**Исследование РАЭК: Экономика Рунета в эпоху COVID-19 — растем и трансформируемся**

15 апреля 2020
[www.rif.ru](http://www.rif.ru)

15 апреля 2020 года в стартовал 24-й [Российский Интернет-Форум](https://2019.rif.ru/) (РИФ+КИБ) 2020. Впервые в истории форума открытие прошло в онлайн-формате ([РИФ.онлайн](https://2020.rif.ru/online)).

В рамках главной аналитической панели форума РАЭК презентовала самые свежие цифры исследования “[**Экономика Рунета 2019-2020**](http://a.raec.ru)”.

Напомним, РАЭК разработан отраслевой подход к описанию и измерению “**Экосистемы цифровой экономики России**” и “**Экономики Рунета**”.

Он базируется на декомпозиции Экосистемы на **7 хабов** *(государство и общество, маркетинг и реклама, финансы и торговля, инфраструктура и связь, медиа и развлечения, кибербезопасность, образование и кадры)*, **10 срезов** *(аналитика и данные, бизнес-модели, разработка, дизайн, интерфейсы, юзабилити; интернет вещей, Mobile, гаджеты и железо, AI и BIG Data, регулирование, платформы, стартапы и инвестиции)*, **3 уровня** *(начальный, средний, гуру)*.

Подробнее о методике описания “Экосистемы цифровой экономики России” и измерения “Экономики Рунета”: [ЭкономикаРунета.рф](http://xn--80aaokjbmheeb2a2al4l.xn--p1ai/)**.**

**Главные выводы исследования (апрель 2020)**

Директор РАЭК [**Сергей Плуготаренко**](http://runet-id.com/337/) озвучил 15 апреля главные выводы исследования:

*“Вклад экономики Рунета в экономику России в 2019 году составил 6,4 трлн рублей. При этом вклад основных сегментов составил 4,7 трлн рублей, показав прирост на 19% относительно 2018 года. Рассмотрим вклад отдельных хабов: маркетинг и реклама — 314 млрд руб.; инфраструктура — 126,8 млрд руб.; электронная коммерция — 4172,8 млрд руб.; медиа и развлечения — 85,7 млрд руб.. Непосредственный вклад мобильной экономики мы оцениваем в 1,7 трлн рублей”.*

**Четыре сценария развития Рунета:**

* **Инновационный** (до 2014 года) - формирование рынков, резкий рост до 50% в год
* **Негативный** (2014-2015 годы) - влияние общеэкономического кризиса 2014-2015 гг. Двукратное снижение темпов роста.
* **Стабилизационный** (2016-2019 годы) - восстановление после кризиса и переход к устойчивому росту в среднем на 15-20% в год
* **Кризисный** (2020-?)

*“В 2020 году наиболее вероятна реализация последних двух сценариев: негативного (рост 6-10%) или кризисного (рост до 6%). Отмечу негативные внешние факторы: пандемия COVID-19, падение курса рубля, глобальное переформатирование экономики и общественных отношений, политика.  Скорость происходящих изменений пока не позволяет дать точные прогнозы. Существуют опасения, что экономический кризис будет намного глубже, чем кризис 2014-2015 гг”*, — подчеркнул Сергей Плуготаренко.



По данным Mediascope **в феврале 2020 года аудитория Рунета составила 96,7 млн человек или 79% населения страны** (это те пользователи, которые пользуются интернетом хотя бы раз в месяц):

* Рост по сравнению с аналогичным периодом прошлого года составил +4,2%.
* При этом 90% пользователей интернета заходят в сеть каждый день.
* Аудитория мобильного интернета в России составляет 86,2 млн человек или 70,5% населения страны, а эксклюзивная аудитория составляет 34 млн человек.
* Мобильный телефон является основным источником интернет-трафика, а десктоп продолжает терять аудиторию.



**Мобильная Экономика России трудоустроила 470 тыс. человек**

Директор РАЭК также представил данные по количеству людей занятых в ИКТ-отраслях.

**Общая численность ИКТ-кадров в России в 2019 году составила 1,8 млн человек (данные АПКИТ).**

Из них:

* **0,95 млн** – заняты в ИТ-сфере в организациях различных отраслей экономики и в госучреждениях
* **0,5 млн** – заняты в ИТ-отрасли
* **0,35 млн** – заняты в сфере телекоммуникаций

**Доля ИКТ-кадров среди экономически активного населения России составляет 2,4%.** Аналогичный показатель в среднем по Европе составляет 3,9%, в Финляндии  - 7%, в Великобритании - 5%, в Норвегии - 4,5%, в Чехии, Франции, Германии - 4%, в Польше - 3%.

*“****470 тыс. человек*** *составляет сегодня общее число рабочих мест в России,* ***связанных с сектором разработки мобильных технологий.*** *Такие данные получены по результатам* ***исследования влияния мобильных технологий на занятость в России****, которое* ***РАЭК*** *реализовал совместно с* ***НИУ ВШЭ*** *при поддержке* ***Google.****По числу рабочих мест Россия занимает 3 место в мире, уступая только США (1729 тыс. человек) и Японии (579 тыс. человек).****Около 1,1 млн человек составит число рабочих мест, связанных с разработкой мобильных технологий к 2022 году*** *в связи с предполагаемым расширением спроса на мобильные решения со стороны бизнеса и населения. Среднегодовые темпы роста оцениваются в 24%”,* — отметил Сергей.



**Прогнозы развития отдельно по сегментам**

1. **Маркетинг и реклама (прогноз по сегменту на 2020 год)**

Аналитики РАЭК выделили 2 сценария (без учета и с учетом влияния пандемии COVID-19):

1. Сценарий “до событий марта 2020”:
	* +18% по итогам 2020 года
	* 370 млрд руб. - прогнозируемый объем
2. Сценарий “с учетом событий марта-апреля 2020”:
	* +10% по итогам 2020 года
	* 346 млрд руб. - прогнозируемый объем

**Ожидаемые негативные тенденции:**

* отказ от рекламных размещений либо перенос рекламных кампаний на более поздние сроки
* отказ от экспериментов с рекламными форматами, переориентация бюджетов на более дешевый инвентарь
* наиболее сильное падение ожидается на рынке медийной рекламы

**Факторы поддержки:**

* Повышение доступности рекламных кампаний за счет дешевого инвентаря
* Востребованность контекстной рекламы и других Performance-форматов
* перенос рекламных кампаний из офлайна в онлайн
* рост рекламной активности со стороны наименее затронутых кризисом игроков (онлайн-обучение, фуд-ритейл и доставка готовой еды, сервисы с развлекательным контентом)
1. **Электронная коммерция (прогноз по сегменту на 2020 год)**

Аналитики РАЭК выделили 2 сценария ((без учета и с учетом влияния пандемии COVID-19):

1. Сценарий “до событий марта 2020”:
	* +18% по итогам 2020 года
	* 4912 млрд руб. - прогнозируемый объем
2. Сценарий “с учетом событий марта-апреля 2020”:
	* +6% по итогам 2020 года
	* 4426 млрд руб. - прогнозируемый объем

**Ожидаемые негативные тенденции:**

* падение количества заказов и величины среднего чека. Товарные категории в группе риска: одежда и обувь, товары для отдыха и путешествий, бытовая и аудио/видео техника. Наименьшее снижение ожидается по группам товаров “первой необходимости”: продукты питания и доставка готовой еды, товары для здоровья, детские товары, зоотовары
* перебои с поставками товаров из-за рубежа и существенное повышение их стоимости
* нулевая или отрицательная динамика рынка онлайн-тревел, транспортных услуг

**Факторы поддержки:**

* сохранение спроса на отдельные группы товаров
* снятие ограничений на дистанционную торговлю лекарственными средствами
* формирование привычки к онлайн-покупкам
* C2C-коммерция
* онлайн-образование и дистанционное обучение
* рост доли безналичных платежей
1. **Инфраструктура (прогноз по сегменту на 2020 год)**

Аналитики РАЭК выделили 2 сценария ((без учета и с учетом влияния пандемии COVID-19):

1. Сценарий “до событий марта 2020”:
	* +21% по итогам 2020 года
	* 153 млрд руб. - прогнозируемый объем
2. Сценарий “с учетом событий марта-апреля 2020”:
	* +8% по итогам 2020 года
	* 137 млрд руб. - прогнозируемый объем

**Ожидаемые негативные тенденции:**

* сворачивание долгосрочных проектов по развитию инфраструктуры
* снижение доходов регистраторов доменов из-за невозможности клиентов оплачивать их услуги
* дополнительные издержки в связи с реализацией регуляторных требований

**Факторы поддержки:**

* рост спроса на облачные технологии в связи с массовым переходом на удаленную работу
* необходимость выполнения положений законодательства в части локализации хранения данных
1. **Цифровой контент (прогноз по сегменту на 2020 год)**

Аналитики РАЭК выделили 2 сценария (без учета и с учетом влияния пандемии COVID-19):

1. Сценарий “до событий марта 2020”:
	* +14% по итогам 2020 года
	* 98 млрд руб. - прогнозируемый объем
2. Сценарий “с учетом событий марта-апреля 2020”:
	* +8 по итогам 2020 года
	* 93 млрд руб. - прогнозируемый объем

**Ожидаемые негативные тенденции:**

* падение доходов от размещения рекламы
* снижение платящей доли аудитории

**Факторы поддержки:**

* рост потребления контента
* повышение вовлеченности аудитории
* потоковые сервисы с оплатой за подписку
* рост игрового сегмента, в том числе за счет привлечения новых пользователей

**Экономика Рунета 2019-2020: хабы и срезы**

Аналитики РАЭК [**Карен Казарян**](https://runet-id.com/39948/) и [**Мария Сайкина**](https://runet-id.com/120777/) провели подробную презентацию исследования “Экономика Рунета 2019-2020 / Экосистема цифровой экономики России” ([ЭкономикаРунета.рф](https://raec.ru/activity/analytics/9884/)) и представили аналитику по каждому хабу.

**ХАБ 1 // ГОСУДАРСТВО И ОБЩЕСТВО**

*Хаб «Государство и общество» включает в себя данные об аудитории интернета в России, ее составе, особенностях и поведении, а также аналитику влияния государства на интернет-отрасль.*

**Россия заняла 23 место в рейтинге Digital Society Index 2019.** При расчете общего индекса учитывались такие критерии как динамичность (влияние цифровой экономики на рост),  уровень доступа к цифровым технологиям, то есть масштаб развития, и то, как рынки укрепляют доверие к цифровой экономике.

**По уровню доступа к цифровым технологиям и сервисам у России 14 место в рейтинге.** По скорости развития цифровой экономики Россия заняла 22 место в рейтинге, по уровню доверия к цифровым технологиям, включая сохранность персональных данных - 24 место.

Уровень доступа населения к цифровым технологиям и сервисам в России относительно высок. **Россияне быстрее других меняют свои потребительские предпочтения и легче переходят к использованию цифровых технологий.** Например, 85% респондентов заявили, что они стали чаще пользоваться банковскими приложениями (в мире - 69%), 90% стали больше покупать онлайн (в мире  - 76%)

Однако **при этом население мало доверяет бизнесу и государству в вопросе использования персональных данных граждан.** Только 29% россиян верят, что компании защищают конфиденциальность персональных данных, которые хранят и обрабатывают. В мире этот показатель составляет 45 и 48% соответственно.

**Граждане России в целом позитивно оценивают влияние новых технологий на общество.** 47% респондентов считают, что цифровизация приносит пользу всему обществу, а не только избранным. Только 22% россиян думаю, что технологии оказывают негативное влияние на их здоровье, а 18% уверены в негативном влиянии на качество жизни, в то время как в целом в мире этом убежден каждый третий.

**Влияние на Хаб Государство и общество пандемии COVID-19**

“Мы наблюдаем существенный рост трафика зафиксирован у сервисов видеоконференций, онлайн-гипермаркетов и сайтов по самообразованию. Резко выросли загрузки приложений Zoom и Skype: TOP-10 на iOS, TOP-50 на Android”, — отмечает Карен Казарян.

**ХАБ 2 // МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА**

*Хаб “Маркетинг и реклама” - это анализ тенденций развития рынка интернет-рекламы и маркетинга в России, объемы основных рынков, обзор используемых технологий, инструментов и решений.*

По данным РАЭК объем сегмента маркетинг и реклама в 2019 году составил 314 млрд руб (+19% относительно 2018 года), из которых: performance-реклама — 194,6 млрд руб. (+18% относительно 2018 года), медийная реклама — 31 млрд руб. (+16% относительно 2018 года), видеореклама —  19,1 млрд руб. (+55% относительно 2018 года), контент-маркетинг и маркетинг в соцсетях — 36,3 млрд руб. (+19% относительно 2018 года), web- разработка и мобильная реклама — 33 млрд руб. (+9% относительно 2018 года).

**Аналитики РАЭК отметили следующие тренды в этом сегменте:**

* Интернет-реклама обогнала ТВ
* Видеореклама растет быстрее остальных рынков
* Движение в сторону максимальной персонализации
* Использование офлайн-данных
* Борьба c недобросовестной рекламой
* Вопросы качества измерений

**Интересные данные по мобильной рекламе получены в рамках совместного исследования рекламного рынка Data Insight и IAB Russia: 105 млрд руб.  - объем затрат российских рекламодателей на размещение рекламы в мобильных приложениях в 2019 году.** По сравнению с 2018 годом затраты выросли на 12–15%.

По данным Data Insight, ожидается, что **в 2020 году** **расходы на мобильную рекламу** вырастут на 22,2% до 133,3 млрд рублей и **достигнут 50% всех бюджетов на digital**. Мобильная реклама является **третьим среди всех остальных медиа каналом по объемам размещения** - 20% от объема всей рекламы и 46% от объема всей интерактивной рекламы. Наряду с видеорекламой, **мобильная реклама является одним из драйверов роста рынка интернет-рекламы**.

**Влияние на Хаб Маркетинг и реклама пандемии COVID-19**

**“Мы наблюдаем снижение активности рекламодателей отмечается во всех сегментах** - ТВ, радио, пресса, наружная реклама. Часть рекламных кампаний на ТВ переносится на осень либо отменяется. **Сегмент онлайн-рекламы также ощущает последствия пандемии: падение наблюдается во всех форматах.** Наиболее стабильным пока остается рынок контекстной рекламы, в то время как размещения баннеров резко снизились”,  — отмечает Карен Казарян.

Факторы, влияющие на рекламную активность:

* отмена или перенос крупных спортивных мероприятий (Олимпиада в Токио, Чемпионат Европы по футболу, Лига Чемпионов, национальные чемпионаты в различных видах спорта)
* ограничение спроса на определенные виды товаров и услуг (одежда и обувь, путешествия, спорт и отдых), при одновременном росте спроса на такие товары, как продукты питания, лекарства, средства связи
* приостановка или прекращение деятельности компаний МСБ
* отказ брендов от размещения рекламных сообщений на коронавирусном контенте
* падение курса рубля
* появление большого количества дешевого инвентаря

**ХАБ 3 // ФИНАНСЫ И ТОРГОВЛЯ**

*В хаб “Финансы и торговля”* *входит подробный анализ сегмента электронной коммерции: его объемы (без учета трансграничной торговли), входящие в его состав рынки, динамика и основные тренды. Также в хаб включаются данные об особенностях потребительского спроса российских онлайн-покупателей, соотношении внутренней и трансграничной онлайн-торговли, основные драйверы и барьеры развития рынка электронной коммерции в России.*

По данным РАЭК объем сегменты электронной коммерции в 2019 году составил **4172,8 млрд рублей, из которых: онлайн-ритейл — 1295 млрд руб. (+**26% относительно 2018 года), **онлайн-трэвел — 730,3 млрд руб. (+**9% относительно 2018 года), **рынок услуг в интернете — 808,7 млрд руб. (+**19% относительно 2018 года), **рынок электронных платежных услуг** — **1338,8 млрд руб. (+**19% относительно 2018 года). Отметим, что  2019 году была изменена методика подсчета объема сегмента, поэтому динамика относительно 2018 года не приводится.

**Главные тренды:**

* Рост покупок с мобильных устройств
* Маркетплейсы
* Омниканальный ритейл
* Быстрая / бесплатная доставка
* Кроссбордер
* Доставка продуктов и еды
* Модель D2C (direct to customer)
* BigData, AR/VR, нейросети, 3D-печать, IT-инфраструктура

Индустрия ритейла активно адаптирует новые технологии: по данным совместного исследования РАЭК и НИУ ВШЭ, реализованного при поддержке Microsoft, **42% российских ритейлеров уже сегодня используют технологии и решения на основе искусственного интеллекта, а еще 35% – планируют начать в течение 5 лет**. Таким образом, к 2024 году технологии и решения на основе искусственного интеллекта будет использовать 77% российских ритейлеров. Самым популярным решением на основе ИИ у российских ритейлеров является персонализация: 26% респондентов отметили, что персонализация используется в их компаниях. Широко используются такие решения, как виртуальные помощники и чат-боты (23% респондентов), интеллектуальные системы для принятия решений и предиктивная аналитика (20% респондентов). При этом необходимо отметить, что работа по полномасштабному внедрению искусственного интеллекта в деятельность компании полностью завершена только у единичных ритейлеров. Сегодня искусственный интеллект в российском ритейле используется фрагментарно, без системной реорганизации бизнеса. Однако в ближайшие 5 лет можно ожидать полномасштабного применения искусственного интеллекта в различных бизнес-процессах, в том числе требующих межсистемных интеграций и внешнего взаимодействия.

Также спикеры затронули рынок сервисов совместного потребления.

**Так, по данным ежегодного исследования кластера РАЭК // Sharing Economy, около 769,5 млрд руб. составил объем транзакций онлайн-сервисов совместного потребления, работающих в России, по итогам 2019 г.  Рост 50% по сравнению с прошлым годом.**

**По словам спикеров, рынок С2С-продаж - лидер ЭСП в России в 2019 году** с объемом транзакций порядка 566 млрд руб.

**Основные тренды:**

* взросление аудитории – развитие пользовательских сообществ в возрастной группе 40+
* расширение географии – рост пользования шеринг-сервисами в регионах, в том числе за пределами региональных столиц
* снижение среднего чека
* развитие доверия к платформе: верификация и страхование

**Влияние на Хаб Финансы и торговля пандемии COVID-19**

**Самоизоляция и переход на удаленную работу стимулировали резкое увеличение количества онлайн-заказов.** Наибольший рост наблюдается в таких товарных категориях, как продукты питания, электронная и бытовая техника (в частности, ноутбуки), аксессуары для работы из дома (гарнитуры, клавиатуры и т.д.), товары для детей.  Однако в большинстве товарных категорий данный рост является кратковременным

Меры, предпринимаемые онлайн-ритейлерами в условиях пандемии:

* бесплатная доставка заказов
* повышение суммы минимального заказа
* мотивация покупателей к безналичной и бесконтактной оплате
* развитие бесконтактной курьерской доставки

Важным шагом для повышения безопасности граждан и поддержки людей, находящихся в режиме самоизоляции или на карантине стало **снятие ограничений на дистанционную торговлю безрецептурными лекарственными средствами.**

В процессе рассмотрения находятся такие инициативы, как легализация дистанционной продажи алкогольной продукции, а также перенос сроков введения обязательной маркировки продукции по тем группам товаров, где она еще не запущена, и сроков введения национальной системы прослеживаемости.

**ХАБ 4 // ИНФРАСТРУКТУРА И СВЯЗЬ**

*Хаб “Инфраструктура и связь” включает данные об объеме и развитии инфраструктурного сегмента экономики Рунета и входящих в его состав рынков. Отдельно анализируется мобильная составляющая цифровой экономики, ее влияние на развитие отрасли и на рынок труда России.*

По данным РАЭК  объем инфраструктурного сегмента в 2019 году составил **126,8** млрд руб. (+19% относительно 2018 года), из которых: **рынок доменов — 3,5 млрд руб. (+**5% относительно 2018 года), **рынок хостинга (кроме облачного) — 8,1 млрд руб. (+**10% относительно 2018 года), **рынок SAAS — 15,2 млрд руб. (+**19% относительно 2018 года), **рынок инфраструктуры (облачный хостинг, IaaS, PaaS и тд) — 100 млрд руб. (+**21% относительно 2018 года).

**Главные тренды:**

* Рост спроса на облачные услуги
* Консолидация рынка
* Значительный рост влияния мобильных технологий
* Многообразие PaaS и IaaS решений

Объем инфраструктурного сегмента в 2019 году, по данным РАЭК, достиг 126,8 млрд руб., увеличившись на 19% относительно 2018 года.

Среди рынков, входящих в сегмент, наибольший рост показал **рынок инфраструктуры**, куда входят услуги по предоставлению виртуализованной инфраструктуры и вычислительных мощностей, платформы для размещения, разработки и управления приложениями, базами данных, веб-сервисами, постоянно находящимися в интернет. По итогам 2019 года объем этого рынка достиг 100 млрд руб., рост по сравнению с 2018 годом составил 21%, что совпадает с прогнозами экспертов исследования РАЭК “Экономика Рунета 2018”.

Темпы роста **рынка облачных технологий** (SAAS) также совпали с прогнозными: рынок вырос на 19%, его объем на конец 2019 года составил 15,2 млрд руб.

**Рынок хостинга** (услуги по предоставлению вычислительных мощностей для размещения и/или хранения информации на серверах, постоянно находящихся в Интернете, за исключением облачного хостинга) сохранил динамику предыдущих лет несмотря на прогнозы по снижению темпов роста. В 2019 году рынок вырос на 10% (в 2017 и 2018 г.г. рынок рос на 10% и на 10,5% соответственно), его объем увеличился до 8,1 млрд руб. Сохранению динамики по-прежнему способствуют регуляторные инициативы по локализации данных на территории России и исполнение “Пакета Яровой”.

**Рынок доменов** постепенно активизируется после отмеченного в 2018 году спада. В 2019 году объем рынка составил 3,5 млрд руб., рост по сравнению с 2018 годом - 5%, в то время как по итогам 2018 года рынок вырос всего на 3,1% после существенного роста, отмеченного в 2015-2017 г.г.

**Влияние на Хаб Инфраструктура и связь пандемии COVID-19**

**В российских национальных доменах Уже сейчас понятно, что инфраструктура в период пандемии COVID-19 очень сильно трансформируется и несет колоссальные нагрузки.
Крупнейшие операторы фиксированной связи (Ростелеком, Транстелеком, Акадо Телеком, Вымпелком) отмечают рост трафика фиксированной связи на 10-30% по сравнению с обычными рабочими днями 2020 года.
Интернет-трафик увеличивается за счет граждан, находящихся на самоизоляции, а также за счет новых абонентов, которые переходят с мобильного интернета на проводной.

С начала 2020 года зарегистрировано 1638 доменов, в которых встречаются слова corona, covid, virus, корона, ковид, вирус. Из них в домене .RU 1310 имен, а в домене .РФ - 324 имени.**.

Большая часть новых доменов – это ресурсы, помогающие в борьбе с инфекцией. Среди них: официальный интернет-портал с последней информацией по ситуации с коронавирусом в России стопкоронавирус.рф, порталы мывместе2020.рф и доступвсем.рф, на которых можно узнать о бесплатных сервисах и услугах для нуждающихся, а также предложить свою помощь, портал antivirus2020.ru, где собраны государственные инициативы, кейсы компаний, полезная информация для владельцев предприятий и сотрудников.

**Крупнейшие операторы фиксированной связи** (Ростелеком, Транстелеком, Акадо Телеком, Вымпелком) **отмечают рост трафика фиксированной связи на 10-30% по сравнению с обычными рабочими днями 2020 года.**

Интернет-трафик увеличивается за счет граждан, находящихся на самоизоляции, а также за счет  новых абонентов, которые переходят с мобильного интернета на проводной.

**ХАБ 5 // МЕДИА И РАЗВЛЕЧЕНИЯ**

*В составе хаба “Медиа и развлечения” анализируются объемы и тренды развития сегмента цифрового контента, модели его монетизации, особенности потребления цифрового контента в России, тенденции в использовании и развитии социальных медиа.*

По данным РАЭК объем сегмента медиа и развлечения в 2019 году демонстрирует рост в 14% относительно 2018 года и составляет **85,7** млрд рублей, из которых: **онлайн-видео — 7,8 млрд руб. (+**34% относительно 2018 года), **онлайн-музыка —  4,2 млрд руб. (+**20% относительно 2018 года), **онлайн-игры — 69,4 млрд руб. (+**12% относительно 2018 года), **электронные книги —  4,3 млрд руб. (+**16% относительно 2018 года).

**Главные тренды:**

* Легальный контент победил
* Платная модель потребления онлайн-видео доминирует над рекламной
* Потоковые музыкальные сервисы - основной способ потребления музыки
* Стримеры и видеоблогеры

Рост объема **рынка онлайн-видео** превысил прогнозируемые 30%. В 2019 году рынок вырос на 34%, его объем составил 7,8 млрд руб. Доля платной модели в структуре выручки продолжает увеличиваться, а среди моделей платного распространения контента лидерство принадлежит подписной модели (SVoD). Таким образом, можно утверждать, что в России сформировалась устойчивая аудитория легальных онлайн-видеосервисов, которая пользуется ими регулярно и готова платить за те преимущества, которые они при этом получают.

**Рынок онлайн-музыки**, вопреки прогнозируемому в 2018 году спаду динамики роста до 8%, по итогам 2019 вырос на 20% и достиг объема 4,2 млрд руб. Основным драйвером роста рынка стало потоковое прослушивание музыки. В свою очередь, благоприятными факторами для развития стриминга являются рост проникновения мобильных устройств, высокое качество мобильной связи, возможность получить доступ к большему объему контента, а также формирование у пользователей привычки платить за контент.

Мобильные игры являются основным драйвером роста **рынка онлайн-игр** наряду с повышением качества и скорости интернет-доступа, что позволяет без задержек играть в многопользовательские игры и игры с высоким требованием к качеству изображения. По итогам 2019 года рынок вырос на 12% при прогнозируемом росте 10%. Объем рынка онлайн-игр по итогам года составил 69,4 млрд руб. Рынок по-прежнему остается самым большим по объему в составе сегмента цифрового контента.

Рост **рынка электронных книг** в 2019 году совпал с прогнозируемыми 16%. Рынок достиг объема 4,3 млрд руб. При этом очевиден тренд на снижение динамики роста, который отмечается уже на протяжении 4 лет (2016-2019) после пикового скачка на 77% в 2015 году. Сегодня рынок растет за счет увеличения использования мобильных устройств, а также за счет повышения вовлеченности аудитории в использование форматов.

**Влияние на Хаб Медиа и развлечения пандемии COVID-19**

На 211% увеличились продажи подписок в онлайн-кинотеатрах в первом квартале 2020 года.

Зафиксирован резкий рост аудитории онлайн-кинотеатров на неделе с 16 по 22 марта 2020 года:

* на 30% увеличилась посещаемость Okko, количество просмотров увеличилось на 23%
* на 30% выросла посещаемость Amediateka
* более чем на 50% увеличилась дневная аудитория “Кинопоиск HD”
* на 27% выросла длительность пользования сервисом Megogo Россия
* на 40% вырос трафик more.tv

остальные сервисы (ivi, Wink, МТС ТВ и др.) также отмечают рост показателей.

Рост числа новых пользователей отмечают книжные онлайн-сервисы:

* в 3,5-4 раза больше новых подписчиков зафиксировал Bookmate
* на 7% выросла посещаемость ЛитРес
* на 15% увеличилось число активных пользователей MyBook

Многократное увеличение числа игроков и выручки отмечают российские сервисы облачного гейминга (Playkey, GFN.ru, Loudplay). Одновременно вырос игровой интернет-трафик: на 30% в сети Ростелеком, на 40%  - в NetByNet, на 100% - в сети МТС.

**Хаб 6 // КИБЕРБЕЗОПАСНОСТЬ**

*Хаб «Кибербезопасность» - это информация о числе и особенностях кибератак в России, анализ их основных целей, мотивов и направлений. Также в составе хаба анализируется состояние информационной безопасности в России и ключевые направления ее развития.*

**По данным Positive Technologies,**  бюджеты на кибербезопасность в 2019 году в **среднем на 20%** увеличились,однако **реальные расходы не превышают показатели 2018 года.**

Основная причина - сложность и длительность конкурсных процедур

Тренды:

* изменение парадигмы: задача системы безопасности - не предотвратить атаку, а максимально быстро ее обнаружить
* рост востребованности интеллектуальных систем защиты
* влияние на рынок регуляторных инициатив (требования, стандарты и нормативы Центробанка, ФСБ, ФСТЭК, “суверенный рунет”)
* продолжение снижения “порога входа” на рынок киберпреступности

**Более 1,5 тыс кибератак зафиксировано в 2019 году, что на 19% больше, чем в 2018.**

**В 81% кибератак жертвами стали юридические лица.**

Основные цели среди юридических лиц:

* гос. учреждения
* промышленные компании
* финансовый сектор

**Данные - основная цель киберпреступников:**  57% атак в 2019 году имели целью хищение данных, в то время как в 2018 году аналогичный показатель составлял лишь 30%

В атаках на юридические лица:

27% - персональные данные

22% - учетные данные

17% - данные платежных карт

В атаках на частных лиц:

40% - учетные данные

27% - данные платежных карт

14% - личная переписка

Наиболее распространенные методы атак - заражение вредоносным ПО в сочетании с методами социальной инженерии.

Спикеры отдельно отметили регулирование в области кибербезопасности. “В 2019 году произошли изменения  в законодательстве в области **защиты объектов критической информационной инфраструктуры** (КИИ), а также в нормативных документах Центробанка и ФСБ. Самое важное в КИИ — новые методические документы, которые определяют порядок взаимодействия субъектов КИИ с НКЦКИ. Появилось понятие **средств ГосСОПКА**, сформулированное в приказах ФСБ № 196, 281, 282. В них описаны инструменты, которые должен использовать центр ГосСОПКА. Опубликованы конкретные требования к субъектам ГосСОПКА”, — отметил Карен Казарян.

**Влияние на Хаб Кибербезопасность пандемии COVID-19**

**Резко увеличилось число спам-сообщений и мошеннических рассылок. Тема коронавируса используется мошенниками в качестве приманки.** Основные цели - обогащение (призывы перевести деньги на борьбу с заболеванием) и кража персональных данных (ссылки в письме часто ведут на фишинговые сайты).

Прогнозируется **рост числа кибератак на компьютеры, оборудование и незащищенные домашние сети сотрудников компаний**, которые из-за коронавируса перешли на удаленный режим работы. В группе риска — персонал финансовых учреждений, телеком-операторов и IT-компаний.

Эксперты Group-ID выделяют следующие актуальные киберугрозы в период пандемии:

* Увеличение числа **мошеннических бесплатных сервисов**: платформ для проведения видеоконференций, онлайн-обучения, подписок на онлайн-кинотеатры, фейковых мобильных приложений для доставки еды и т.д.
* Повышение риска проведения атак с целью **шпионажа.**
* Рост количества **целевых атак** на сотрудников из финансовой отрасли.
* Увеличение мошеннической активности по отношению **к людям пожилого возраста**: доставка товаров на дом, предложения лекарств и тестов на COVID-19 и другое.
* Рост числа **инсайдерских атак** с использованием тех категорий сотрудников, которым понижают оклад при переходе на удаленный режим работы.
* Усиление мошеннической активности **в туристической индустрии** (центры возврата денежных средств авиалиний, отелей и т.д).

**ХАБ 7//ОБРАЗОВАНИЕ И КАДРЫ**

*В хаб «Образование и кадры» входит информация о числе занятых в российской интернет-экономике, подготовке кадров для ИТ-отрасли, данные о цифровой грамотности граждан России.*

**По данным совместного исследования РАЭК и НИУ ВШЭ, реализованного при поддержке Google, 470 тыс. человек составляет сегодня общее число рабочих мест в России**, **связанных с сектором разработки мобильных технологий.** По числу рабочих мест Россия занимает 3 место в мире, уступая только США (1729 тыс. человек) и Японии (579 тыс. человек).

**Около 1,1 млн человек составит число рабочих мест, связанных с разработкой мобильных технологий к 2022 году** в связи с предполагаемым расширением спроса на мобильные решения со стороны бизнеса и населения. Среднегодовые темпы роста оцениваются в 24%.

Несмотря на опасения, связанные с ожиданиями масштабного сокращения рабочих мест вследствие распространения цифровых технологий, анализ реальной практики использования мобильных технологий **не подтверждает таких опасений**. Сокращение рабочих мест под влиянием мобильных технологий будет происходить, однако при этом **будут возникать новые рабочие места**: прежде всего это ИТ-специалисты - от разработчиков мобильных приложений до CDO.

Мобильные технологии вызвали **существенный рост занятости в ИТ-секторе**. Наибольшие изменения в численности произошли среди таких сотрудников, как разработчики и привлекаемые на удаленную работу временные сотрудники. При этом **мобильные технологии создают окно возможностей для возникновения принципиально новых видов бизнеса и компаний**, обслуживающих потребности, которых раньше не существовало. По некоторым из этих направлений **в России новые бизнесы уже не только возникли, но и превратились в мировых лидеров**: Playrix и MyTona - рынок мобильных игр; Hudway и WayRay - навигация и проекционные дисплеи для автомобилей; Яндекс.Такси и такси «Максим» - рынок легковых пассажирских перевозок.

18% ИТ-компаний утверждают, что их возникновение напрямую связано с мобильными технологиями, из них почти половина специализируется на мобильных приложениях. Для 32% ИТ-компаний мобильные технологии стали новым приоритетом в развитии компании.

Мобильные технологии оказывают **позитивное влияние на традиционные отрасли экономики**: растет удовлетворенность сотрудников выполняемой работой; улучшаются коммуникации внутри компании, а также с существующими и потенциальными клиентами; увеличивается производительность труда; происходит обновление персонала, связанное с привлечением специалистов с новыми компетенциями взамен уходящих сотрудников.

**Влияние на Хаб Образование и кадры пандемии COVID-19**

**Порядка 80% ВУЗов России перевели обучение в дистанционный формат.** Среди ВУЗов, подведомственных Минобрнауки, 100% перешли на дистанционный формат работы со студентами.

На дистанционное обучение перешли крупнейшие учебные заведения - МГУ им. Ломоносова, МГТУ им. Баумана,  ВШЭ, МГИМО, РЭУ им. Плеханова, СПбГУ, ИТМО, Уральский федеральный университет, Новосибирский государственный университет, Дальневосточный федеральный университет и др.

После окончания каникул на дистанционное обучение также перешли общеобразовательные школы

Наиболее распространенные барьеры для перехода на дистанционное обучение:

* недостаточно развитая информационная инфраструктура
* отсутствие необходимого оборудования
* недостаточный объем каналов связи
* неготовность персонала и учеников/студентов
* отсутствие понимания принципов организации дистанционного образования / механический перенос активности в онлайн

**Ознакомиться с презентацией:** [**https://cloud.mail.ru/public/28s8/3sxyoczt3**](https://cloud.mail.ru/public/28s8/3sxyoczt3) **Главные выводы:** [**https://cloud.mail.ru/public/56CD/S41XmCHWo**](https://cloud.mail.ru/public/56CD/S41XmCHWo)