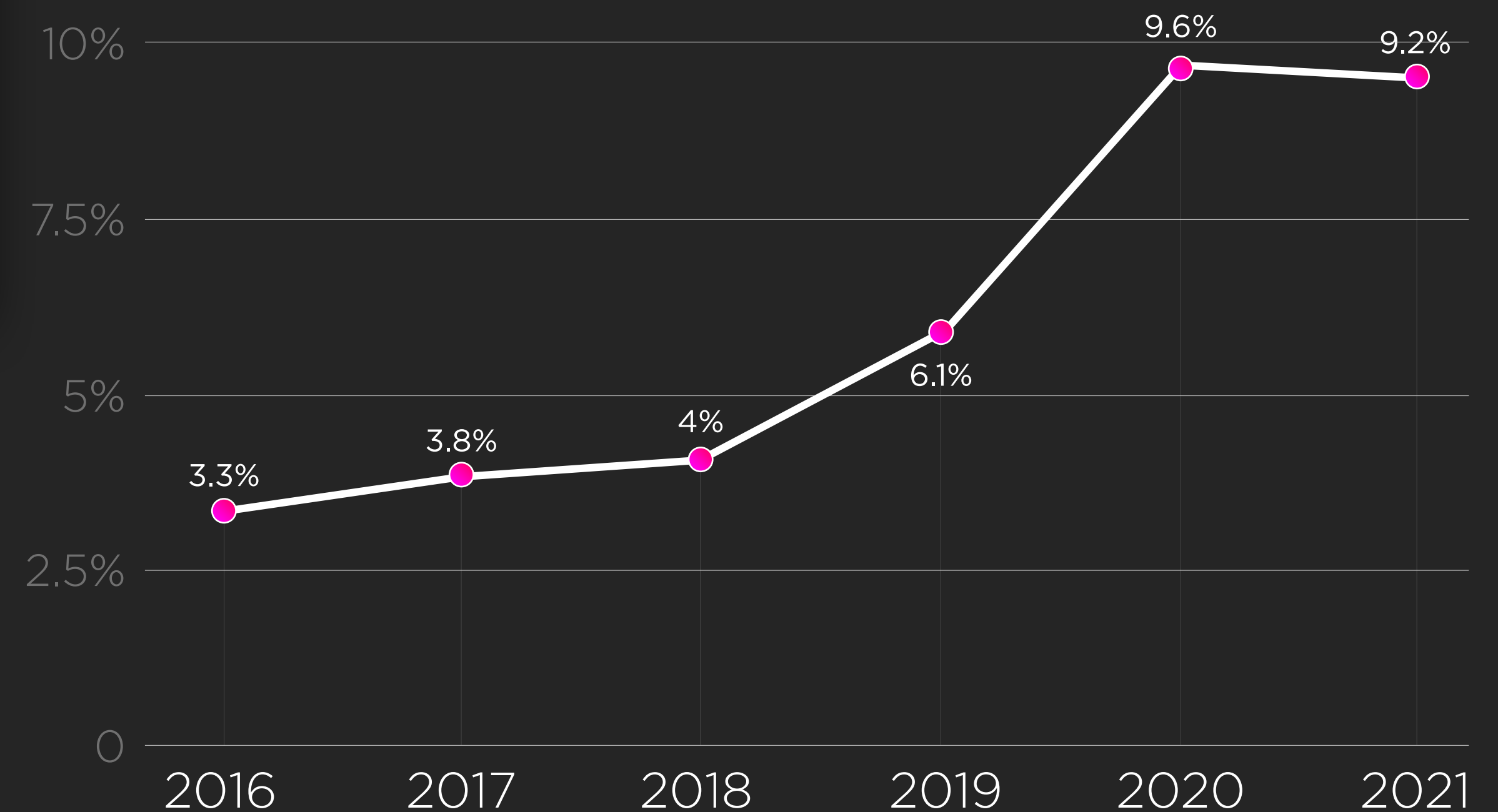
2.7%
СВЕРДЛОВСКАЯ
ОБЛАСТЬ

Источник: АКИТ, Data Insight, E-Pepper, Росстат

Доля e-commerce в торговом обороте России

2016-2021

(Источник: АКИТ)



В2С онлайн-торговля

по оценкам Data Insight:
+52% к 2020 году

4.1

трлн руб.

ОБЪЕМ РЫНКА В2С
ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ
В РОССИИ В 2021 ГОДУ*

+104% к 2020 году

1.7

трлн

ЗАКАЗОВ
ОФОРМЛЕНО
В 2021

-26% к 2020 году

2 400

руб.

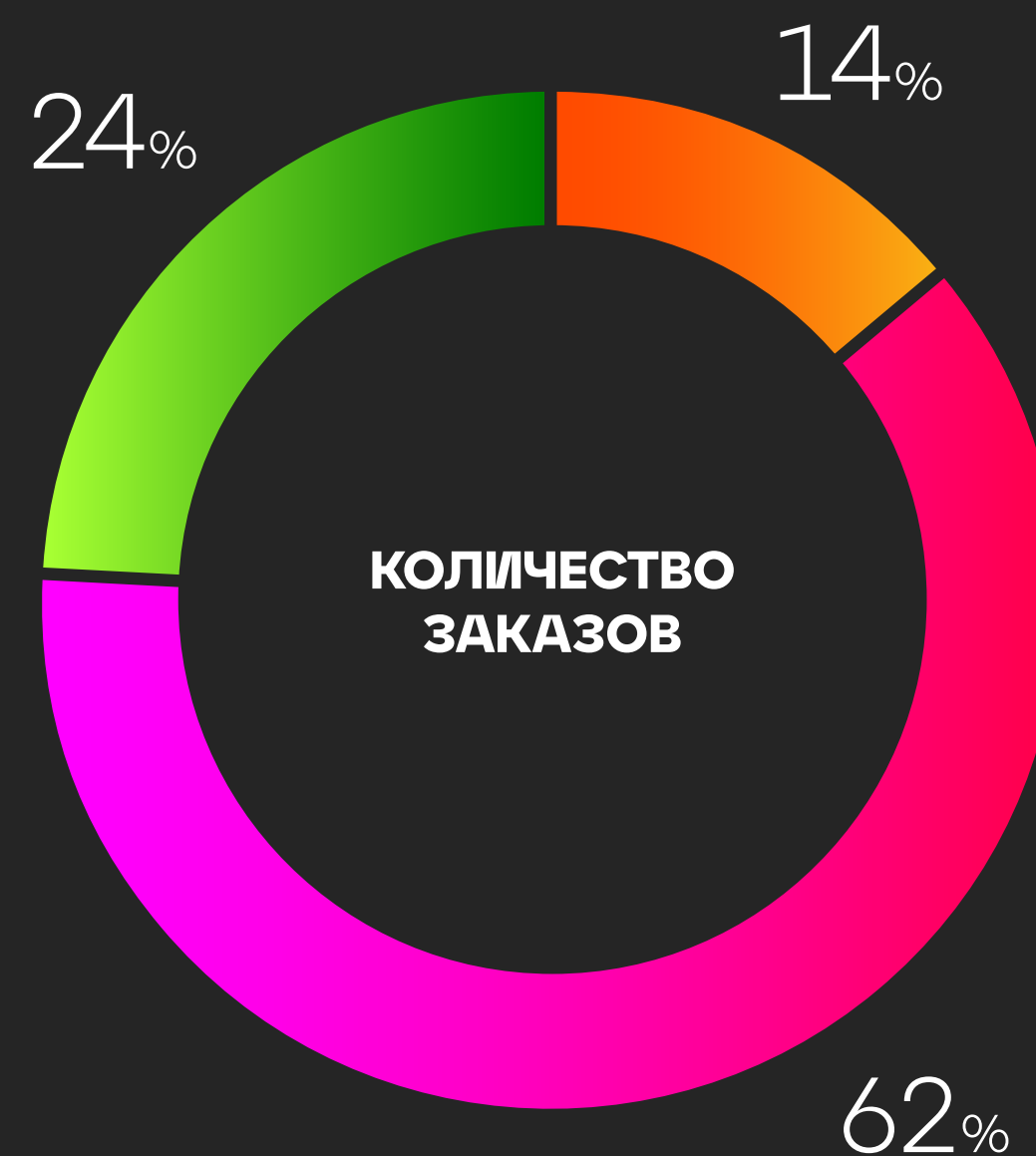
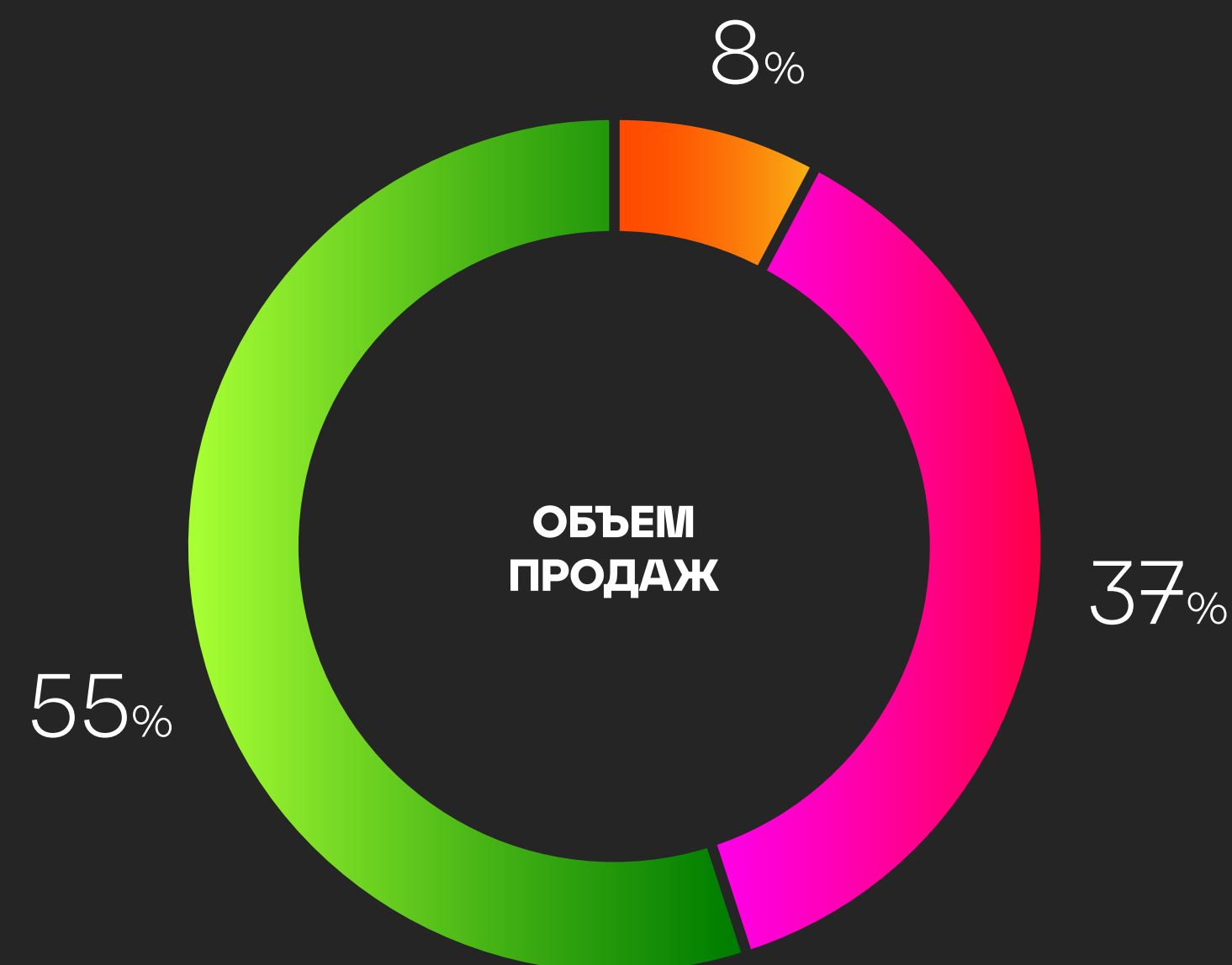
РАЗМЕР
СРЕДНЕГО
ЧЕКА

+159% к 2020 году

329

млрд руб.

ОБЪЕМ РЫНКА
ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ
В 2021 ГОДУ



Продукты питания

лидирующая по темпам роста категория
в сегменте e-commerce

- eGrocery
- Крупные универсальные маркетплейсы
- Остальной рынок

Источник: Data Insight

*в объем рынка не включены кросс-бордер, доставка готовой еды, продажа услуг, туристических услуг/продуктов и билетов на мероприятия, продажи через социальные сети, мессенджеры и C2C платформы

В2С онлайн-торговля

37% и **62%**
ОБЪЕМА ОНЛАЙН-ПРОДАЖ
ОБЪЕМА ЗАКАЗОВ

ПРИХОДИТСЯ НА КРУПНЕЙШИЕ
МАРКЕТПЛЕЙСЫ*:

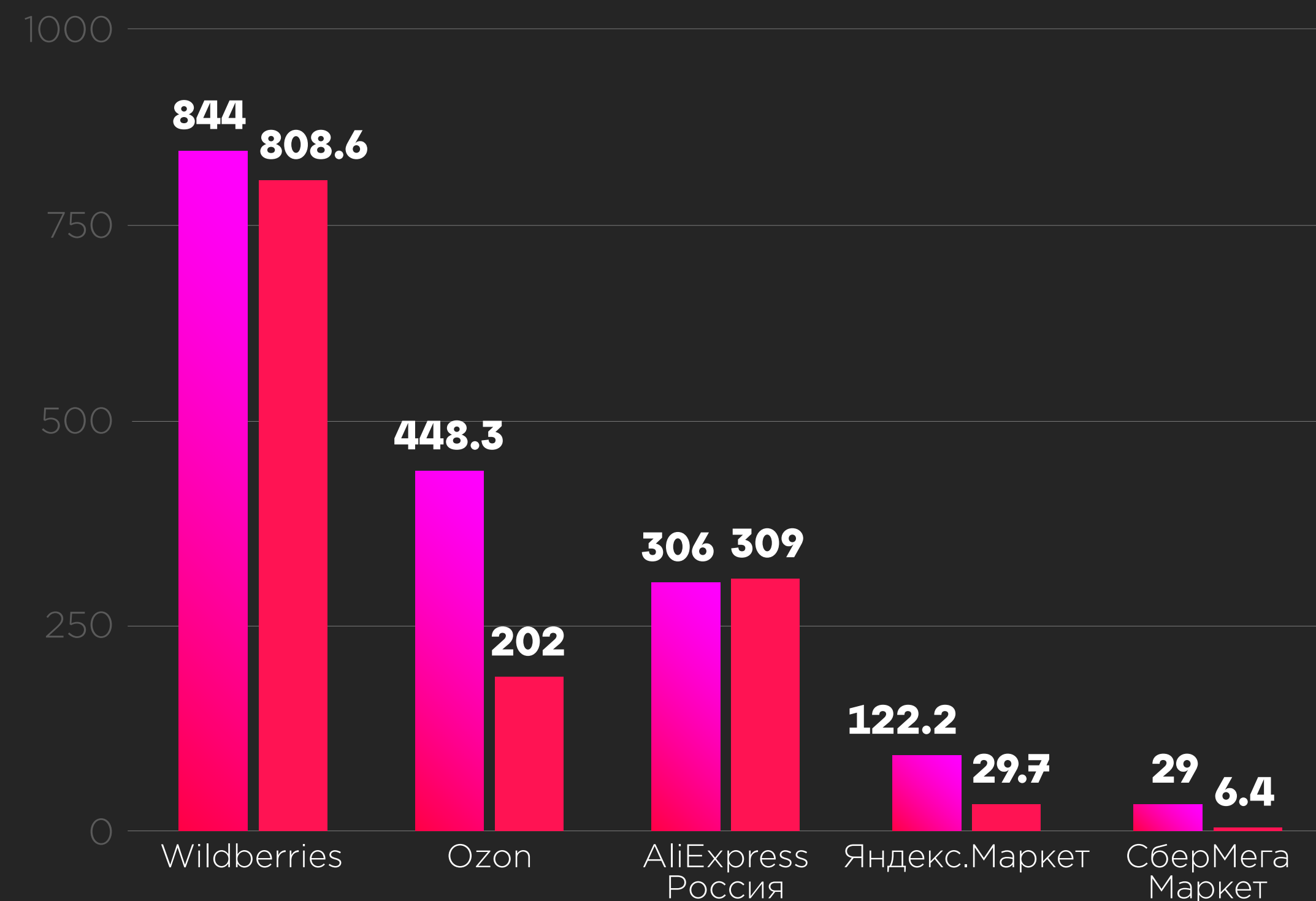


По данным Mediascope, маркетплейсы в 2021 году опередили поисковые системы по количеству товарных запросов на desktop-устройствах

Наиболее ярко данный тренд выражен в сегменте FMCG, где маркетплейсы занимают около 40-50% запросов.

Показатели крупнейших российских маркетплейсов 2021 (Источник: данные компаний)

■ Оборот (GMV), млрд руб. ■ Количество заказов, млн



Источник: Data Insight, Mediascope, данные компаний

*в обороте AliExpress Россия учтены только продажи российских продавцов, которые по данным компании в 2021 году составили ₹110 млрд

Аудитория e-commerce

по оценкам Яндекс.Маркет и GfK Rus:

52.4%

РОССИЯН В ВОЗРАСТЕ 16-55
ЛЕТ СОВЕРШАЮТ ПОКУПКИ
В ИНТЕРНЕТЕ МИНИМУМ
ДВА РАЗА В ГОД

80%

МИНИМУМ
РАЗ В МЕСЯЦ

26%

МИНИМУМ
РАЗ В НЕДЕЛЮ

по оценкам РБК Исследования рынков:

54.4%

ТРУДОСПОСОБНЫХ РОССИЯН
(64,8 МЛН ЧЕЛОВЕК) СОВЕРШИЛИ ХОТЯ
БЫ ОДНУ ОНЛАЙН-ПОКУПКУ В 2021 ГОДУ

по оценкам Data Insight и Avito:

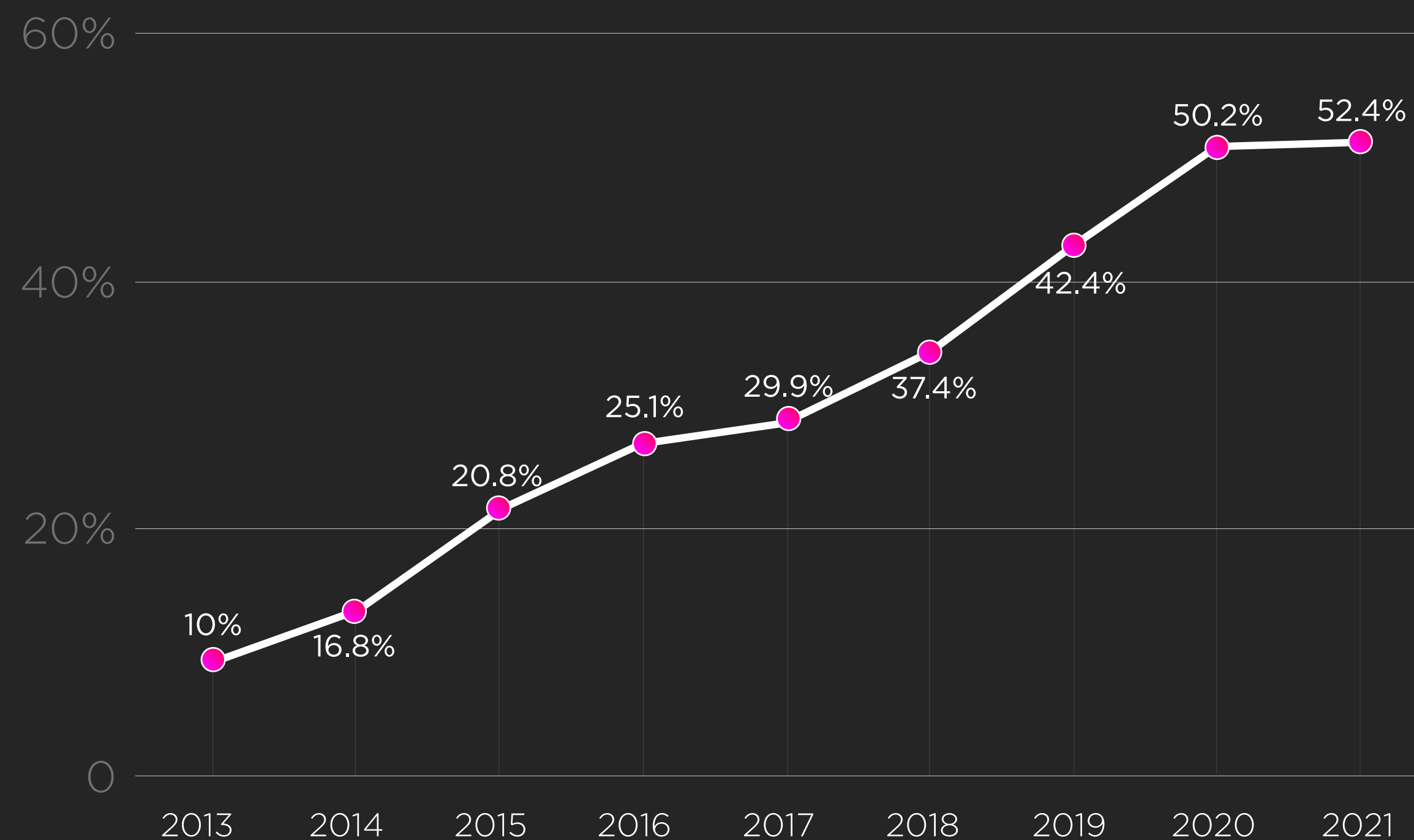
72%

ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ВОЗРАСТЕ
18-64 ЛЕТ ЗАКАЗЫВАЛИ УСЛУГИ В
ИНТЕРНЕТЕ В ТЕЧЕНИЕ ГОДА

Проникновение онлайн-торговли в России 2013-2021

(Источник: Яндекс.Маркет и GfK Rus)

Городские жители 16-55 лет, покупающие онлайн чаще раза в год



Онлайн-экспорт товаров

по данным Data Insight:

\$1.5 / ₺110
млрд млрд
ОБЪЕМ РЫНКА РОЗНИЧНОГО
ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА В РОССИИ
В 2021 ГОДУ

51
млн
ОТПРАВЛЕНИЙ

\$30 / ₺2 200
РАЗМЕР СРЕДНЕГО ЧЕКА

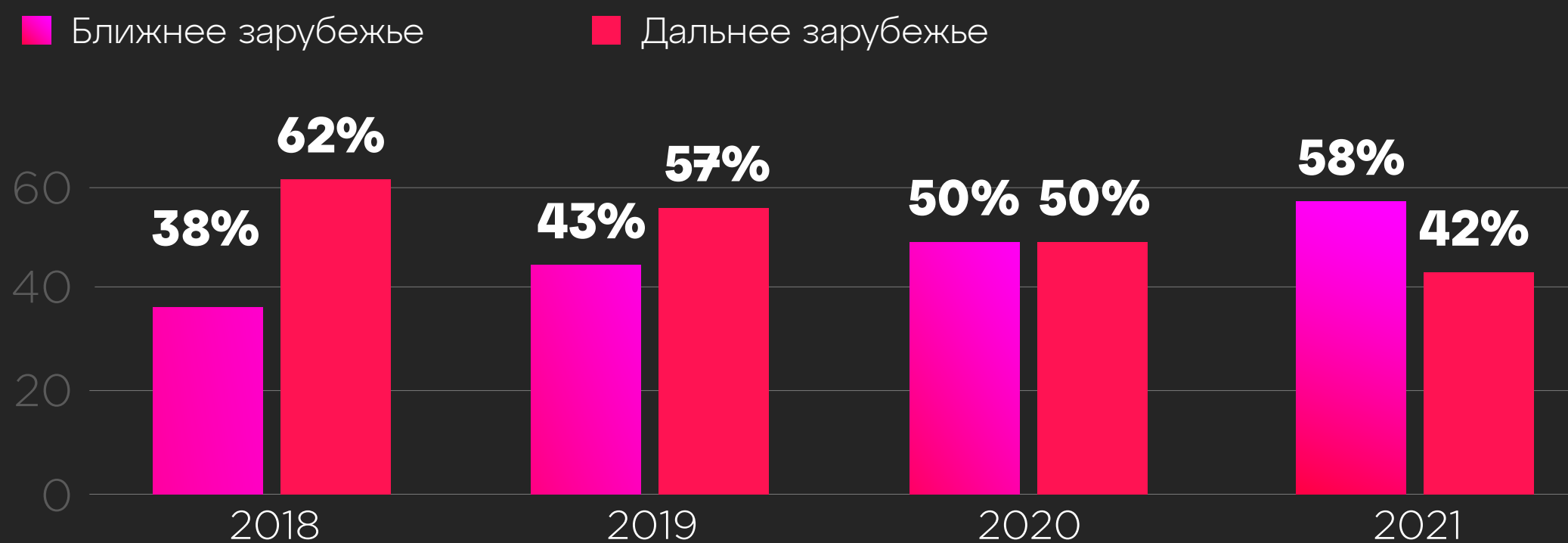
58%
ДОЛЯ СТРАН
БЛИЖНЕГО
ЗАРУБЕЖЬЯ

Страны ближнего зарубежья

- 29%** - БЕЛАРУСЬ
- 18%** - КАЗАХСТАН
- 6%** - УКРАИНА
- 2%** - АРМЕНИЯ
- 1%** - КИРГИЗИЯ
- 1%** - другие страны

Страны дальнего зарубежья

- 15%** - США
- 9%** - ЕС
- 4%** - ИЗРАИЛЬ
- 3%** - ВЕЛИКОБРИТАНИЯ
- 2%** - КАНАДА
- 1%** - КИТАЙ
- 1%** - ЯПОНИЯ
- 1%** - АВСТРАЛИЯ
- 7%** - другие страны



C2C-торговля и продажи в соцсетях

по оценкам Admitad Affiliate:

+40% с начала пандемии

85

млрд руб.

СОСТАВИЛ ОБЩИЙ ОБЪЕМ ПРОДАЖ КОМПАНИЙ ЗА СЧЕТ ПЕРЕХОДА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СО СТРАНИЦ ИНФЛУЕНСЕРОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ В ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ 2021 ГОДА

 **ВКонтакте**  **Instagram***  **YouTube**  **twitch**  **FACEBOOK***

по оценкам Data Insight и Avito:

34%

С2С-ПРОДАВЦОВ В 2020 ГОДУ ДЛЯ СОВЕРШЕНИЯ ПРОДАЖ ИСПОЛЬЗОВАЛИ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

22%

С2С-ПРОДАВЦОВ В 2020 ГОДУ ДЛЯ СОВЕРШЕНИЯ ПРОДАЖ ИСПОЛЬЗОВАЛИ МЕССЕНДЖЕРЫ

Куда переходят продавцы и специалисты сферы услуг:

более 300 тыс. новых предпринимателей начали вести свое дело в **ВКонтакте** за период с 11 до 17 марта, количество просмотров предложений от МСП выросло на $\frac{1}{3}$ - до 8,6 млн

на 4% по стране увеличилось количество объявлений от мастеров красоты на сервисе **Авито Услуги** за неделю с 10 по 16 марта

рост аудитории и увеличение количества продавцов фиксируются в **Telegram** и **Одноклассниках**

Источник: Ведомости, Data Insight и Avito, ВКонтакте, Коммерсант

*Компания Meta, которой принадлежит Facebook и Instagram, признана в России экстремистской организацией

Прогноз 2022

≈ **15%** составит рост сегмента электронной коммерции по итогам 2022 года

НЕГАТИВНЫЕ ФАКТОРЫ

- 1 Уход с российского рынка зарубежных поставщиков
- 2 Сокращение экспорта товаров и услуг зарубеж
- 3 Приостановка или прекращение деятельности ряда российских поставщиков, зависящих от импорта товаров или материалов/сырья для их производства
- 4 Снижение доходов населения

ФАКТОРЫ ПОДДЕРЖКИ

- 1 Привычка потребителей к онлайн-покупкам
- 2 Рост цен
- 3 Отмена ограничений на дистанционную торговлю ряда товарных категорий (алкогольная продукция, рецептурные лекарственные средства)

По оценкам FourKites, приведенным РСПП, каждую неделю, начиная с 23 февраля и до конца марта импорт потребительских товаров в РФ каждый день терял более 20% объемов поставок. Всего за месяц, начиная с 23 февраля, сокращение составило 56%.

**ЭКОНОМИКА
РУНЕТА**

ИНФРАСТРУКТУРА И СВЯЗЬ

- Данные об объеме и развитии инфраструктурного сегмента экономики Рунета и входящих в его состав рынков.
- Скорость и стоимость интернета в России
- Развитие национальной доменной зоны

204.3
млрд руб.

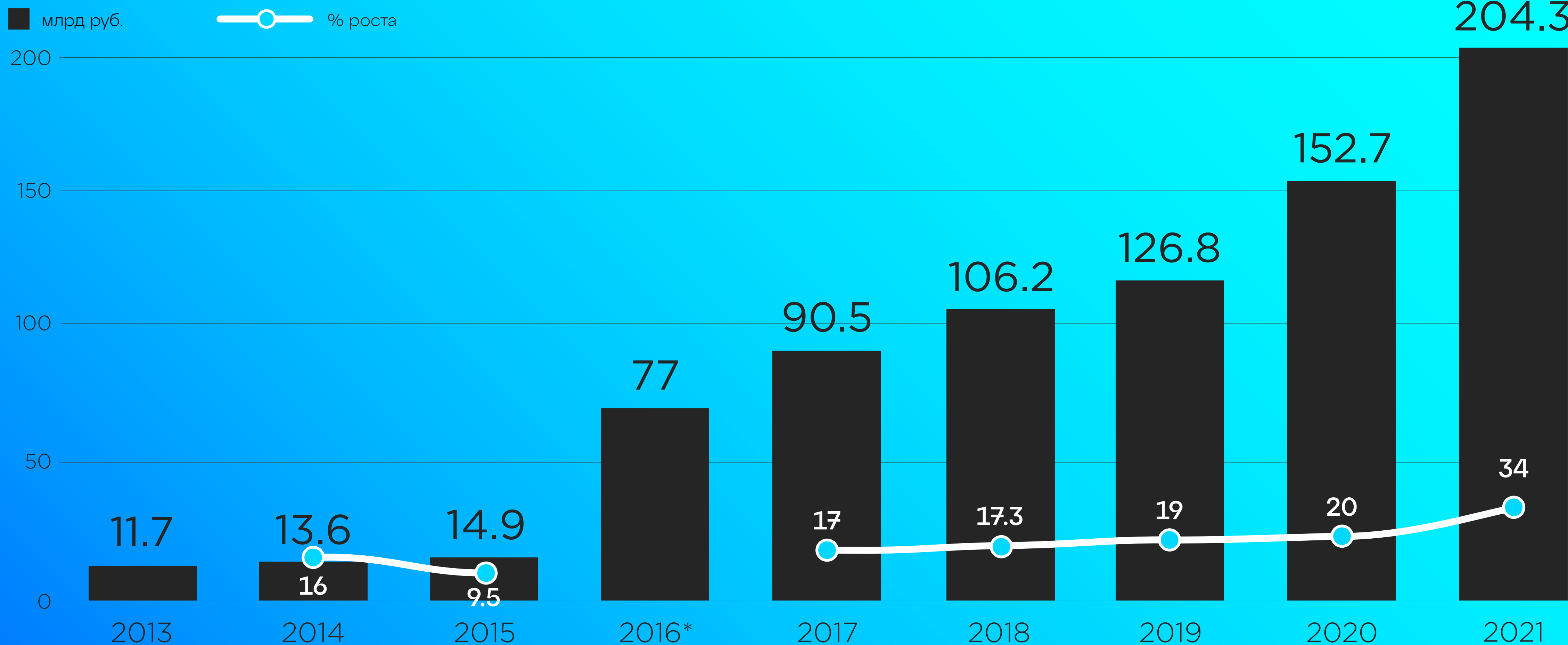
**ОБЪЕМ ИНФРА-
СТРУКТУРНОГО
СЕКТОРА
В 2021 ГОДУ**

+34% относительно 2020 года

Главные тренды

- сохранение **высокого спроса на облачные сервисы** за счет «эффектов пандемии», развития форматов гибридной работы и появления новых сервисов
- развитие **государственной** облачной инфраструктуры
- рынок облачной инфраструктуры – **основной драйвер роста** рынка облачных сервисов
- доменная **зона.RU преодолела отметку** в 5 млн зарегистрированных доменов

Динамика инфраструктурного сегмента 2013-2021



Источник: РАЭК

*в 2016 году в объем инфраструктурного сегмента был включен рынок облачной инфраструктуры

В инфраструктурном сегменте анализируются следующие рынки

РЫНОК ДОМЕНОВ

предоставление доменных имен в интернете

РЫНОК ХОСТИНГА

кроме облачного, услуги по предоставлению вычислительных мощностей для размещения и/или хранения информации на серверах, постоянно находящихся в интернете

РЫНОК SAAS

модель продажи и использования программного обеспечения, при которой поставщик разрабатывает веб-приложение и самостоятельно управляет им, предоставляя заказчику доступ к программному обеспечению через интернет

РЫНОК ИНФРАСТРУКТУРЫ

услуги по предоставлению виртуализованной инфраструктуры и вычислительных мощностей, платформ для размещения, разработки и управления приложениями, базами данных, веб-сервисами, постоянно находящимися в интернет

+3% к 2020 году

3.7
млрд руб.

**РЫНОК
ДОМЕНОВ**

+4% к 2020 году

8.7
млрд руб.

**РЫНОК ХОСТИНГА
(кроме облачного)**

+25% к 2020 году

21.6
млрд руб.

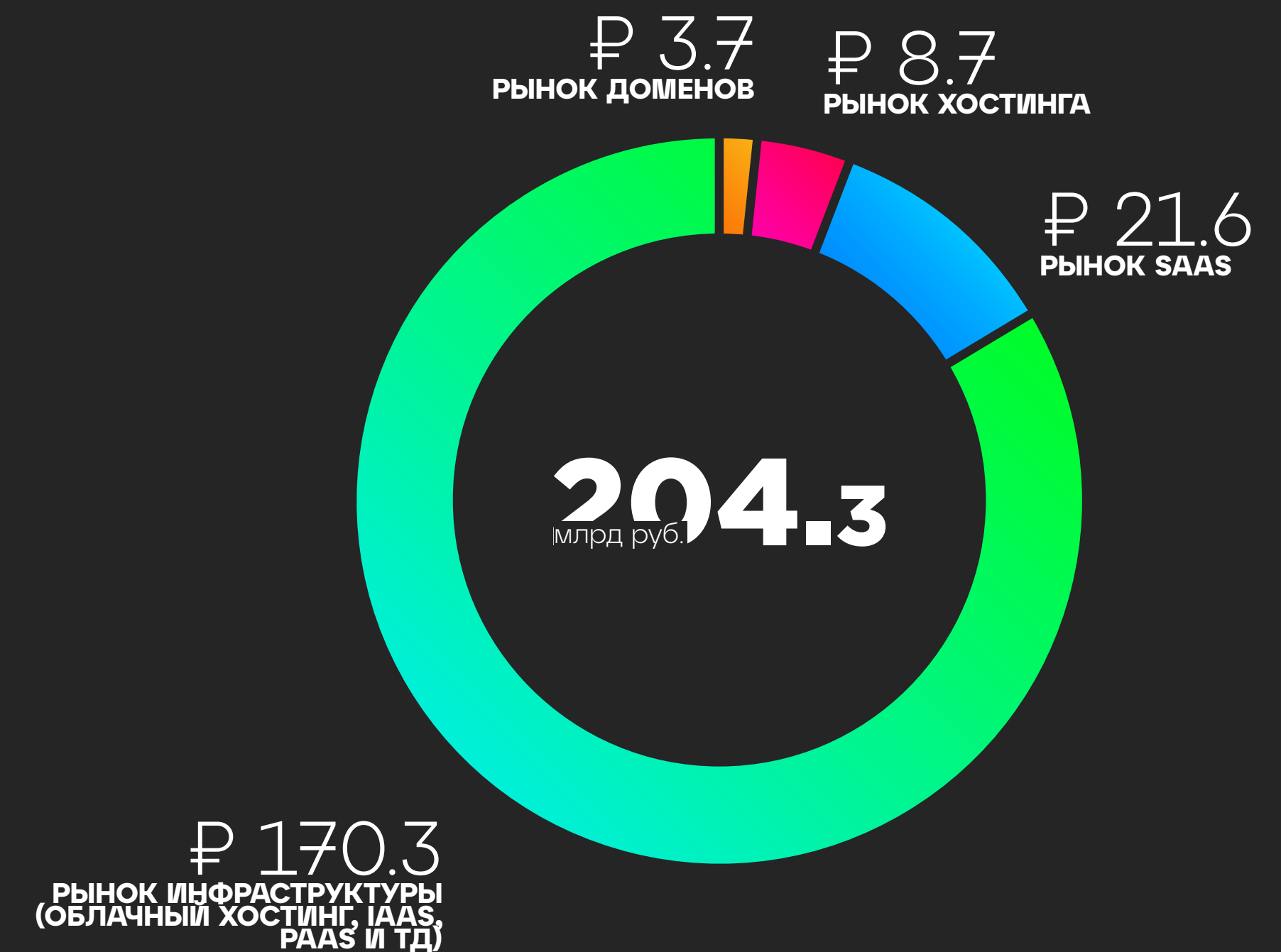
**РЫНОК
SAAS**

+38% к 2020 году

170.3
млрд руб.

**РЫНОК
ИНФРАСТРУКТУРЫ
(облачный хостинг,
IaaS, PaaS и тд)**

Объем рынков в составе
инфраструктурного сегмента ²⁰²¹
(Источник: РАЭК)



Доступ в интернет

по данным TMT Консалтинг

34.8

млн

КОЛИЧЕСТВО АБОНЕНТОВ ШПД
В СЕГМЕНТЕ ЧАСТНЫХ ЛИЦ
В РОССИИ НА КОНЕЦ 2021 ГОДА

>61%

ПРОНИКНОВЕНИЕ ШПД
В РОССИИ

1.87

млн

КОЛИЧЕСТВО АБОНЕНТОВ ШПД
В СЕГМЕНТЕ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ
В РОССИИ НА КОНЕЦ 2021 ГОДА

185.7

тыс

ПУБЛИЧНЫХ ТОЧЕК WI-FI
ДОСТУПА, ОБСЛУЖИВАЕМЫХ
ОПЕРАТОРАМИ СВЯЗИ,
НАСЧИТЫВАЛОСЬ В РОССИИ
НА КОНЕЦ 2021 ГОДА

по оценкам Минцифры РФ:

107.7

млрд Гб

ОБЪЕМ ИНФОРМАЦИИ,
ПЕРЕДАННОЙ ЧЕРЕЗ
ИНТЕРНЕТ* В РОССИИ
ЗА 2021 ГОД

+127.3%

по сравнению с 2020 годом

Скорость и стоимость доступа в интернет

по данным Speedtest Global Index

18.96
Мбит/с

СОСТАВИЛА СКОРОСТЬ
МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА
В РОССИИ В ФЕВРАЛЕ
2022 ГОДА

65.66
Мбит/с

СОСТАВИЛА СКОРОСТЬ
ФИКСИРОВАННОГО ДОСТУПА
В РОССИИ В ФЕВРАЛЕ
2022 ГОДА

по данным TMT консалтинг

360
руб.

РАЗМЕР СРЕДНЕГО
ЕЖЕМЕСЯЧНОГО СЧЕТА НА
АБОНЕНТА ШПД В СЕГМЕНТЕ
ЧАСТНЫХ ЛИЦ В 2021 ГОДУ

на 2
руб.

СНИЖЕНИЕ ARPU
ПО СРАВНЕНИЮ
С 2020 ГОДОМ

по оценкам IAA TelecomDaily

21.1
Мбит/с

СОСТАВИЛА СРЕДНЯЯ СКОРОСТЬ МОБИЛЬНОГО
ИНТЕРНЕТА В СЕТЯХ LTE В ФЕВРАЛЕ 2022 ГОДА

В феврале - марте 2022 года ряд провайдеров повысили стоимость услуг доступа в интернет:

на **9%**
МТС

на **2-4%**
АКАДО

на **10%**
У НЕКОТОРЫХ РЕГИОНАЛЬНЫХ
ПРОВАЙДЕРОВ

Данные обоих измерителей фиксируют **незначительное снижение скорости мобильного интернета в России** с конца 2021

на **0.1** Мбит/с
SPEEDTEST GLOBAL INDEX

на **0.6** Мбит/с
IAA TELECOMDAILY

В ноябре 2021 года **78%** опрошенных IAA TelecomDaily провайдеров заявили о **готовности повысить тарифы в 2022 году**

Облачные технологии

по данным ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

25.7%

РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ ИСПОЛЬЗУЮТ ОБЛАЧНЫЕ СЕРВИСЫ. ЭТО САМАЯ ВОСТРЕБОВАННАЯ ЦИФРОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ В РОССИИ

Лидирующие облачные сервисы по использованию российскими компаниями ²⁰²¹
(Источник: Accenture*)

58%

YANDEX.CLOUD

43.3%

MAIL.RU (VK CLOUD)

39%

MICROSOFT AZURE

28%

AMAZON WEB SERVICES

22%

GOOGLE CLOUD

Количество платящих клиентов Yandex.Cloud в 2021 году выросло до 12,4 тыс. (+60%)

Крупнейшие российские поставщики облачных сервисов по выручке ²⁰²¹
(Источник: SaaS - CNews Analytics, IaaS, PaaS - iKS Consulting)

SaaS

1. Softline
2. СБК Контур
3. Тензор
4. Манго Телеком
5. Ростелеком

IaaS

1. Ростелеком
2. SberCloud
3. МТС
4. Selectel
5. Крок Облачные сервисы

PaaS

1. SberCloud
2. Yandex.Cloud
3. NGENIX
4. CDNVideo
5. T1 Cloud

Российская доменная зона

>5млн

ДОМЕННЫХ ИМЕН ЗАРЕГИСТРИРОВАНО
В ДОМЕННОЙ ЗОНЕ .RU НА КОНЕЦ 2021 ГОДА

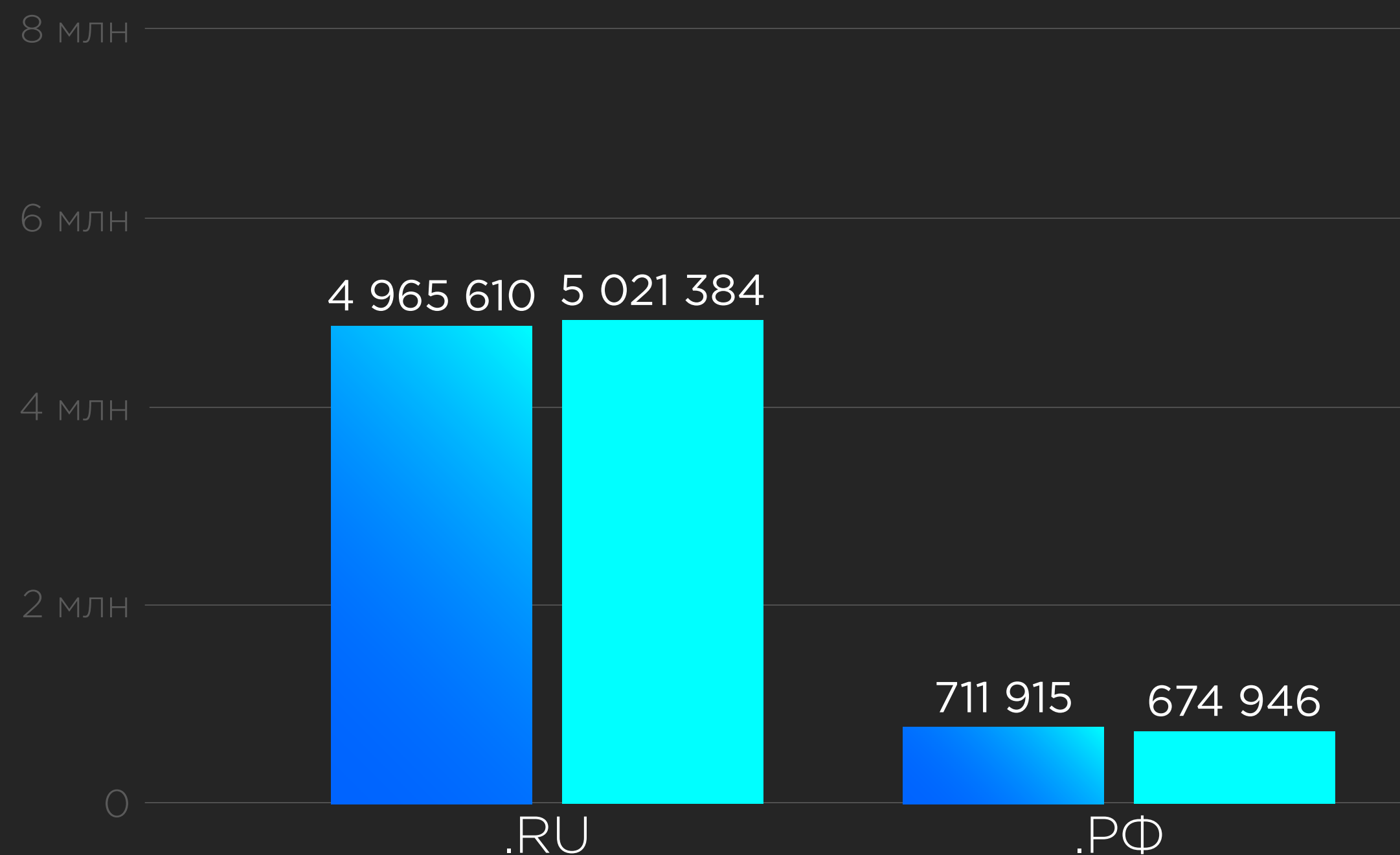
Крупнейшие национальные домены

①	— .DE	— 	— 17 161 345	— + 2.8%	— =
②	— .UK	— 	— 11 984 381	— + 2.1%	— +1
③	— .CN	— 	— 9 799 688	— - 27.1%	— -1
④	— .NL	— 	— 6 229 639	— + 2%	— =
⑤	— .RU	— 	— 5 021 384	— + 1.2%	— =
⑥	— .BR	— 	— 4 805 678	— + 6.7%	— =
⑦	— .FR	— 	— 3 881 666	— + 5.8%	— +1
⑧	— .EU	— 	— 3 715 171	— + 0.8%	— -1
⑨	— .IT	— 	— 3 450 337	— + 2.2%	— =
⑩	— .AU	— 	— 3 398 583	— + 4.9%	— =

Динамика количества доменов в зонах .RU/.РФ 2020-2021

(Источник: КЦ RU/РФ)

■ декабрь 2020 ■ декабрь 2021



Прогноз 2022

≈ **17%** составит рост инфраструктурного сегмента по итогам 2022 года

НЕГАТИВНЫЕ ФАКТОРЫ

- 1 ограничения на поставку технологической продукции - полупроводников, вычислительных модулей, систем хранения данных и т.д., а также оборудования и компонентов для ее производства
- 2 приостановка или сворачивание проектов по расширению инфраструктуры
- 3 уход с рынка крупнейших зарубежных игроков (Amazon Web Services, Google Cloud и Microsoft Azure)
- 4 отказ компаний от использования облачных сервисов

ФАКТОРЫ ПОДДЕРЖКИ

- 1 Переход российских компаний на отечественные облачные сервисы
- 2 Рост цен
- 3 Приостановка действия ряда требований «пакета Яровой» (в т. ч. увеличение объема хранения трафика на 15%, обязанность хранения видеотрафика)

В марте-апреле 2022 года ряд российских поставщиков облачных сервисов подняли цены на свои услуги. Стоимость услуг Yandex.Cloud и Selectel выросла на 40-60%.

Причины роста цен: нехватка оборудования; рост курса валют; снижение конкуренции

ЭКОНОМИКА
РУНЕТА

МАБ5

МЕДИА И РАЗВЛЕЧЕНИЯ

- Объемы и тренды развития сегмента цифрового контента
- Модели монетизации
- Особенности потребления цифрового контента в России

153.4
млрд руб.

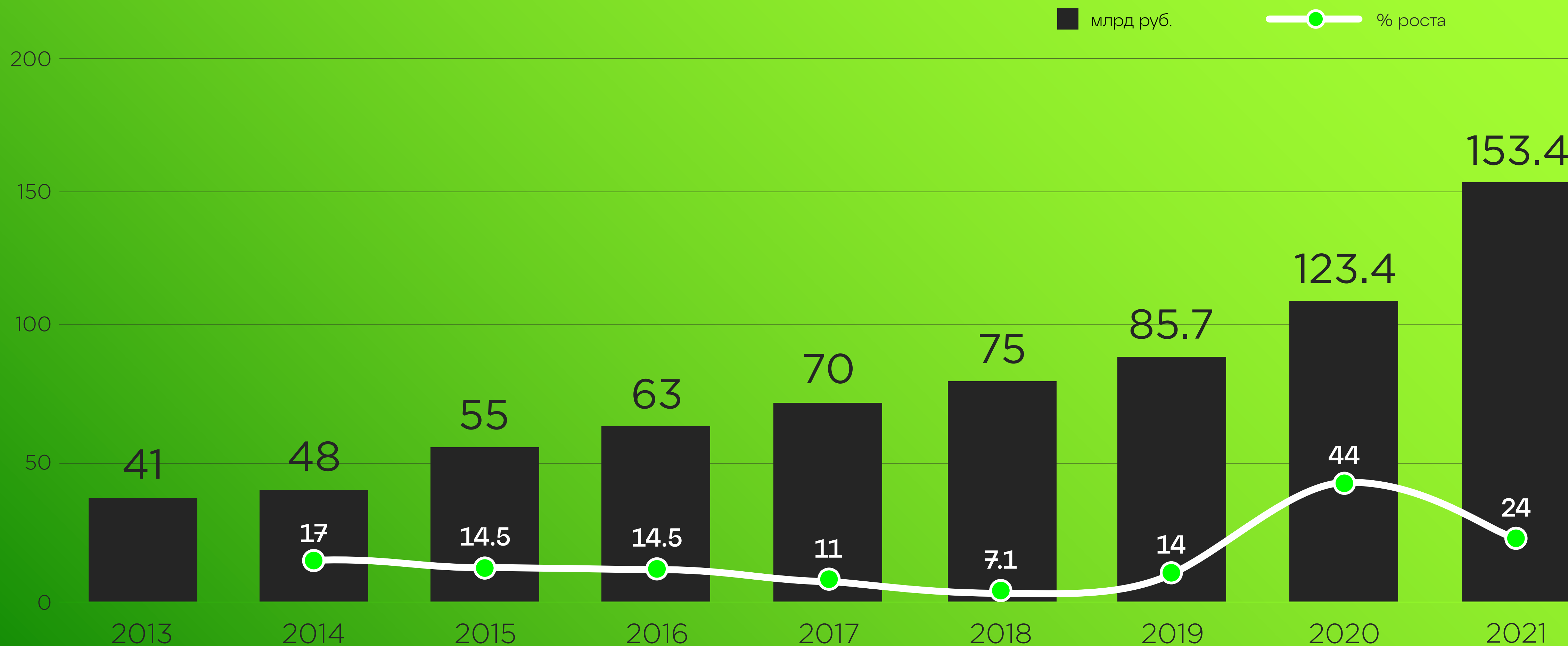
**ОБЪЕМ СЕГМЕНТА
ЦИФРОВОГО
КОНТЕНТА
В 2021 ГОДУ**

+24% относительно 2020 года

Главные тренды

- рост **инвестиций в оригинальный контент** и «контентные сделки» между видеосервисами
- операторские сервисы **начинают играть заметную роль** на рынке видеосервисов
- усиление **регулирования онлайн-кинотеатров**
- рынок цифровых книг – **самый «пиратизированный»** среди рынков сегмента цифрового контента
- замедление роста рынка онлайн-игр

Динамика сегмента цифрового контента 2013-2021



При анализе сегмента цифрового контента учитываются объемы следующих рынков

ОНЛАЙН-ВИДЕО

продажа, прокат и подписка на доступ к потоковому вещанию легального видеоконтента через интернет, за исключением модели AVOD, которая учитывается в составе рынка видеорекламы сегмента Маркетинг и реклама

ОНЛАЙН-МУЗЫКА

продажа, прокат и подписка на доступ к потоковому вещанию легального аудиоконтента через интернет

ОНЛАЙН-ИГРЫ

доставка игр через Интернет, включая игры в социальных сетях, консолях и на мобильных платформах, а также продажу виртуальных товаров и сервисов внутри игровых приложений

ЦИФРОВЫЕ КНИГИ

продажа и подписка на цифровые книги (электронные книги и аудиокниги)

+60% к 2020 году

31.1
млрд руб.

ОНЛАЙН-ВИДЕО*

+40% к 2020 году

11.8
млрд руб.

ОНЛАЙН-МУЗЫКА

+10% к 2020 году

99.2
млрд руб.

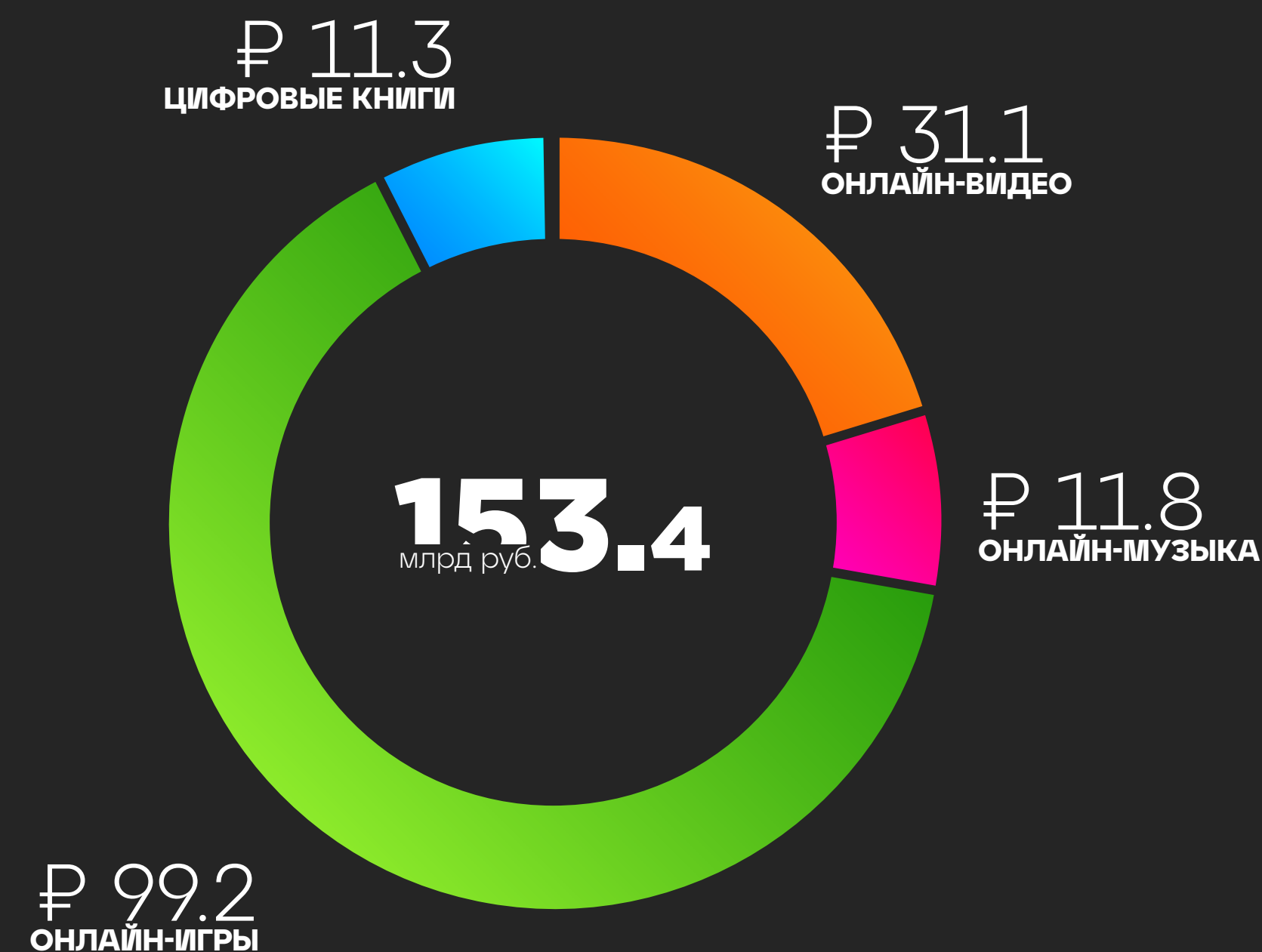
ОНЛАЙН-ИГРЫ

+34% к 2020 году

11.3
млрд руб.

ЦИФРОВЫЕ КНИГИ

Объем рынков в составе сегмента
цифрового контента ²⁰²¹
(Источник: РАЭК)



Источник: РАЭК

*без AVOD, который учитывается в рынке видеорекламы

Онлайн-игры

по данным MY.GAMES

+9% к 2020 году

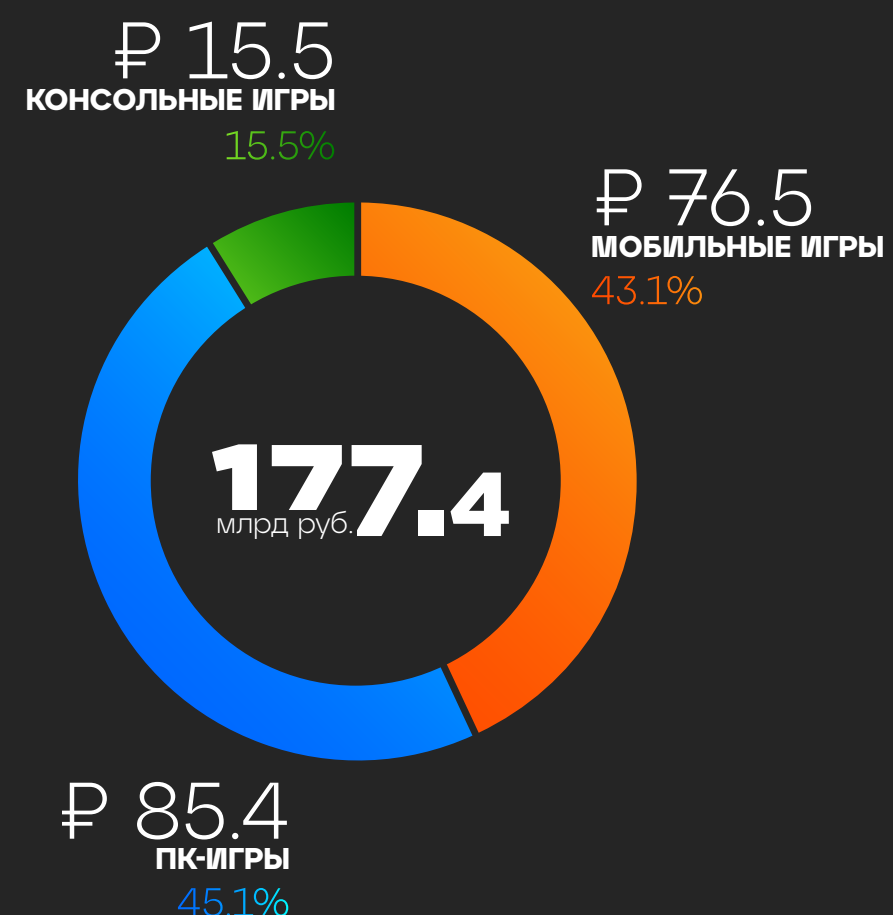
177.4
млрд руб.

ОБЪЕМ РОССИЙСКОГО РЫНКА
ВИДЕОИГР В 2021 ГОДУ

Мобильные игры

- самый
быстрорастущий
сегмент

(рост +14% к 2020
году)



По оценкам VCG, Россия в 2021 году вошла в ТОП-5 стран по потреблению игрового контента, однако по объемам производства игр Россия уступает странам-лидерам

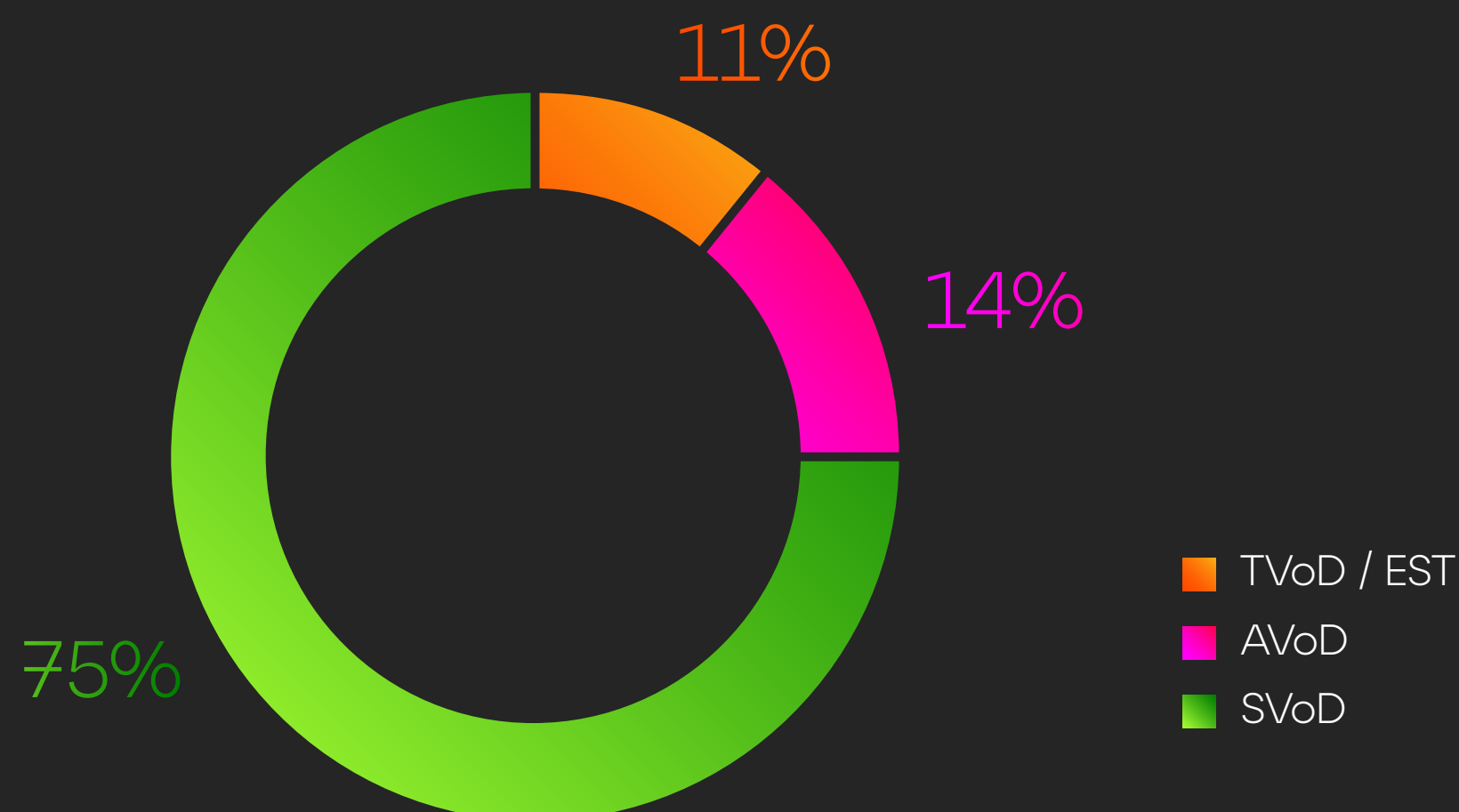
Онлайн-видео

по данным TMT Консалтинг

86% ОБЪЕМА РЫНКА ЛЕГАЛЬНЫХ VOD-СЕРВИСОВ, ДЕЙСТВУЮЩИХ ПО МОДЕЛИ OTT - ДОХОДЫ ОТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ ПЛАТЕЖЕЙ

Структура рынка VoD-сервисов по моделям монетизации

(Источник: TMT Консалтинг)



+8% к 2020 году

86 МЛН ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ - ОБЩАЯ АУДИТОРИЯ OTT-ВИДЕОСЕРВИСОВ

Самые популярные онлайн-кинотеатры (Источник: GfK)

35% - ivi	17% - Netflix
34% - Кинопоиск	12% - Wink
31% - Okko	11% - Megogo

Самые популярные ресурсы для просмотра (Источник: Deloitte Россия)

83% - Youtube	30% - TikTok
46% - ВКонтакте	25% - Одноклассники
38% - Instagram*	

Производство видеоконтента

по данным TelecomDaily

рост в 5 раз к 2020 году

16

млрд руб.

СОСТАВИЛИ ИНВЕСТИЦИИ ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРОВ В ПРОИЗВОДСТВО СОБСТВЕННОГО КОНТЕНТА В 2021 ГОДУ

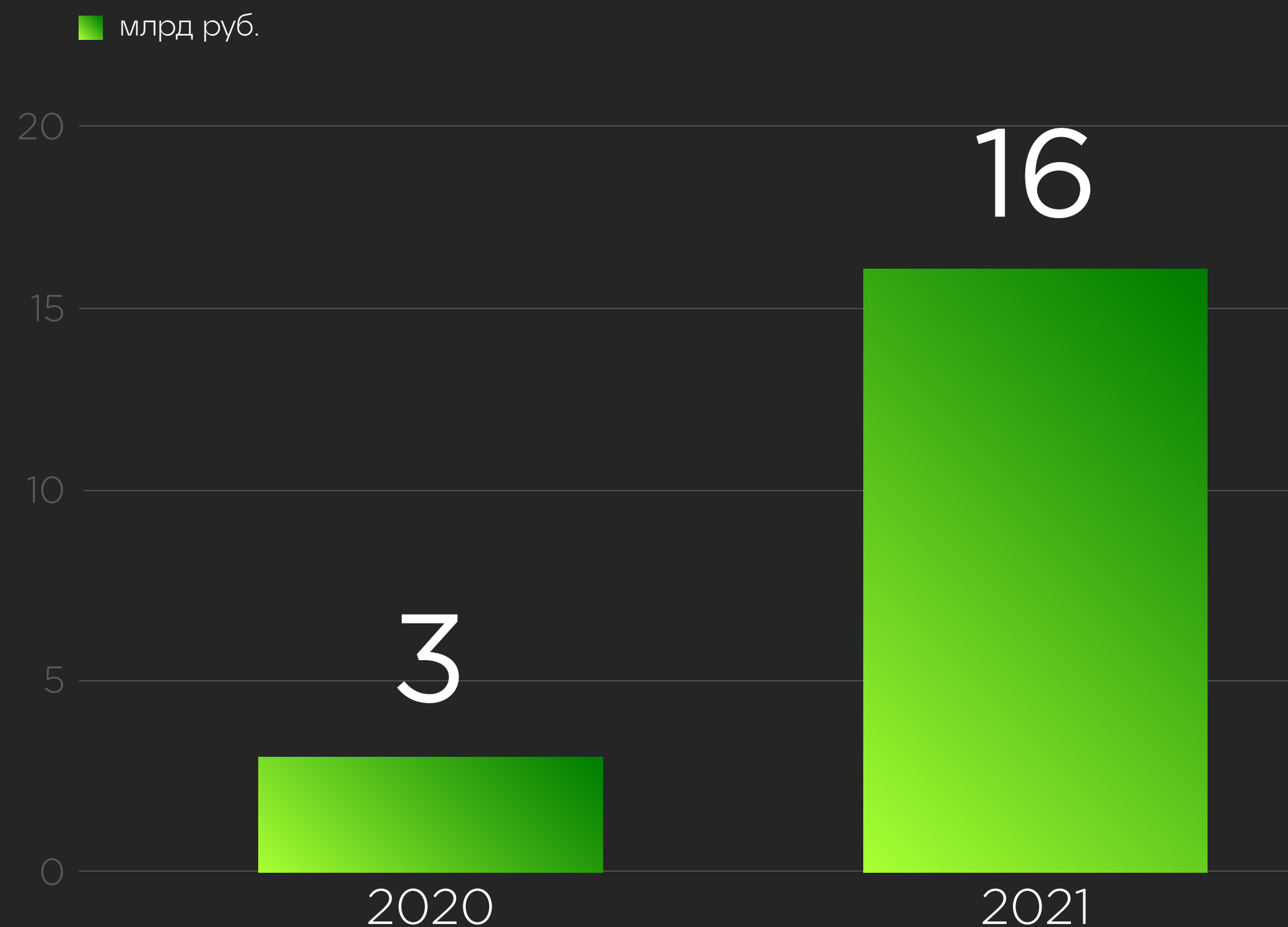
74

СОБСТВЕННЫХ ПРОЕКТА БЫЛО ВЫПУЩЕНО В 2021 ГОДУ ПРОТИВ 20 ПРОЕКТОВ ГОДОМ РАНЕЕ

по данным Кино-театр.ру

107 сериалов длиной более 4-х эпизодов были выпущены в премьерный показ на интернет-платформах - почти половина всех премьер сериалов в 2021 году (229 сериалов)

Объем инвестиций онлайн-кинотеатров в производство собственного контента
(Источник: TelecomDaily)



Онлайн-музыка

по данным Deloitte Россия

86%

РОССИЯН РЕГУЛЯРНО
СЛУШАЮТ МУЗЫКУ
ОНЛАЙН

Яндекс Музыка

самый популярный сервис в 2021 году среди подписчиков на музыкальные онлайн-сервисы

Какими онлайн-сервисами Вы пользуетесь для прослушивания музыки и радио?

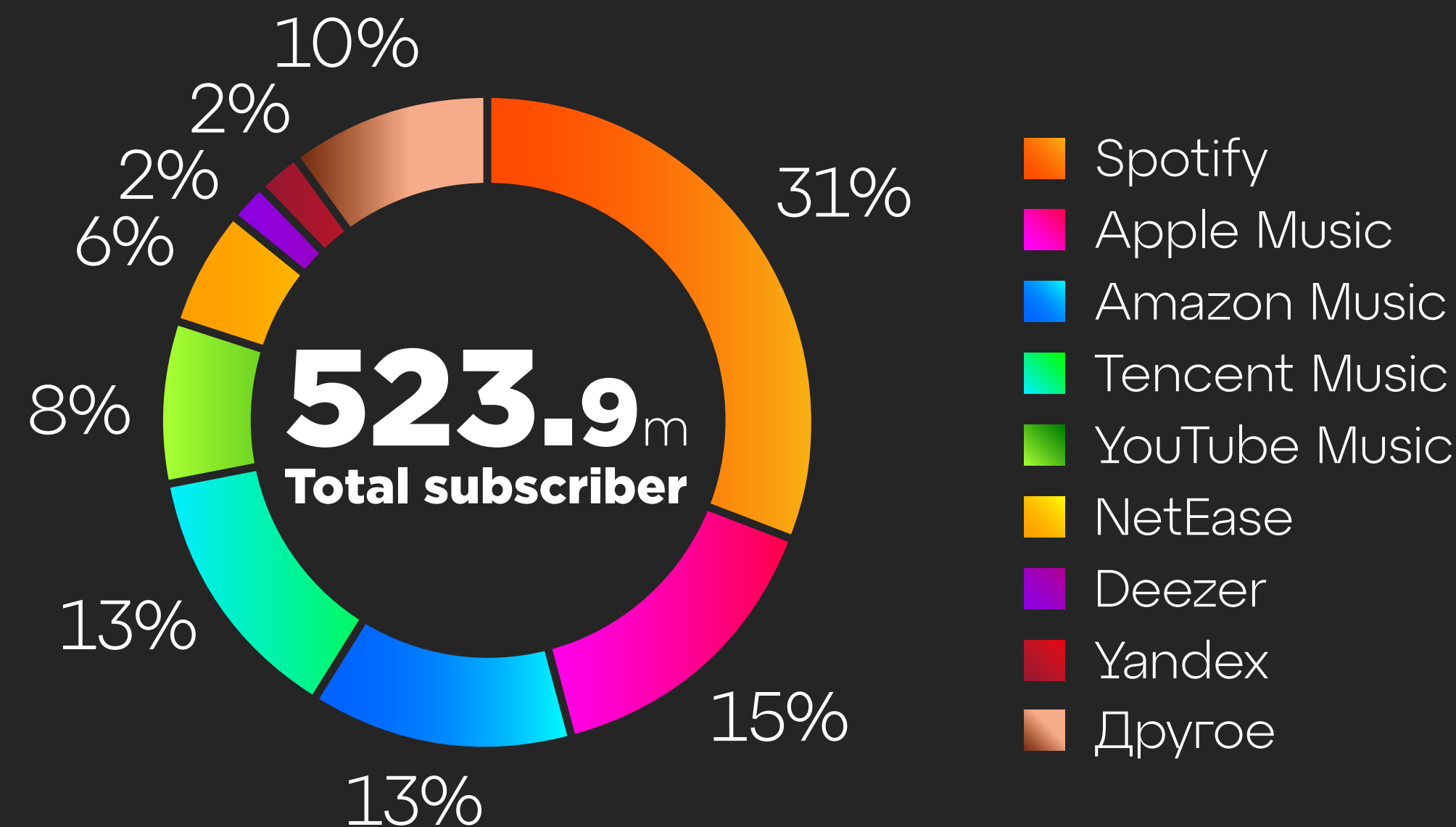
(Источник: Deloitte Россия)

59% - Яндекс.Музыка
36% - Spotify
33% - Youtube music

33% - Boom
14% - Apple Music

По оценкам аналитического агентства MIDiA Research, на конец 2 квартала 2021 года в мире насчитывалось 523,9 млн подписчиков музыкальных сервисов.

Яндекс.Музыка вошла в ТОП-10 музыкальных сервисов в мире по числу пользователей.



Электронные книги

по данным ЛитРес

≈ **15%**

ОБЪЕМА РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ
КНИГИ ПРИХОДИТСЯ НА ЦИФРОВЫЕ
КНИГИ (ЭЛЕКТРОННЫЕ + АУДИОКНИГИ)

Аудиокниги и самиздат –

основные драйверы роста рынка цифровых книг

- поквартальные темпы роста продаж аудиокниг в 2021 году составляли 50% и более, по итогам года они достигли ₽3,6 млрд
- на самиздат приходится около 35% продаж электронных книг

Пиратство –

главный ограничитель роста рынка.

≈1/4 объема легального рынка

2-3

млрд руб.

**ЗАРАБОТАЛИ ПИРАТЫ
НА ЭЛЕКТРОННЫХ
КНИГАХ В 2021 ГОДУ**

Нелегальное распространение контента

Февраль 2022 года:

Подписана обновленная версия антипиратского меморандума

Со стороны правообладателей:



Со стороны ИТ-компаний:



Новое в меморандуме

- блокирование в поисковой выдаче во внесудебном порядке сайтов, на которых размещено более 100 ссылок на пиратский контент
- проработка мер по борьбе с доменными склейками, которые позволяют пиратским ресурсам возвращаться на прежние позиции в поиске
- механизмы защиты легальных сайтов

Первая версия

антипиратского меморандума была подписана 1 ноября 2018 года.

За 3 года действия меморандума из поисковой выдачи было удалено более 40 млн ссылок на нелегальный контент.

Новая версия меморандума будет действовать до 1 сентября 2022 года.

Прогноз 2022

≈ **60%** составит **падение** сегмента цифрового контента по итогам 2022 года

НЕГАТИВНЫЕ ФАКТОРЫ

- 1 Уход зарубежных игроков (Netflix, Megogo, Spotify, Deezer, Wargaming и др.)
- 2 Сложности с оплатой покупок и подписок на зарубежных платформах (GooglePlay, AppStore, Steam и др.)
- 3 Сокращение объемов контента
- 4 Рост нелегального потребления

В начале марта 2022 года трафик на торрент-трекеры увеличился на 21%. Пользователи скачивают контент, который стал недоступен с уходом зарубежных игроков и поставщиков контента

ФАКТОРЫ ПОДДЕРЖКИ

- 1 Производство собственного контента онлайн-кинотеатрами
- 2 Поддержка игроков, входящих в экосистемы крупных компаний (Яндекс, Сбер, НМГ), со стороны владельцев экосистем
- 3 Переход пользователей в российские сервисы
- 4 Господдержка для производителей контента

ЭКОНОМИКА
РУНЕТА

КИБЕР

БЕЗОПАСНОСТЬ

- Состояние информационной безопасности в России и ключевые направления ее развития.
- Информация о числе и особенностях кибератак в России, анализ их основных целей, мотивов и направлений

Рынок информационной безопасности

+8% к 2020 году

98.7
млрд руб.



ПРОГНОЗИРУЕМЫЙ ОБЪЕМ ЗАТРАТ КОНЕЧНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ НА РЕШЕНИЯ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В 2021 ГОДУ

+10-15% к 2020 году

120-150
млрд руб.

■ positive technologies

ОБЪЕМ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В РОССИИ В 2021 ГОДУ

+5% к 2020 году

24
млрд руб.



ПРОГНОЗИРУЕМЫЙ ОБЪЕМ РЫНКА ПРОДУКТОВ И СЕРВИСОВ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ В РОССИИ В 2021 ГОДУ

по оценкам Ростелеком-Солар

Госсектор - главный драйвер роста рынка информационной безопасности

Стимулы роста расходов госсектора:

- реализация мероприятий ФП «Информационная безопасность»
- реализация региональных проектов цифровой трансформации
- выполнение приказов ФСТЭК

Бизнес также увеличивает расходы на ИБ

По данным опроса Лаборатории Касперского, для 51% крупных российских компаний вложения в кибербезопасность входят в ТОП-3 приоритетов

Преступления с использованием ИКТ

+1.4% к 2020 году

517.7
тыс



ПРЕСТУПЛЕНИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИКТ
ЗАРЕГИСТРИРОВАНО В РОССИИ В 2021 ГОДУ

351.5
тыс

ПРЕСТУПЛЕНИЙ СОВЕРШЕНЫ
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

25.8%

удельный вес преступлений
с использованием ИКТ в
общем числе преступлений

25.3%

преступлений
с использованием
ИКТ раскрыто

Виды ИКТ, используемых в преступных целях

Источник: МВД РФ

	Количество тыс.	Динамика %
Пластиковые карты	165,7	-12,9%
Компьютерная техника	27,5	-4,0%
Программные средства	7,2	-28,2%
Фиктивные электронные платежи	0,9	-30,6%
Интернет	351,5	17,0%
Средства мобильной связи	217,5	-0,5%

Киберугрозы и их последствия

150

RTM
GROUP 7

млрд руб.

ОБЩИЙ УЩЕРБ ОТ ПРЕСТУПЛЕНИЙ
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИКТ В РОССИИ
В 2021 ГОДУ

6

positive technologies

трлн руб.

ПОТЕРИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ
ОТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КИБЕРПРЕСТУПНИКОВ
В 2021 ГОДУ

>92%

Ростелеком
Солар

кибератак со стороны
профессиональных
группировок в 2021 году
пришлось на объекты КИИ

75%

кибератак носят
целевой характер

Основные цели киберпреступников среди российских организаций

Источник: Positive Technologies

31%

авиакосмическая
отрасль

23%

государственные
предприятия

23%

ИТ-компании

15%

ВПК

8%

ТЭК

Основные мотивы киберпреступлений в отношении организаций в России

Источник: Positive Technologies

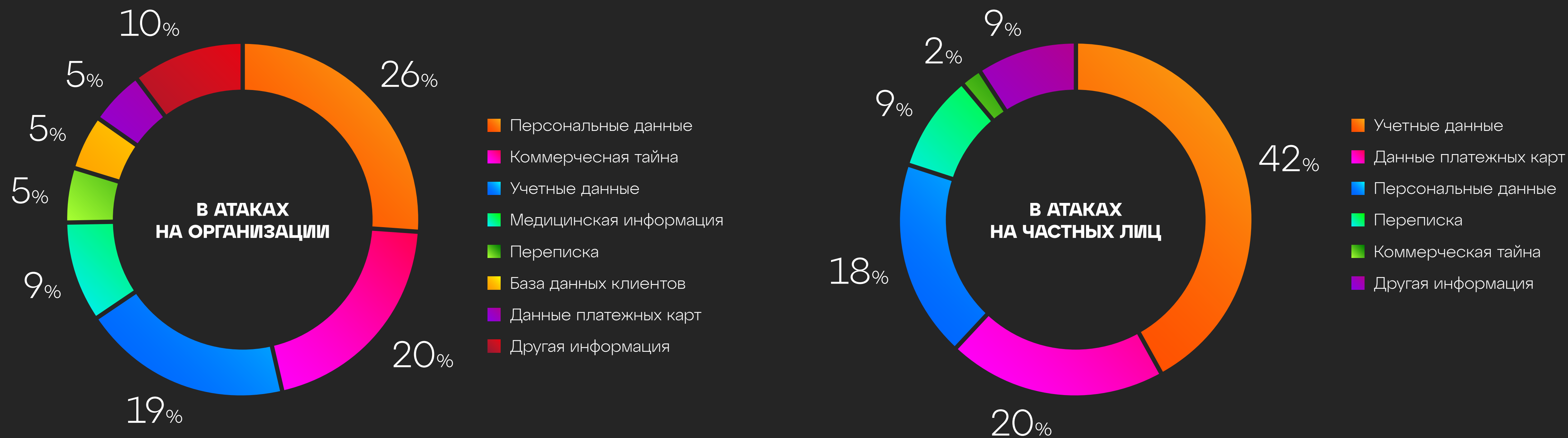
45%

хищение конфиденци-
альной информации

38%

нарушение основной
деятельности компании

Получение данных остается основным мотивом киберпреступлений



Основная «зона риска» – персональные данные, учетные данные, коммерческая тайна, данные платежных карт

**ЭКОНОМИКА
РУНЕТА**

ОБРАЗОВАНИЕ

И КАДРЫ

- Информация о занятых в российской интернет-экономике
- Подготовка кадров для ИТ-отрасли
- Развитие и тренды EdTech-рынка

Занятые в интернет-экономике

3
млн

человек составила численность ИТ-кадров в России в 2021 году

под ИТ-кадрами РАЭК широкий спектр специальностей:

- разработчики ПО
- разработчики мобильного ПО
- DevOps-специалисты
- product- и project-менеджеры
- веб-дизайнеры
- UX/UI-дизайнеры
- data science-специалисты
- аналитики данных
- разработчики игр
- разработчики систем ИБ
- тестировщики
- маркетологи
- создатели контента
- руководители проектов цифровой трансформации
- ИТ-менеджмент
- специалисты техподдержки

Дефицит ИТ-кадров

≈ 1
млн

человек составлял дефицит ИТ-специалистов в России в 2021 году

в феврале-марте 2022 года ситуация обострилась за счет волны релокации кадров за рубеж:

50-55
тыс

ИТ-СПЕЦИАЛИСТОВ ПОКИНУЛИ СТРАНУ В «ПЕРВУЮ ВОЛНУ» РЕЛОКАЦИИ

3й
каждый

ИТ-СПЕЦИАЛИСТ ИСКАЛ РАБОТУ С РЕЛОКАЦИЕЙ В МАРТЕ 2022 ГОДА (по данным Хабр Карьера)

Меры по преодолению дефицита и удержанию ИТ-кадров внутри страны

- Мероприятия в рамках федерального проекта «Кадры для цифровой экономики»
- Мероприятия в рамках «третьего пакета» поддержки ИТ-отрасли, в т. ч. льготная ипотека и отсрочка от призыва на военную службу

Наиболее дефицитные ИТ-специальности

по данным HeadHunter

Разработчики систем искусственного интеллекта – наиболее дефицитная специализация в сфере ИТ

<2x
человек

НА МЕСТО СОСТАВЛЯЛА КОНКУРЕНЦИЯ НА ВАКАНСИИ В СФЕРЕ РАЗРАБОТКИ ИИ В НАЧАЛЕ 2022 ГОДА, В ТО ВРЕМЯ КАК В ЦЕЛОМ ПО ИТ-ОТРАСЛИ – 3 ЧЕЛОВЕКА НА МЕСТО

Специалисты в области информационной безопасности также пользуются повышенным спросом:

на 47%

ВЫРОСЛО ЧИСЛО ВАКАНСИЙ, СВЯЗАННЫХ С ИБ, В 2021 ГОДУ ПО СРАВНЕНИЮ С 2020 ГОДОМ

≈ 20
тыс

СОТРУДНИКОВ НЕ ХВАТАЕТ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ (по оценкам Сбера)

HeadHunter

к концу марта 2022 года число вакансий в ИТ сократилось на 25%, в то время как число резюме выросло на 15%

Основные причины:

- приостановка найма со стороны крупнейших российских компаний (Яндекс, Сбер и др.)
- уход с рынка зарубежных игроков
- сворачивание ИТ-проектов

Рынок онлайн-образования

73
млрд руб.

СОСТАВИЛА СУММАРНАЯ ВЫРУЧКА ТОП-100
КРУПНЕЙШИХ EDTECH-КОМПАНИЙ РОССИИ
ПО ИТОГАМ 2021 ГОДА

Дополнительное профессиональное образование - крупнейший сегмент рынка

32.8%
РЫНКА ПРИШЛОСЬ
НА ДПО В 2021 ГОДУ

в 2.6%
ОЦЕНИВАЕТСЯ ДОЛЯ ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ
В ОБЪЕМЕ РЫНКА ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

Наибольшее проникновение онлайн:

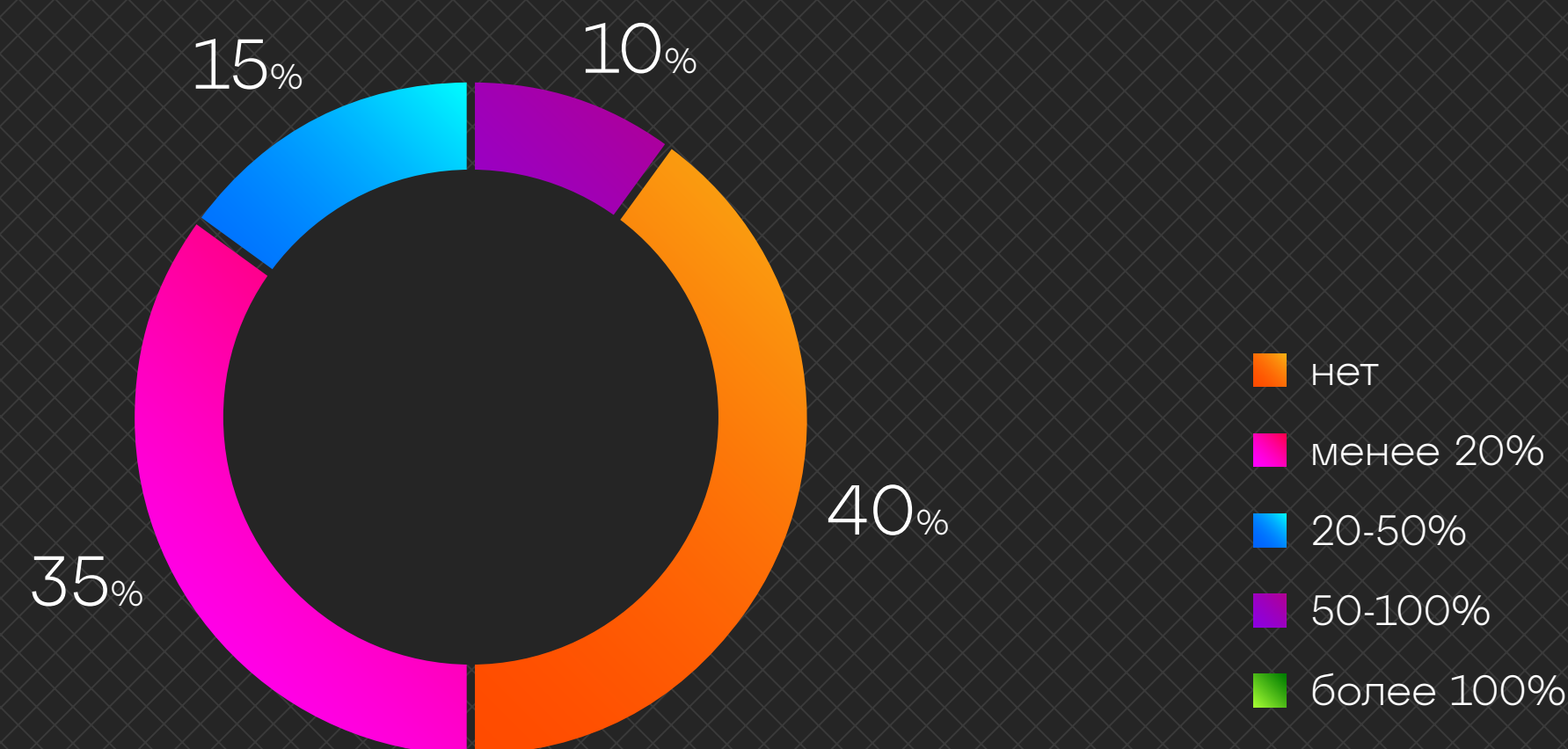
15.9%
языковое
обучение

10.9%
дополнительное
профессиональное
образование

6.8%
дополнительное
школьное
образование

В марте 2022 года продажи онлайн-курсов существенно снизились. В сегменте ДПО падение составило от 20% до 50% (в зависимости от компании). В 2022 году негативное влияние на рынок EdTech окажут также недоступность кредитования и снижение инвестиций.

% снижения продаж EdTech-компаний после 24 февраля 2022 года
(Источник: SmartRanking)



Настроения в ИТ-среде и ожидания от будущего

Настроения в ИТ-среде неоднородны:

46%

ИТ-сотрудников настроены пессимистично

42.5%

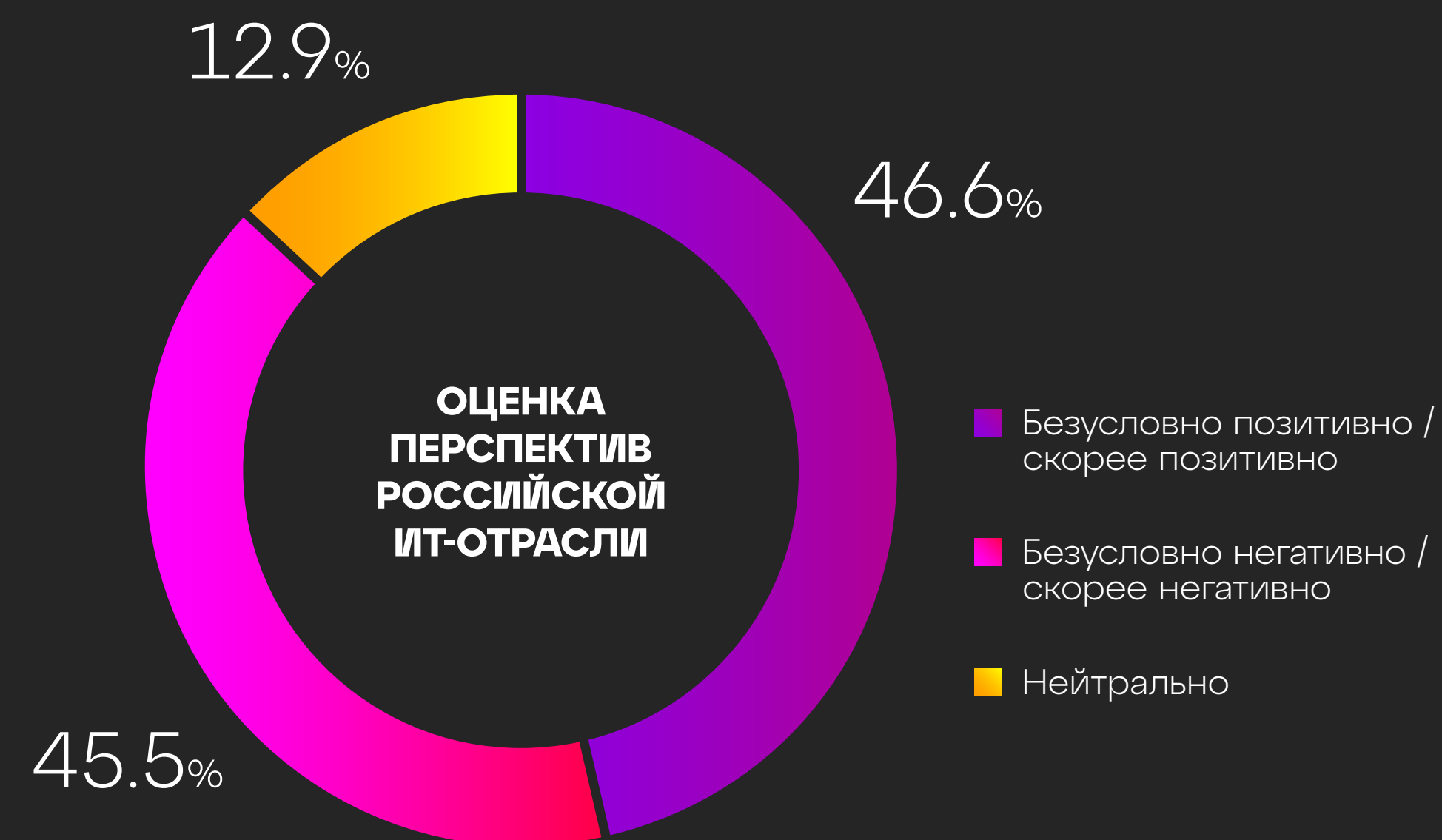
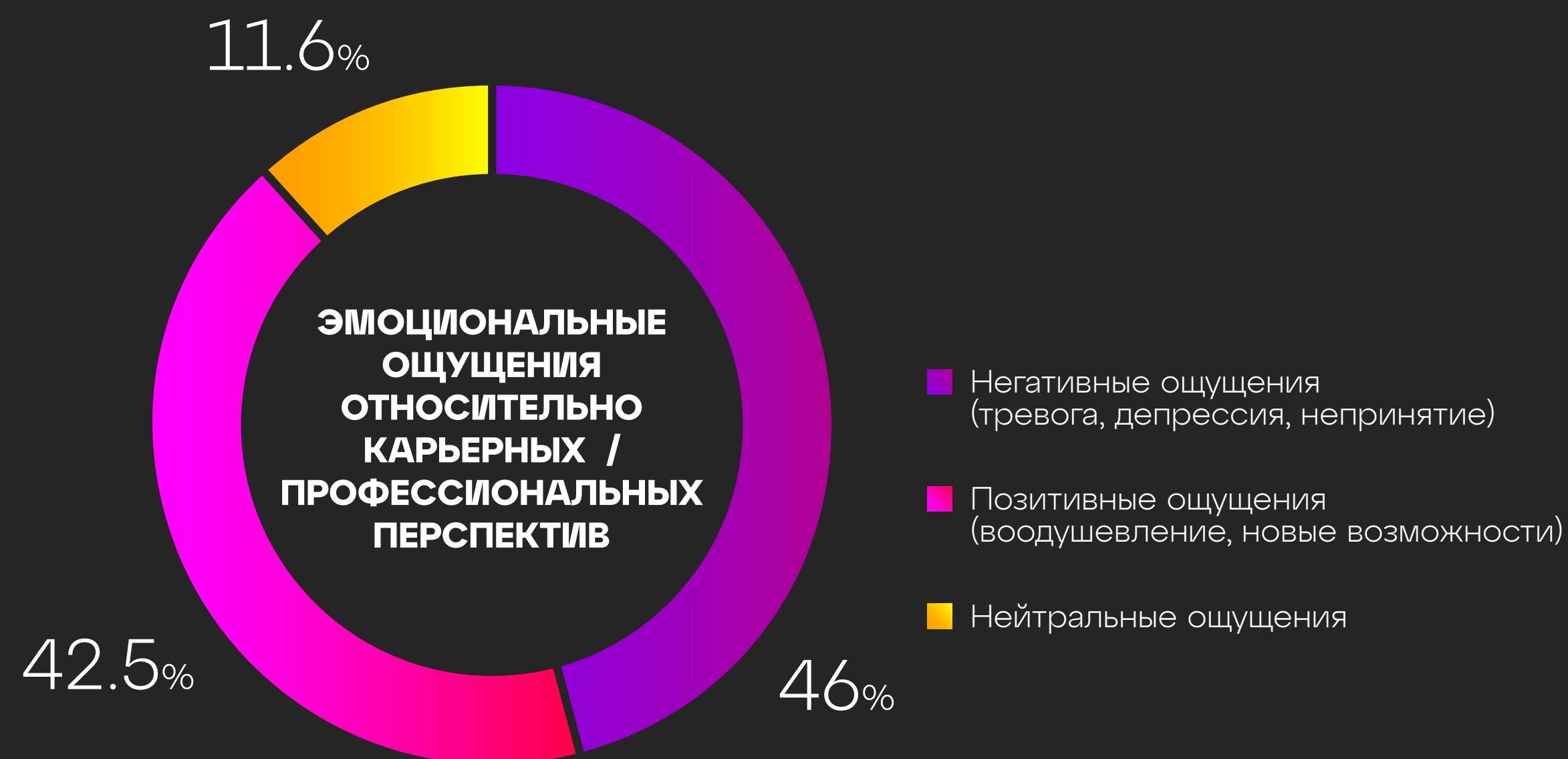
видят новые возможности

46.6%

ИТ-сотрудников уверены в успешном развитии отрасли

40.5%

ожидают ее спада



ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Исследование «Экономика Рунета» проводится на ежегодной основе с 2011 года.

Результаты исследования основаны на масштабном опросе представителей российской интернет-отрасли и анализе открытых источников, которые дополняются комментариями и прогнозами экспертов. Полученные данные собираются в подробный аналитический отчет, который презентуется РАЭК в рамках ежегодного Российского интернет-форума. Также данные исследования в значительной мере ложатся в основу ежегодного отраслевого доклада «Интернет в России», который РАЭК реализует при поддержке Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ.

ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ

- систематизация и обобщение данных о текущем состоянии экономики интернета в России;
- выявление тенденций и определение перспектив развития российского сегмента Сети;
- оценка уровня развития российского интернет-рынка на мировом фоне;
- влияние интернета на смежные отрасли;
- описание Экосистемы цифровой экономики (по методике Хабов, Срезов и Уровней) и ежегодные измерения ее основных составляющих.

История развития проекта

Вплоть до 2016 года носило название «Экономика Рунета». В 2016 году было принято решение о расширении сферы исследования и его названия исследования: «Экономика Рунета / Экосистема Цифровой экономики России». С этого момента был окончательно закреплен новый акцент исследования: изучение и описание влияния интернет-экономики на офлайн (связанные с интернетом рынки).

Была дана отраслевая формулировка «Цифровой экономики» (сумма тех рынков, где добавленная стоимость товаров и услуг создается с использованием цифровых / информационных технологий).

Также была разработана методика описания и измерения Экосистемы цифровой экономики (Хабы / Срезы / Уровни) и был дан старт ее ежегодному измерению.

Экосистема Цифровой экономики

2017 году Аналитическим отделом РАЭК был разработан собственный подход к описанию / измерению объемов Экосистемы Цифровой Экономики:

- Мы понимаем под Экосистемой Цифровой Экономики России все те сегменты рынка, где добавленная стоимость создается с помощью цифровых (информационных) технологий.
- Мы предлагаем рассмотрение Экосистемы через декомпозицию на 7 ХАБОВ (Государство и общество, Маркетинг и реклама, Финансы и торговля, Инфраструктура и связь Медиа и развлечения, Кибербезопасность, Образование и кадры)
- Каждый из Хабов может быть исследован по 10 СРЕЗАМ (Разработка и дизайн, Аналитика и данные, AI и Big Data, Hardware, Бизнес-Модели, Интернет Вещей, Mobile, Платформы, Регулирование, Стартапы и инвестиции).
- Участники Экосистемы, объединенные в ХАБЫ, могут быть рассмотрены с точки зрения УРОВНЯ (их 3) вовлеченности в Цифровую Экономику.

Методология исследования

Исследование реализуется аналитическим отделом РАЭК с максимальным подключением экспертного сообщества и ведущих игроков Рунета.

Ежегодные работы по проведению исследования «Экономика Рунета / Экосистема Цифровой Экономики России» включают в себя масштабные мероприятия с участием сотен отраслевых экспертов, а также аналитиков смежных отраслей, входящих в Экосистему Цифровой Экономики России.

Значительная часть экспертной работы реализуется в ходе крупнейших отраслевых мероприятий, проходящих под эгидой РАЭК. Автоматизация работы динамических экспертных групп и полевое исследование строятся на базе платформы RUNET-ID.