

**ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: АНАЛИЗ СТАТИСТИКИ ОБЪЕМОВ
ИНТЕРНЕТ-РЫНКОВ****Валентина Николаевна ЕДРОНОВА**

доктор экономических наук, профессор кафедры бухгалтерского учета,
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского (ННГУ),
Нижний Новгород, Российская Федерация
v.n.edronova@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-2694-4873>
SPIN-код: 2164-1066

История статьи:

Получена 03.06.2019
Получена в доработанном
виде 11.06.2019
Одобрена 21.06.2019
Доступна онлайн
30.09.2019

УДК 330.3

JEL: O11

Аннотация

Предмет. В цифровой экономике немаловажное место принадлежит интернет-рынкам, что обуславливает необходимость и актуальность их оценки по объемам, структуре и динамике, а также выявления перспектив развития в России и мире.

Цели. Комплексный статистический анализ объемов интернет-рынков в России, их развития, сложившихся трендов роста в сравнении с зарубежными странами.

Методология. Используются методы статистического анализа и обобщения материалов научных статей, нормативно-законодательных актов Российской Федерации, отчетов международных и российских организаций и аналитических центров, а также публикаций в СМИ, содержащих оценку цифровой экономики в целом и интернет-рынков в частности.

Результаты. Представлен обзор научной, законодательной и аналитической информации об интернет-рынках; сформированы аналитические таблицы, отражающие объемы и тренды развития интернет-экономики по отдельным сегментам и рынкам; дана обобщающая характеристика развития совокупности интернет-рынков в целом; проанализированы факторы, обуславливающие изменения в объеме, структуре и темпах роста интернет-рынков. Результаты исследования могут быть использованы при оценке интернет-рынков как составляющей цифровой экономики и представляют интерес для научных работников, магистрантов, аспирантов, область исследований которых связана с цифровой экономикой, в том числе с интернет-экономикой.

Выводы. В научной литературе анализируются отдельные интернет-рынки, комплексный анализ совокупности рынков в целом практически отсутствует. Фактические показатели развития интернет-рынков в России и за рубежом свидетельствуют о том, что российские интернет-рынки развиваются стремительными темпами, хотя и отстают по объемам от ряда стран. Наибольшие объемы имеют рынки электронной коммерции и платежных услуг, возрастает роль мобильных рынков. В перспективе наметившиеся тенденции сохранятся, чему способствует растущая цифровая грамотность российского населения, охват

Ключевые слова: цифровая экономика, интернет-рынки, россияне к цифровизации, заинтересованность предпринимателей в расширении статистический анализ деятельности, связанной с Интернетом.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2019

Для цитирования: Едронova В.Н. Цифровая экономика: анализ статистики объемов интернет-рынков // Экономический анализ: теория и практика. – 2019. – Т. 18, № 9. – С. 1596 – 1612.
<https://doi.org/10.24891/ea.18.9.1596>

В настоящее время интернет-технологии информационного общества Российской Федерации на 2017–2030 годы¹, программе

¹ О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы: Указ Президента РФ от 09.05.2017 № 203.

«Цифровая экономика Российской Федерации»², Указе Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»³. Роль интернет-технологий в социально-экономическом развитии страны, как отмечают многие ученые и практики, трудно переоценить. Так, К.А. Семячков отмечает, что Интернет влияет на разные отрасли деятельности: розничную торговлю, транспорт, энергетику, образование, здравоохранение, банковские услуги и др. Интернет вещей, большие данные, мобильные устройства трансформируют механизмы социального взаимодействия и экономические отношения, появляются новые способы взаимодействия хозяйствующих субъектов [1].

В составе цифровой экономики зарубежные и отечественные специалисты при оценке доли ЦЭ в валовом внутреннем продукте страны выделяют интернет-рынки. Большинство зарубежных экспертов, применяющих для расчета ВВП метод использования доходов, в частности, международная консалтинговая компания McKinsey, Бостонская консалтинговая группа (BCG), Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в составе конечного потребления домашних хозяйств учитывают следующие виды расходов: онлайн расходы (электронная коммерция, онлайн-туризм, игры, медиа, книги, музыка, фильмы), расходы на доступ в Интернет (затраты потребителей на фиксированный и мобильный доступ), затраты на устройства доступа (доля затрат на устройства для доступа – компьютеры, мобильные телефоны, роутеры).

Международная консалтинговая компания Deloitte при оценке ЦЭ использует производственный метод расчета ВВП, включая в валовую добавленную стоимость объемы электронной торговли, доходы интернет-провайдеров, поисковых систем, сервисов обработки и хранения данных, дилеров компьютерного оборудования,

ИТ-консультантов и распространителей программного обеспечения, новых медиа и вещателей, рекламных агентств и веб-разработчиков, государственных поставщиков услуг, связанных с сетью Интернет⁴. Отечественные специалисты под интернет-экономикой или экономикой рунета понимают экономическую деятельность компаний, осуществляемую с использованием российского сегмента сети Интернет, выделяя три сектора: информационно-коммуникационных технологий (инфраструктуры и ее обслуживания); компаний, ведущих бизнес исключительно в сети (розничная торговля, обработка данных, создание и использование баз данных и информационных ресурсов); компаний, сочетающих онлайн- и офлайн-бизнес⁵. Необходимость рассмотрения интернет-рынков в составе ЦЭ отмечают многие ученые, исследуя те или иные аспекты этого социально-экономического явления. Так, авторы работы [2] определяют цифровую экономику как деятельность, связанную с развитием цифровых компьютерных технологий, в которую входят сервисы по предоставлению онлайн-услуг, электронные платежи, интернет-торговля, интернет-банкинг, интернет-реклама. Развитие новых технологий привело к возникновению рынков сотовой связи, интернет-услуг, онлайн игровой индустрии⁶. Авторы работы [3] акцентируют внимание на том, что под воздействием Интернета возник устойчивый рост количества сделок. В перечисленных работах лишь указываются интернет-рынки, анализ их развития не производится. В ряде работ рассматривается становление, состояние и перспективы роста отдельных рынков. Немало статей посвящено обзору рынков интернет-торговли в России и за рубежом⁷ [4, 5].

⁴ Абдрахманова Г.И., Гохберг Л.М., Ковалева Г.Г. и др. Методологические рекомендации по исследованию структуры и размера интернет-экономики в России. М.: НИУ ВШЭ, 2016. 64 с.

⁵ Там же.

⁶ Мамедьяров З. Цифровая экономика и пути ее развития. URL: <https://www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&newsid=3957&type=news>

⁷ Седых И.А. Рынок интернет-торговли в РФ. URL: <https://dcenter.hse.ru/data/2017/03/10/1169536647/Рынок%20Интернет-торговли%20в%20РФ%202016.pdf>; Коршикова М.С. Современное состояние и перспективы развития электронной коммерции в России. URL: <https://nauchforum.ru/conf/economy/xiv/32264>

² Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации»: распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 № 1632-р.

³ О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации до 2024 года: Указ Президента РФ от 07.05.2017 № 204.

Влияние на экономику России платежных систем анализируется в работах Е.Г. Гущиной, Д.Д. Волковой⁸, специфика развития отечественных рынков интернет-рекламы и интернет-технологий маркетинга рассматривается А.Е. Коваленко [6], рынка облачных технологий – Р.О. Никаноровым, Т.С. Трубиновой, Е.А. Бежитской [7], интернет-услуг – К. Бойко-Романовским⁹, онлайн-видео – С. Орловым¹⁰, интернет-музыки – В. Алексеевым¹¹, контекстной рекламы – В.А. Панченко [8]. В то же время в отечественной литературе практически отсутствуют научные статьи, комплексно рассматривающие совокупность интернет-рынков в их разнообразии.

Развитие интернет-экономики исторически связано с возникновением интернет-торговли, или электронной коммерции. Рынок интернет-торговли, входящий в состав современной цифровой экономики, возник задолго до распространения ЦЭ как масштабного явления, охватывающего все стороны хозяйственной деятельности и общественной жизни. Торговля в сети началась в 1991 г., возможность заказа продукции онлайн, предоставила сеть ресторанов Pizza Hut. Первый интернет-магазин Amazon.com был открыт в 1995 г., его товарами были книги, аудио- и видеокассеты, компакт-диски. Одновременно с открытием Amazon.com был основан интернет-аукцион eBay. В январе 1997 г. на сайте eBay было зарегистрировано 2 млн сделок; компания, состоящая из 30 сотрудников, насчитывала около полумиллиона пользователей по всему миру. В 2004 г. сумма всех интернет-сделок составила 1 млн долл. Через год она исчислялась десятками миллионов, а еще

через год – несколькими сотнями миллиардов долларов¹².

В России первая попытка создания интернет-магазина также была предпринята в 1995 г. для торговли компакт-дисками, в 1996 г. был создан интернет-магазин, получивший в 1997 г. название books.ru, успешно функционирующий и в настоящее время. К 2008 г. в России насчитывалось около полутора тысяч интернет-магазинов. Последующие годы характеризовались стремительным ростом объемов электронной торговли, традиционный офлайн-бизнес начал перемещаться в Интернет, к 2010 г. объем рынка составил 176 млрд руб.¹³.

Системные данные о российских онлайн-рынках были подготовлены и впервые опубликованы в 2012 г. Аналитическим центром Российской ассоциации электротехнических компаний (РАЭК) совместно с Высшей школы экономики¹⁴ (государственными органами статистики сведения об объемах интернет-рынков не публиковались). В последующие годы доклады «Экономика рунета» (российского сегмента Интернета) публиковались ежегодно¹⁵. Исследования базируются на официальных статистических данных и мнениях экспертов, содержат отчетные данные за два последних года и прогноз на следующий год, а также экспертные мнения по состоянию и развитию интернет-экономики в целом и онлайн-рынков в частности. Следует согласиться с мнением авторов работы [9], что доклады РАЭК представляют единственные комплексные исследования, использующие оригинальную методологию. В отчетах содержится обширный материал по развитию интернет-рынков, что обуславливает интерес к ним со стороны государственных органов, представителей бизнеса, экспертов,

⁸ Гущина Е.Г., Волкова Д.Д. Платежные системы как неотъемлемая часть экономики страны. URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/265/14029/>

⁹ Бойко-Романовский К. Серьезные забавы: почему видеоигры становятся популярнее кино. URL: <https://www.forbes.ru/tehnologii/357631-sereznye-zabavy-pochemu-videoigry-stanovyatsya-populyarnее-kino>

¹⁰ Орлов С. Рынок онлайн-видео в России вырастет на 20%. URL: <https://www.computerra.ru/231580/rynok-onlajn-video-v-rossii-vyrastet-na-20/>

¹¹ Алексеев В. Музыкальная страна. Рынку стриминговых сервисов в России предсказали четырехкратный рост. URL: https://www.dp.ru/a/2019/05/17/Muzikalnaja_strana_Rinku

¹² Полухина Л. Эскурсы в историю: как зарождалась эра интернет-торговли. URL: <http://www.buhgalteria.ru/article/n133678>

¹³ 15 лет – «возраст» первого интернет-магазина в России. URL: <http://pro-books.ru/news/companynews/7784>

¹⁴ Экономика Рунета 2011–2012. URL: https://runet-id.com/images/content/page/special/research12/Runet_Economy_20112012.pdf

¹⁵ Архив (2011–2018). URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/>

аналитиков, инвесторов и бизнесменов, российских и зарубежных ученых.

Первое исследование относилось к 2010–2011 гг. и отражало данные по 11 интернет-рынкам¹⁶. В *табл. 1* представлены данные о структуре и динамике совокупности этих рынков. В 2010 г. суммарный объем всех рынков составлял 419,91 млрд руб. Наибольшую долю рынка занимали рынки электронной коммерции (платежи, ритейл, контент и игры) – около 88% (369 млрд руб.), в том числе электронные платежи – 29,7% (124,4 млрд руб.), розничная торговля (ритейл) – 56,8% (238 млрд руб.), контент и игры – 1,6% (6,54 млрд руб.). Менее одного процента суммарного объема были характерны для рынка видеорекламы – 0,1% (0,52 млн руб.); программного обеспечения как услуги (SAAS) – 0,3% (1,29 млн руб.); маркетинга на социальных платформах (SMM) – 0,5% (2,08 млн руб.).

В 2011 г. суммарный объем интернет-экономики возрос до 553,79 млрд руб., при этом увеличилась доля рынка электронных платежей (на 0,4%), медийной рекламы (на 0,2%); контекстной рекламы (на 0,6%). За год темп роста суммарного объема рынка составил 132,1%; все рынки показали прирост. Наибольший рост был на рынке видео- и контекстной рекламы (в 1,53 раза каждый рынок); существенно возрос объем рынка SAAS – в 1,46 раза, SMM – в 1,43 раза, медийной рекламы – в 1,41 раза.

В последующие периоды перечень рынков уточнялся, рынки объединялись в сегменты. Так, в отчете за 2012–2013 гг.¹⁷ количество рынков было увеличено до 16, они объединены в четыре группы: реклама и маркетинг (медийная, контекстная и видеореклама, поисковая оптимизация, маркетинг в социальных сетях, web-разработка); коммерция и платежи (онлайн-ритейл и онлайн-трэвел, продажа электронного контента – книг, видео, музыки,

электронные платежи); инфраструктура (домены, хостинг, SAAS); игры (цифровая доставка игровых приложений через Интернет, игры в социальных сетях и на мобильных платформах, продажа виртуальных товаров и сервисов внутри игровых приложений). В отчете за 2014–2015 гг.¹⁸ выделен сегмент «цифровой контент», объединивший рынки игр, музыки, книг и видео; сегмент «коммерция и платежи» переименован в электронную коммерцию. В отчете следующего года количество рынков возросло до 18 за счет выделения двух новых рынков – нативной рекламы, приобретающей характеристики площадки, где она размещена, и облачной инфраструктуры¹⁹. В отчете 2017 г.²⁰ осуществлено очередное уточнение состава и названия сегментов и рынков, сохраненных в основном в 2018 г.²¹. Отметим, что необходимость пересмотра состава сегментов и рынков интернет-экономики объективно обусловлена быстрым развитием, появлением новых видов деятельности, продуктов и услуг и, очевидно, будет сохраняться и в дальнейшем.

Структура и динамика интернет-экономики по рыночным сегментам в 2016–2018 гг. представлены в *табл. 2*. Выбор периода обусловлен тем, что аналитические данные за это время, как правило, отсутствуют в научных публикациях. Суммарные объемы сегментов составили: в 2016 г. 1 706 млрд руб., в 2017 г. – 2 109,5 млрд руб., в 2018 г. – 2 397,5 млрд руб. Наибольшие объемы были характерны для сегмента финансов и торговли (соответственно по годам – 1 375 млрд, 1 725 млрд и 1 953,4 млрд руб.). Второе место по объему охватываемых рынков занимал сегмент маркетинга и рекламы – 191 млрд, 224 млрд и 262,9 млрд руб. Объемы сегмента инфраструктуры и связи составляли 77 млрд, 90,5 млрд и 106,2 млрд руб. Наименьшие объемы были в сегменте медиа и развлечений – 63

¹⁶ Экономика Рунета 2011–2012. URL: https://runet-id.com/images/content/page/special/research12/Runet_Economy_20112012.pdf

¹⁷ Экономика Рунета 2012–2013. URL: <http://2013.russianinternetweek.ru/upload/files/riw13-research-economics-2012-2013.pdf>

¹⁸ Экономика Рунета 2014–2015. URL: <https://raec.ru/upload/files/er15.pdf>

¹⁹ Экономика Рунета 2015–2016. URL: <https://runet-id.com/event/presentation-research2016>

²⁰ Экономика Рунета 2016–2017. URL: <https://raec.ru/live/raec-news/10096/>

²¹ Экономика Рунета 2017–2018. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/>

млрд, 70 млрд и 75 млрд руб. Структура совокупности интернет-рынков в этот период оставалась достаточно стабильной: на долю финансов и торговли приходилось свыше 80% суммарного объема рынка, маркетинга и рекламы – около 11%, инфраструктуры и связи – свыше 4%, медиа и развлечений – от 3 до 4%.

В 2017 г. по сравнению с 2016 г. объем всех сегментов рынка увеличился на 403,5 млрд руб. (23,7%), в том числе по сектору маркетинга и рекламы – на 33 млрд руб. (17,3%), финансов и торговли – на 350 млрд руб. (25,5%), инфраструктуры и связи – на 13,5 млрд руб. (17,5%), медиа и развлечений – на 7 млрд руб. (11,1%). В 2018 г. по сравнению с предыдущим годом общий объем рынка возрос на 288 млрд руб., в том числе по сегментам рост составил: маркетинг и реклама – 38,9 млрд руб. (17,4%), финансы и торговля – 228,4 млрд руб. (13,2%), инфраструктура и связь – 15,7 млрд руб. (17,4%), медиа и развлечения – 5 млрд руб. (7,1%). Наибольший рост объема рынка наблюдался в сегменте финансов и торговли в 2017 г., наименьший – в сегменте медиа и развлечений в 2018 г. По рынкам в целом и отдельным сегментам динамика положительная, в то же время в 2018 г. по сравнению с предшествующим годом темп роста несколько замедлился в целом по всем сегментам (113,7 против 123,7%) и по следующим сегментам: финансам и торговле (113,2 против 125,5%), инфраструктуре и связи (117,4 против 117,5%), медиа и развлечениям (107,1 против 111,1%). В сегменте маркетинга и рекламы темп роста незначительно увеличился – со 117,3 до 117,4%.

Самый крупный сегмент «финансы и торговля» включает три рынка, использующие интернет как платформу для продажи товаров и услуг: онлайн-ритейл, онлайн-трэвел и продажу услуг через Интернет (табл. 3). Наибольшую долю сегмента (свыше 50%) в 2016–2018 гг. занимал онлайн-ритейл, то есть торговля, организованная при помощи интернет-магазинов. Около трети сегмента приходилось на онлайн-трэвел – продажу авиа- и железнодорожных билетов, туров, бронирование гостиниц и дополнительные услуги. От 12 до 13% занимал рынок

интернет-услуг – транспортных услуг, доставки готовой еды, приобретения билетов на мероприятия, профессиональных и бытовых услуг. В 2018 г. из 255 млрд руб. рынка услуг 148,6 млрд руб. (58,3%) приходилось на транспортные услуги и доставку готовой еды, 95,4 млрд (37,4%) – на приобретение билетов на мероприятия, 11 млрд (4,3%) – на заказ профессиональных и бытовых услуг.

Все рынки сегмента в 2017 г. по сравнению с 2016 г. показали высокие темпы прироста объемов – на уровне 21–28%. Объем онлайн-ритейла увеличился с 706 млрд до 901 млрд руб., онлайн-трэвел – с 500 млрд до 620 млрд руб., рынка услуг – со 169 млрд до 215 млрд руб. В 2018 г. объемы продаж на всех электронных рынках продолжали увеличиваться: онлайн-ритейл – на 126,8 млрд руб. (14%), онлайн-трэвел – на 50,6 млрд руб. (8%), услуги – 51 млрд руб. (25%). В 2018 г. темп роста объема рынка по сравнению с предыдущим годом замедлился по онлайн-ритейлу (114 против 128%) и онлайн-трэвел (108 против 124%) и только по рынку услуг возрос (125 против 121%).

Рост объема продаж и высокие темпы роста связаны с повышением доверия россиян к электронной торговле, увеличением количества заказов через Интернет, мобильных платформ, интернет-магазинов, пользователей Интернета. В настоящее время в России насчитывается 90 млн пользователей, что является самым большим показателем в Европе. Свыше 75% россиян имеют доступ в Интернет, при помощи смартфонов в сеть выходят около 60% пользователей. Средний чек покупки россиянина через Интернет составляет свыше 7 тыс. руб. (104 долл.), что сопоставимо с Германией (106 долл.), в 1,5 раза больше, чем в Италии (68 долл.), в 2 раза – чем в Чехии (52 долл.), в 3 раза – чем в Венгрии (32 долл.). Самыми распространенными товарами, покупаемым в Интернете, являются одежда и обувь, бытовая техника, электроника, книги²². В то же время замедление темпов роста в 2018 г. по

²² Интернет-торговля (рынок России). URL: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-торговля_\(рынок_России\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-торговля_(рынок_России))

некоторым рынкам объясняется снижением покупательной способности населения и, как следствие, уменьшением среднего размера покупки. Ускорение роста рынка услуг (на 25% в 2018 г. против 21% в 2017 г.) связано с расширением ассортимента услуг, заказываемых в электронном формате.

Большие объемы рынков электронной торговли и высокие темпы их роста характерны для многих стран. Крупнейшим рынком электронной коммерции (свыше 560 млрд долл.) является Китай, где в 2015 г. треть покупок осуществлялась с планшетов и смартфонов, 67% – со стационарных компьютеров. Большой объем рынка в первую очередь обусловлен высокой численностью населения, следовательно, и интернет-пользователей (свыше 600 млн чел.). В США объем рынка электронной коммерции в 2015 г. составлял около 350 млрд долл., число онлайн-покупателей – 190 млн чел., более половины американских магазинов работают в режиме онлайн. Третье место по объему рынка электронной торговли (94 млрд долл.) занимает Великобритания, ее интернет-рынок составляет 30% экономики страны. Немного меньше объем рынка в Японии – около 80 млрд долл., почти все интернет-пользователи (80% населения) совершают покупки в онлайн-магазинах. В Германии объем рынка в 2015 г. составлял 75 млрд долл., во Франции – 45 млрд долл., Южной Кореи – 37 млрд долл., Канаде – около 30 млрд долл. Россия в 2015 г. по объему рынка торговли через Интернет занимала 9-е место (более 20 млрд долл.). В Интернете в 2015 г. покупки совершали свыше 13% россиян, 80% из них – со стационарных компьютеров²³.

Мировая индустрия электронной торговли развивается быстрыми темпами во многих странах, ее годовой оборот в мире составляет более триллиона долларов и продолжает увеличиваться. Средние темпы роста общемирового рынка электронной коммерции в 2015–2016 гг. оценивались в 17%, средняя доля электронной коммерции в общем объеме

розничного оборота составляла 6%, (в России – 2,5%)²⁴. По данным Бюро переписи населения США, в 2017 г. доля электронной торговли составила 9,1% от общего объема потребительских продаж и за 10 лет увеличилась на 5,6%. В России в 2017 г. удельный вес электронной коммерции в обороте всей розничной торговли составлял 3,9%²⁵.

Наряду с рынками сегмента финансов и торговли, но отдельно от них, аналитиками РАЭК оценен рынок электронных платежных услуг: прием к оплате платежных карт, электронные платежи через компьютер или мобильное устройство. Объем сектора составлял в 2016 г. 686 млрд руб., в 2017 г. – 816,3 млрд руб., в 2018 г. – 1 125 млрд руб. Для этого сектора увеличение темпов прироста объема составило в 2017 г. 19%, в 2018 г. – 37,7%²⁶, что связано с развитием рынка мобильных приложений, переходом бизнеса на онлайн-кассы, появлением новых онлайн-услуг (заказ такси, еды, билетов на мероприятия).

В 2017 г. 91,5% пользователей Интернета в России осуществляли онлайн-платежи. Чаще всего для платежей использовался интернет-банкинг (83% пользователей платят хотя бы раз в год), банковские карты (82,8%) и электронные деньги (66,3%). Самый популярный способ оплаты – «Сбербанк Онлайн», далее идут банковские карты и «Яндекс.Деньги». С компьютеров и ноутбуков оплату производили 85,7% пользователей, со смартфонов – 68,3%. Доля платежей через смартфоны быстро растет, в 2017 г. по сравнению с 2016 г. активнее осуществлялся перевод денежных средств (на 8,6% больше пользователей), оплаты по штрафам ГИБДД и налогам (5,8%) и за ЖКУ (5,3%). При этом сотовая связь и заказы из интернет-магазинов по-прежнему были самыми популярными

²³ ТОП-10 eCommerce рынков мира: мировые продажи, тренды и статистика. URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/top-10-ecommerce-rynkov-mira-mirovyeh-prodazhi-trendy-statistika/>

²⁴ Тренды мирового рынка электронной коммерции. URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/59ad602e7ddde8d34934aafd/trendy-mirovogo-rynka-elektronnoi-kommercii-v-2018-godu-59ad60829d5cb3634e168ba6>

²⁵ Какой станет электронная коммерция в 2018 году и далее? URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/kakoy-stanet-elektronnaya-kommerciya-v-2018-godu-i-dalee/>

²⁶ Экономика Рунета 2017–2018. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/>

онлайн-платежами как с компьютеров и планшетов, так и с мобильных устройств²⁷.

Второе место по объему интернет-услуг занимает сегмент маркетинга и рекламы. Он объединяет следующие рынки: контекстной рекламы (подстраиваемой под содержание страницы и предпочтений пользователя), контент-маркетинга и маркетинга в соцсетях (для целевой аудитории в виде статей, инфографики, видео, аудио), web-рекламы (услуг по разработке web-сайтов), медийной рекламы (сочетание текстовой, аудио- и визуальной); видеорекламы (в онлайн-кинотеатрах, хранилищах видео) (табл. 4).

В этом сегменте наибольшим по объему рынком с последовательным повышением доли являлся рынок контекстной рекламы: в 2017 г. – 165,4 млрд руб. (62,9%). Значительные объемы контекстной рекламы и рост доли этого рынка объясняются его широкими возможностями для персонализации и адаптации к различным видам маркетинговых исследований, появлением новых форматов, например, рекламы по аудиторным сегментам, а не ключевым словам, ростом мобильного трафика, развитием голосового и визуального поиска. Объем рынка контент-маркетинга последовательно повышался, а удельный вес в сегменте колебался: 22,2 млрд руб. (11,6%) в 2016 г., 24 млрд руб. (10,7%) в 2017 г. Объем рынка web-рекламы находился в пределах от 26,4 млрд до 30,3 млрд руб., доля этого рынка в 2016–2018 гг. последовательно сокращалась и составляла 13,8; 12,5 и 11,5%. Объем медийной рекламы вырос с 21,5 млрд до 26,7 млрд руб. с последовательным уменьшением доли рынка с 11,3 до 10,2%. Снижение долей рынков объясняется активной конкурентной позицией других рынков. Наименьший удельный вес (5–10%) приходился на рынок видеорекламы, однако данный показатель постепенно растет вследствие увеличения времени просмотров видеопользователями.

Все рынки сегмента рекламы и торговли показывают устойчивую тенденцию роста

объемов. В 2017 г. наибольший прирост наблюдался по видеорекламе (45,5%) и контекстной рекламе (21,3%), наименьший – по web-рекламе (6,4%) и контент-маркетингу (8,1%). В абсолютном выражении максимально возрос рынок контекстной рекламы – на 24,6 млрд руб. В 2018 г. ситуация несколько изменилась: максимальный прирост показал рынок контент-маркетинга (27,1%) и видеорекламы (25%), рынок web-рекламы, как и в предыдущем году, показал наименьший прирост (7,8%). В абсолютном выражении наибольший прирост по-прежнему у контекстной рекламы (25,4 млрд руб.), минимальный – у видеорекламы (2 млрд руб.). Темпы роста объема рынка ускорились по контент-маркетингу, web-рекламе и медийной рекламе, замедлились – по контекстной и видеорекламе.

В 2017 г. интернет-реклама составляла 40% рекламного рынка России [10], при этом самой эффективной рекламой специалисты считают нативную рекламу, формат которой близок к естественному наполнению сайта, и полагают, что в 2021 г. 74% выручки от рекламы составят нативные размещения²⁸. Расходы на мировую рекламу в digital вырастут на 12% в 2019 г., достигнув 254 млрд долл. и впервые превысят отметку в 40% от мировой доли размещения²⁹. Быстрое развитие интернет-маркетинга и рекламы объясняется огромной аудиторией, возможностью реализации на площадках Интернета различных видов рекламы и комплексной ее подачи, растущей популярностью просмотра рекламы на смартфонах.

Наименьшую долю по объему в совокупности интернет-рынков занимают сегменты инфраструктуры и связи, а также медиа и развлечений. Структура сегментов по доле входящих в них рынков представлена в табл. 5.

В сегменте инфраструктуры и связи в 2016–2018 гг. около 80% (от 59,9 млрд руб. в 2016 г.

²⁷ Эксперты назвали самые популярные способы оплаты в интернете у россиян. URL: РБК: https://www.rbc.ru/technology_and_media/15/05/2017/5915b8779a79474489586347

²⁸ Эволюция без революции: пять трендов в цифровой рекламе. URL: <http://www.advertology.ru/article145336.htm>

²⁹ Глобальные тренды. URL: <https://www.cossa.ru/news/228794/>

до 82,7 млрд руб. в 2018 г.) занимал рынок облачного хостинга (покупка и оплата ресурсов нескольких серверов без лимита ресурсов) с сокращением доли в 2017 г. на 0,3% и увеличением в 2018 г. на 0,4%. От 10 до 12% (8,2–12,8 млрд руб.) сегмента приходилось на рынок SAAS (использование программного обеспечения поставщика web-приложений) с ежегодным увеличением доли рынка на 0,5%. Меньшую долю (7–8%) занимал рынок обычного хостинга, предоставляющий услуги для размещения и хранения информации на сервере, постоянно находящемся в Интернете, объем этого рынка составил 6–7,4 млрд руб. В 2017 г. доля рынка обычного хостинга уменьшилась на 0,4%, в 2018 г. – на 9,5%. Удельный вес рынка доменов (предоставления доменных имен в Интернете) составляла 3,1–3,8% с тенденцией сокращения в 2017 г. на 0,3%, в 2018 г. – на 0,4%.

Наибольшие темпы роста в сегменте инфраструктуры и связи показали рынки SAAS (128,1% в 2017 г. и 121,9% в 2018 г.) и облачного хостинга (117% в 2017 г. и 118% в 2018 г.). В 2017 г. рынок SAAS увеличился на 2,3 млрд руб., облачного хостинга – на 10,2 млрд руб., в 2018 г. рост составил соответственно 2,3 и 12,6 млрд руб.

Факторами расширения использования облачного хостинга российскими предприятиями выступают возможность сократить издержки, ускорить вывод на рынок новых продуктов и опередить конкурентов при быстрых изменениях, характерных для цифровой экономики; государственные инициативы, предполагающие превращение России в мирового лидера в области экспорта услуг по хранению и обработке данных на базе центров обработки данных (ЦОД); развитие законодательной базы.

Росту доверия к облачному сервису способствовало, в частности, принятие Федерального закона от 12.07.2017 № 187-ФЗ «О безопасности критической информационной инфраструктуры Российской Федерации». В паспорте национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» было запланировано создать в

2018 г. в федеральных округах два опорных центра обработки данных, а в каждом последующем году их количество будет увеличиваться на единицу; в 2024 г. таким образом каждый федеральный округ будет иметь свой ЦОД.

В 2018 г. крупнейшим поставщиком услуг ЦОД являлся Ростелеком, в эксплуатацию было введено 5,87 тыс. стойко-мест³⁰ (стандартных шкафов с определенными техническими параметрами) на площадях 12,5 тыс. м². Эта национальная облачная платформа представляет комплекс интегрированных информационных систем, предназначенных для предоставления органам исполнительной власти различного уровня, коммерческим организациям и физическим лицам услуг по модели облачных вычислений. В рамках системы работают сервисы в сфере здравоохранения, образования, безопасности, жилищно-коммунального хозяйства, имущественных и земельных отношений. Для предприятий малого и среднего бизнеса созданы сервисы для организации работы офиса, управления взаимоотношениями с клиентами, учета торговых и производственных операций³¹.

Объем российского облачного рынка пока невелик, он составляет менее 1% от мирового, объем которого приближается к 400 млрд долл. В то же время спрос на облачные модели растет в связи с увеличением объемов корпоративных данных, новыми законами и инициативами государства. Организации предпринимательского сектора используют «облако» для размещения электронной почты, доступа к программному обеспечению провайдеров, размещения баз данных и хранения файлов. Эксперты полагают, что на мировом рынке облачных сервисов к 2023 г. доля РФ может достичь 3%³².

В сегменте медиа и развлечений наибольшим по объему является рынок игр, объем которого

³⁰ Облачные сервисы 2018.

URL: <http://www.cnews.ru/reviews/cloud2018>

³¹ Национальная облачная платформа.

URL: <https://www.company.ru/projects/o7/>

³² Облака и страны: национальные особенности облачного рынка. URL: <https://habr.com/ru/company/ruvds/blog/438408/>

за три года увеличился с 53,2 млрд до 62 млрд руб., в то же время доля рынка последовательно сокращалась: 2016 г. – 84,4%, 2017 г. – 84,3%, 2018 г. – 82,7%. Второе место по объему занимает рынок онлайн-видео с последовательным ростом от 4,7 млрд до 5,8 млрд руб., доля этого рынка варьировалась: в 2016 г. – 7,5%, в 2017 г. – 7,1%, в 2018 г. – 7,7%. Рынки онлайн-музыки и электронных книг невелики – 3–4 млрд руб. в год с долей 4–5%. Динамика всех рынков сегмента положительная, наибольшие темпы роста демонстрировал рынок книг: в 2017 г. – 130,4%; в 2018 г. – 123,3% со стабильным ежегодным приростом в 0,7 млрд руб. В 2018 г. замедлился темп роста рынка игр на 5,8%, по остальным рынкам темпы ускорились и составили 106–107% в 2017 г. и 116–117% в 2018 г.

На мировом рынке медиа и развлечений преобладающую долю также занимает игровой рынок, объем которого в 2018 г. составил около 70 млрд долл. Около половины мирового рынка приходится на Азиатско-Тихоокеанский регион³³.

В табл. 6 представлена обобщающая характеристика совокупности интернет-рынков по объему, доле рынка в суммарном объеме всех рынков, темпу роста в 2018 к 2010 г. и среднегодовому темпу роста за 2010–2018 гг. Перечень рынков в 2018 г. по сравнению с 2019 г. значительно расширился, появились такие рынки, как онлайн-трэвел, услуги в Интернете, облачный хостинг, онлайн-видео, онлайн-музыка, электронные книги. Если в 2010 г. наибольший удельный вес в суммарном объеме рынков занимал рынок онлайн-трэвел (56,8%, или 238 млрд руб.), то в 2018 г. – рынок электронных платежных систем (31,9%, или 1 125 млн руб.). Рынок электронной коммерции сохранил свои позиции с долей 29,2% (1 027,8 млрд руб.).

Третье место по доле рынка в 2018 г. занимал рынок онлайн-трэвел (19%, или 670,6 млрд руб.) На долю услуг в Интернете приходилось

7,2%, или 255 млрд руб., контекстной рекламы – 4,7% (165,4 млрд руб.), облачного хостинга – 2,4% (82,7 млрд руб.), игр – 1,8% (62 млрд руб.). По сравнению с 2010 г. возросла доля рынка электронных платежных услуг (на 2,2%), контекстной рекламы (на 0,9%), контент-маркетинга (на 0,4%), игр и видеорекламы (на 0,2%). Доля остальных рынков в 2018 г. не превышала 1%, самый маленький удельный вес в суммарном объеме рынков был у рынков онлайн-музыки, доменов, электронных книг (по 0,1%), а также у обычного хостинга и онлайн-видео (по 0,2%). За 2010–2018 гг. сократилась доля онлайн-ритейла – на 27,6% и обычного хостинга – на 0,8%.

За рассматриваемый период суммарный объем рынков возрос в 8,4 раза (с 418,91 млрд до 3 522,5 млрд руб.). Объем рынка видеорекламы увеличился в 19,2 раза (с 0,52 млрд до 10 млрд руб.), контент-маркетинга – в 14,7 раза (с 2,08 млрд до 30,5 млрд руб.), контекстной рекламы – в 10,4 раза (с 15,84 млрд до 165,4 млрд руб.), рынка SAAS – в 9,9 раза (с 1,29 млрд до 12,8 млрд руб.), электронных платежных услуг – в 9 раз (с 124,4 млрд до 1 125 млрд руб.), онлайн-ритейла в 4,3 раза (с 238 млрд до 1 027,8 млрд руб.). Объемы остальных рынков увеличились примерно в 2 раза. Среднегодовой темп прироста за рассматриваемый период по всем рынкам составил 31%, в том числе рынка контент-маркетинга – 49%, видеорекламы – 45%, контекстной рекламы – 34%, SAAS – 33%, электронных платежных рынков – 32%, онлайн-ритейла – 20%. По остальным рынкам темпы роста составляли от 107 до 112% в год.

Важнейшим фактором, способствующим росту объемов интернет-рынков, выступает бурное развитие мобильной экономики (доступа в Интернет со смартфонов и планшетов посредством мобильных приложений). Ежегодно увеличивается частота использования Интернета и время, проводимое пользователями в сети. Все больше населения пользуется мобильными устройствами. В 2017 г. аудитория Интернета на мобильных устройствах в России впервые обогнала аудиторию на стационарных

³³ Загоренко В. Объем игрового рынка в России составит \$ 1,7 млрд в 2018 году. URL: <https://adindex.ru/news/tendencies/2018/06/21/172263.shtml>

компьютерах, и этот тренд сохраняется в настоящее время. В 2017 г. доля пользователей мобильных устройств для выхода в Интернет составляла 56%, стационарных компьютеров – 52%, смарт-ТВ – 10%. В 2018 г. удельный вес пользователей, использующих для выхода в Интернет мобильные устройства, увеличился до 61% (из них 24,3 млн чел. пользовались только мобильными устройствами); доля пользователей, выходящих в сеть со стационарных компьютеров, сократилась до 51% (из них 13,9 млн чел. использовали для выхода в сеть только компьютер)³⁴.

В 2017 г. эксперты РАЭК совместно с международным исследовательским агентством OC&C Consulting при поддержке Google и ряда игроков рунета провели исследование для анализа влияния мобильной инфраструктуры на экономику России³⁵. Авторы исследования оценили прямой вклад мобильной экономики (прибыль от производства и продажи устройств и оборудования, расходы на использование мобильных телефонов, инвестиции в инфраструктуру, мобильные приложения и их разработку, объемы коммерции и мобильной рекламы) в ВВП в 2016 г. в 1,72% и сделали вывод, что дальнейшее увеличение прибыли ожидается от элементов семейства контента, в особенности от мобильной коммерции и рекламы, разработчиков приложений.

Кроме прямого воздействия на экономику отмечено и косвенное влияние мобильной экономики, распространяющееся за пределы сферы деятельности фирм, занимающихся мобильными технологиями. Субъекты малого и среднего бизнеса (МСБ) получают доступ к дополнительному числу потребителей благодаря организованным платформам услуг для МСБ (водителей такси, работников ресторанов, бутиков); вклад малого бизнеса в 2016 г. составлял 0,54% ВВП. Косвенное влияние мобильной экономики на все сферы деятельности оценено в 1,76 трлн руб. (2,07% от объема ВВП в 2016 г.), что превышает

прямое влияние. С учетом прямого и косвенного влияния мобильной экономики суммарная доля от ВВП составила 3,8% (48,2 млрд долл.). В 2016 г. мобильная экономика занимала 11-е место среди видов экономической деятельности в России и по доле в ВВП была сравнима со здравоохранением и социальными услугами (3,8%) и опережала такие отрасли, как электроэнергия, газо- и водоснабжение (3,1%); образование (2,6%); прочие услуги (1,7%); гостиницы и общественное питание (0,8%). Эксперты РАЭК полагают, что при среднегодовом темпе прироста мобильной экономики 10,7% в 2021 г. ее доля составит 4,7%, при этом большая часть роста будет обеспечена косвенным вкладом, то есть предприятиями, развивающимися благодаря наличию мобильных технологий.

В абсолютном выражении мобильная экономика России больше, чем во многих других странах: в 2016 г. она равнялась всему ВВП Беларуси, 15% ВВП Израиля и превышала ВВП 107 стран. Эксперты РАЭК полагают, что в перспективе ожидается опережающий по сравнению с другими странами рост косвенного вклада мобильной экономики на уровне 35% в год (в США – 25%, в Китае – 31%). Быстрому росту способствует высокая цифровая и мобильная грамотность российских потребителей; рост числа организаций, применяющих инновационные технологии (например, использование мобильных терминалов и инфраструктуры для совершения платежей); разработка мобильных приложений. Рост объема мобильных продаж связан также с ростом доверия к электронной торговле, увеличением количества заказов через Интернет, мобильных платформ, интернет-магазинов, числа пользователей сети.

Комплексный анализ интернет-рынков России позволил сделать следующие выводы. Интернет-рынки – неотъемлемая составляющая цифровой экономики, активно развивающаяся во всех странах, в том числе и в России. В настоящее время интернет-экономика охватывает полтора десятка российских рынков, базирующихся на

³⁴ Экономика Рунета 2017–2018.

URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/>

³⁵ Мобильная экономика России 2017.

URL: http://mobile2017.raec.ru/assets/raec_a4_mobileeconomica_a4_preview.pdf

использовании интернет-технологий, электронных платежных услуг. Все интернет-рынки имеют положительный тренд развития, объединенных в четыре сегмента, наиболее быстрой темпами растут объемы рынка контент-маркетинга, видеорекламы, SAAS, электронных платежных услуг. Все большую роль в приросте ВВП играет занимает рынок интернет-торговли и мобильная экономика.

Таблица 1**Структура и динамика рынков интернет-экономики в 2010–2011 гг.****Table 1****The structure and behavior of Internet markets in 2010–2011**

Рынок	Объем рынка, млрд руб.		Доля рынка, %		Темп роста, %
	2010	2011	2010	2011	
SAAS	1,29	1,89	0,3	0,3	146
Электронная коммерция – платежи	124,4	166,7	29,7	30,1	134
Электронная коммерция – ритейл	238	309,4	56,8	55,9	130
Электронная коммерция – контент и игры	6,54	8,24	1,6	1,5	126
Поисковая оптимизация	7,25	8,56	1,7	1,5	118
SMM	2,08	2,98	0,5	0,5	143
Видеореклама	0,52	0,8	0,1	0,1	153
Медийная реклама	11,23	15,83	2,7	2,9	141
Контекстная реклама	15,84	24,24	3,8	4,4	153
Web-разработка	7,5	9,83	1,8	1,8	131
Хостинг и домены	4,26	5,32	1	1	124
Всего интернет-экономика	418,91	553,79	100	100	132

Источник: Исследование «Экономики Рунета 2011–2012».

URL: https://runet-id.com/images/content/page/special/research12/Runet_Economy_20112012.pdf

Source: *Issledovanie Ekonomiki Runeta 2011–2012* [A Research into the Economy of Runet 2011–2012: The economy of Internet services and content markets in Russia in 2011 and 2012].

URL: https://runet-id.com/images/content/page/special/research12/Runet_Economy_20112012.pdf (In Russ.)

Таблица 2**Структура и динамика совокупности интернет-рынков по доле рыночных сегментов в 2016–2018 гг.****Table 2****The structure and behavior of Internet markets by share of market segments in 2016–2018**

Сегмент	Объем рынка, млрд руб.			Доля сегмента, %			К предыдущему году, %	
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2017	2018
Маркетинг и реклама	191	224	262,9	11,2	10,6	11	117,3	117,4
Финансы и торговля	1 375	1 725	1 953,4	80,6	81,8	81,5	125,5	113,2
Инфраструктура и связь	77	90,5	106,2	4,5	4,3	4,4	117,5	117,4
Медиа и развлечения	63	70	75	3,7	3,3	3,1	111,1	107,1
Всего...	1 706	2 109,5	2 397,5	100	100	100	123,7	113,7

Источник: Экономика Рунета 2017. URL: https://raec.ru/upload/files/de-itogi_booklet.pdf; Экономика Рунета 2018. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/>

Source: [The Economy of Runet 2017]. URL: https://raec.ru/upload/files/de-itogi_booklet.pdf; [The Economy of Runet 2018]. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/> (In Russ.)

Таблица 3**Структура и динамика сегмента финансов и торговли по доле рынков в 2016–2018 гг.****Table 3****The structure and behavior of finance and trade segments by market share in 2016–2018**

Рынок	Объем рынка, млрд руб.			Доля рынка в сегменте, %			К предыдущему году, %	
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2017	2018
Онлайн-ритейл	706	901	1 027,8	51,3	52,3	52,6	128	114
Онлайн-трэвел	500	620	670,6	36,4	35,9	34,3	124	108
Услуги в Интернете	169	204	255	12,3	11,8	13,1	121	125
Всего по сегменту	1 375	1 725	1 953,4	100	100	100	125,5	113,2

Источник: Экономика Рунета 2017. URL: https://raec.ru/upload/files/de-itogi_booklet.pdf; Экономика Рунета 2018. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/>

Source: [The Economy of Runet 2017]. URL: https://raec.ru/upload/files/de-itogi_booklet.pdf; [The Economy of Runet 2018]. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/> (In Russ.)

Таблица 4**Структура и динамика сегмента маркетинга и рекламы по доле рынков в 2016–2018 гг.****Table 4****The structure and behavior of marketing and advertisement segments by market share in 2016–2018**

Рынок	Объем рынка, млрд руб.			Доля в сегменте, %			К предыдущему году, %	
	2016	2017	2018	2018	2017	2018	2017	2018
Контекстная реклама	115,4	140	165,4	60,4	62,5	62,9	121,3	118,1
Контент-маркетинг	22,2	24	30,5	11,6	10,7	11,6	108,1	127,1
Web-реклама	26,4	28,1	30,3	13,8	12,5	11,5	106,4	107,8
Медийная реклама	21,5	23,9	26,7	11,3	10,7	10,2	111,2	111,7
Видеореклама	5,5	8	10	2,9	3,6	3,8	145,5	125
Всего по сегменту	191	224	262,9	100	100	100	117,3	117,4

Источник: Экономика Рунета 2017. URL: https://raec.ru/upload/files/de-itogi_booklet.pdf; Экономика Рунета 2018. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/>

Source: [The Economy of Runet 2017]. URL: https://raec.ru/upload/files/de-itogi_booklet.pdf; [The Economy of Runet 2018]. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/> (In Russ.)

Таблица 5**Структура и динамика сегмента инфраструктуры и связи и сегмента медиа и развлечений по доле рынка в 2016–2018 гг.****Table 5****The structure and behavior of infrastructure and communications segments and media and entertainment segments by market share in 2016–2018**

Сегмент / рынок	Объем рынка, млрд руб.			Доля рынка в сегменте, %			К предыдущему году, %	
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2017	2018
Инфраструктура и связь, всего	77	90,5	106,2	100	100	100	117,5	117,4
В том числе:								
– рынки доменов	2,9	3,2	3,3	3,8	3,5	3,1	110,3	103,1
– рынки хостинга (кроме облачного)	6	6,7	7,4	7,8	7,4	6,9	111,7	110,4
– рынки SAAS	8,2	10,5	12,8	10,6	11,6	12,1	128,1	121,9
– рынки облачного хостинга	59,9	70,1	82,7	77,8	77,5	77,9	117	118
Медиа и развлечения, всего	63	70	75	100	100	100	111,1	107,1
В том числе:								
– рынки онлайн-видео	4,7	5	5,8	7,5	7,1	7,7	106,4	116
– рынки онлайн-музыки	2,8	3	3,5	4,4	4,3	4,7	107,1	116,7
– рынки игр	53,2	59	62	84,4	84,3	82,7	110,9	105,1
– рынки электронных книг	2,3	3	3,7	3,7	4,3	4,9	130,4	123,3

Источник: Экономика Рунета 2017. URL: https://raec.ru/upload/files/de-itogi_booklet.pdf; Экономика Рунета 2018. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/>

Source: [The Economy of Runet 2017]. URL: https://raec.ru/upload/files/de-itogi_booklet.pdf; [The Economy of Runet 2018]. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/> (In Russ.)

Таблица 6**Обобщающая характеристика развития российских интернет-рынков в 2010–2018 гг.****Table 6****Generalizing characteristics of Russian Internet markets development in 2010–2018**

Рынок	Объем, млрд руб.		Доля рынка, %		Темп роста, во сколько раз	
	2010	2018	2010	2018	к 2010	средний
Онлайн-ритейл	238	1 027,8	56,8	29,2	4,3	1,2
Онлайн-трэвел	–	670,6	–	19	–	–
Электронные платежные услуги	124,4	1 125	29,7	31,9	9	1,32
Услуги в Интернете	–	255	–	7,2	–	–
Контекстная реклама	15,84	165,4	3,8	4,7	10,4	1,34
Контент-маркетинг	2,08	30,5	0,5	0,9	14,7	1,49
Web-реклама	14,75	30,3	3,5	0,9	2	1,1
Медийная реклама	11,23	26,7	2,7	0,8	2,4	1,12
Видеореклама	0,52	10	0,1	0,3	19,2	1,45
Домены	–	3,3	–	0,1	–	–
Хостинг (кроме облачного)	4,26	7,4	1	0,2	1,7	1,07
SAAS	1,29	12,8	0,3	0,4	9,9	1,33
Облачный хостинг	–	82,7	–	2,4	–	–
Онлайн-видео	–	5,8	–	0,2	–	–
Онлайн-музыка	–	3,5	–	0,1	–	–
Игры	6,54	62	1,6	1,8	–	–
Электронные книги	–	3,7	–	0,1	–	–
Всего...	418,91	3 522,5	100	100	8,4	1,31

Источник: Экономика Рунета 2011–2012.

URL: https://runet-id.com/images/content/page/special/research12/Runet_Economy_20112012.pdf;Экономика Рунета 2018. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/>

Source: [The Economy of Runet 2011–2012].

URL: https://runet-id.com/images/content/page/special/research12/Runet_Economy_20112012.pdf;[The Economy of Runet 2018]. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/> (In Russ.)**Список литературы**

1. Семячков К.А. Цифровая экономика и ее роль в управлении современными социально-экономическими отношениями // Современные технологии управления. 2017. № 8. URL: <https://sovman.ru/article/8001/>
2. Раюшкин Э.С., Колесникова В.О., Куликов С.А., Раюшкина А.А. Цифровая экономика: технологии будущего в современном мире // Молодой ученый. 2018. № 51. С. 283–285. URL: <https://moluch.ru/archive/237/55057/>
3. Коблова Ю.А., Мурыгина Н.В. Особенности рыночного механизма в цифровой экономике // Вестник СГСЭУ. 2019. № 3. С. 29–33. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/osobennosti-rynochnogo-mehanizma-v-tsifrovoy-ekonomike>
4. Маилян А.А. Проблемы и перспективы развития интернет-торговли в России // Молодой ученый. 2017. № 34. С. 38–40. URL: <https://moluch.ru/archive/168/45413/>
5. Казакова К.В., Пушили Д.В. Развитие интернет-торговли в России // Фундаментальные исследования. 2014. № 12-9. С. 1968–1972. URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=36472>
6. Коваленко А.Е. Обзор состояния рынка интернет-рекламы и технологий интернет-маркетинга Российской Федерации // KANT. 2018. № 2. С. 287–293. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/obzor-sostoyaniya-rynka-internet-reklamy-i-tehnologiy-internet-marketinga-rossiyskoy-federatsii>

7. Никаноров Р.О., Трубинова Т.С., Бежитская Е.А. Облачные технологии: развитие в России // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2014. Т. 1. Вып. 10. С. 386–387.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/oblachnye-tehnologii-razvitie-v-rossii>
8. Панченко В.А. Контекстная реклама как основа современного рынка интернет-рекламы // Студенческий научный журнал. 2018. № 9. URL: <https://sibac.info/journal/student/29/106094>
9. Плаксин С., Абдрахманова Г., Ковалева Г. Интернет-экономика в России: подходы к определению и оценке // Форсайт. 2017. Т. 11. № 1. С. 55–65.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/internet-ekonomika-v-rossii-podhody-k-opredeleniyu-i-otsenke>
10. Вьюнова О.Ю. Тенденции интернет-маркетинга в России и за рубежом // Молодой ученый. 2018. № 23. С. 291–294. URL: <https://moluch.ru/archive/209/51258/>

Информация о конфликте интересов

Я, автор данной статьи, со всей ответственностью заявляю о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

DIGITAL ECONOMY: ANALYZING THE STATISTICS OF INTERNET MARKET VOLUMES**Valentina N. EDRONOVA**National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod (UNN), Nizhny Novgorod, Russian Federation
v.n.edronova@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-2694-4873>**Article history:**Received 3 June 2019
Received in revised form
11 June 2019
Accepted 21 June 2019
Available online
30 September 2019**JEL classification:** O11**Keywords:** digital economy,
Internet market, statistical
analysis**Abstract****Subject** Internet markets play an important role in digital economy. This necessitates their assessment by volume, structure, and dynamics, as well as their development prospects in Russia and worldwide.**Objectives** I focus on comprehensive statistical analysis of the volume of Internet markets in Russia, their development, prevailing growth trends in comparison with foreign countries.**Methods** The study employs methods of statistical analysis and generalization of scientific articles, Russian laws and regulations, reports of international and Russian organizations and analytic centers, publications in mass media on assessment of digital economy in general and Internet markets in particular.**Results** The paper presents an overview of scientific, legislative and analytical information on Internet markets; analytical tables reflecting the volumes of and trends in the Internet economy in certain segments and markets; generalizing characteristics of Internet markets development. It analyzes factors contributing to changes in the volume, structure and growth rates of online markets.**Conclusions** The academic literature reviews individual Internet markets, however, it does not provide a comprehensive analysis. Russian Internet markets are developing rapidly, although they lag behind a number of countries in terms of volume. E-commerce and payment services markets have the largest volumes, and the role of mobile markets is increasing. In the future, the emerging trends will continue.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2019

Please cite this article as: Edronova V.N. Digital Economy: Analyzing the Statistics of Internet Market Volumes. *Economic Analysis: Theory and Practice*, 2019, vol. 18, iss. 9, pp. 1596–1613.
<https://doi.org/10.24891/ea.18.9.1596>**References**

1. Semyachkov K.A. [Digital economy and its role in the management of modern socio-economic relations]. *Sovremennye tekhnologii upravleniya*, 2017, no. 8. (In Russ.)
URL: <https://sovman.ru/article/8001/>
2. Rayushkin E.S., Kolesnikova V.O., Kulikov S.A., Rayushkina A.A. [Digital Economy: Future Technologies in the Modern World]. *Molodoi uchenyi = Young Scientist*, 2018, no. 51, pp. 283–285. URL: <https://moluch.ru/archive/237/55057/> (In Russ.)
3. Koblova Yu.A., Murygina N.V. [Some aspects of the market mechanism in digital economy]. *Vestnik SGSEU = Vestnik of Saratov State Socio-Economic University*, 2019, no. 3, pp. 29–33. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/osobennosti-rynochnogo-mehanizma-v-tsifrovoy-ekonomike> (In Russ.)
4. Mailyan A.A. [Problems and prospects for e-commerce development in Russia]. *Molodoi uchenyi = Young Scientist*, 2017, no. 34, pp. 38–40. URL: <https://moluch.ru/archive/168/45413/> (In Russ.)

5. Kazakova K.V., Pushilin D.V. [Prospects of Internet trade in Russia]. *Fundamental'nye issledovaniya* = *Fundamental Research*, 2014, no. 12-9, pp. 1968–1972.
URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=36472> (In Russ.)
6. Kovalenko A.E. [Overview of the Internet advertising market and Internet marketing technologies market in the Russian Federation]. *KANT*, 2018, no. 2, pp. 287–293.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/obzor-sostoyaniya-rynka-internet-reklamy-i-tehnologiy-internet-marketinga-rossiyskoy-federatsii> (In Russ.)
7. Nikanorov R.O., Trubinova T.S., Bezhitskaya E.A. [Cloud technologies: Development in Russia]. *Aktual'nye problemy aviatsii i kosmonavтики*, 2014, vol. 1, iss. 10, pp. 386–387.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/oblachnye-tehnologii-razvitie-v-rossii> (In Russ.)
8. Panchenko V.A. [Contextual advertising as a basis of the modern online advertising market]. *Studencheskii nauchnyi zhurnal*, 2018, no. 9. (In Russ.)
URL: <https://sibac.info/journal/student/29/106094>
9. Plaksin S., Abdrakhmanova G., Kovaleva G. [Approaches to Defining and Measuring Russia's Internet Economy]. *Forsait* = *Foresight and STI Governance*, 2017, vol. 11, no. 1, pp. 55–65.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/internet-ekonomika-v-rossii-podhody-k-opredeleniyu-i-otsenke> (In Russ.)
10. V'yunova O.Yu. [Trends in the Internet marketing in Russia and abroad]. *Molodoi uchenyi* = *Young Scientist*, 2018, no. 23, pp. 291–294. URL: <https://moluch.ru/archive/209/51258/> (In Russ.)

Conflict-of-interest notification

I, the author of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.