

# СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОПУЛЯРНОСТИ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ИТ-КОМПАНИЙ В СФЕРЕ ИНТЕРНЕТ-БИЗНЕСА

Лобанова Е.А.

Московский технологический университет, 119454, Россия, Москва, проспект Вернадского, 78, e-mail: v1925@mail.ru

---

**В статье представлены методика и результаты сравнительного анализа популярности российских и зарубежных ИТ-компаний в сфере интернет-бизнеса.**

---

Ключевые слова: интернет-магазин, популярность товара, социальные сети, электронная почта

## COMPARATIVE ANALYSIS OF POPULARITY OF RUSSIAN AND FOREIGN IT COMPANIES IN THE SPHERE OF INTERNET BUSINESS

Lobanova EA

Moscow Technological University, 119454, Russia, Moscow, Vernadsky Prospekt, 78, e-mail: v1925@mail.ru

---

**The article presents the methodology and results of a comparative analysis of the popularity of Russian and foreign IT companies in the field of Internet business.**

---

Keywords: online store, product popularity, social networks, e-mail

### Введение

На сегодняшний день многие ведущие западные державы ввели ряд ограничений против обширного числа российских секторов экономики, отменять которые они пока не собираются. Такое глобальное изменение торговых отношений активизировало процесс импортозамещения в России, то есть уменьшения или прекращения импорта определенной продукции посредством производства, выпуска в стране таких же или аналогичных товаров. Действительность же показала, что многие россияне не почувствовали на себе никаких последствий ограничения импорта продовольственных товаров [1]. Большинство зарубежных продуктов были заменены отечественными аналогами.

Однако неизбежно встает несколько сложных вопросов. Возможен ли полный отказ от всей «западной» продукции? Для каждого ли товара можно подобрать качественную отечественную замену? Как обстоят дела с продукцией интеллектуального творчества?

Развитие информационных и телекоммуникационных технологий сформировало среду для экономической деятельности в сети Интернет, что привело к изменениям способов ведения бизнеса и появлению целого электронного рынка.

Зачастую многие операции осуществляются в электронном виде, что приводит к созданию виртуальных взаимоотношений между бизнес-партнерами и другими субъектами виртуального рынка.

### Описание методики анализа

Степень развития информационной индустрии зависит от целого комплекса факторов. Принято выделять несколько основных показателей:

1. Объем инвестиций в телекоммуникации;
2. Количество и качество использования компьютеров в информационной индустрии;
3. Количество пользователей, имеющих доступ к сети Интернет.

Если же обратиться к цифрам, то в рейтинг крупнейших Интернет компаний 2014 года не вошла ни одна российская организация. США, Китай и Япония, напротив, прочно укрепились в данном списке, имея выручку не менее 5,6 миллиардов долларов.

Наши соотечественники с большей охотой заказывают товары на Ebay и Aliexpress, просматривают рекламные ролики на Youtube или в Facebook, а также покупают игры у Blizzard и Valve, способствуя тем самым стабильному оттоку денежных средств за рубеж.

Так неужели вся ниша интернет-коммерции занята? На этот вопрос не существует однозначного ответа. Действительно, в нашей стране есть огромное множество интернет компаний, которые по своей специфике очень близки своим зарубежным коллегам, однако они все еще не могут составить им достойную конкуренцию.

Многие области по-прежнему остаются недоступными для нашей страны, возможно, из-за сложившихся стереотипов или, действительно, из-за недоработки их создателей.

Цель данной работы состоит в определении основных областей, где российские компании еще могут побороться за первенство на внутреннем рынке. Для этого был проведен опрос, в котором приняло участие сто восемь человек. Участники опроса – это представители разных возрастных (от 15 до 48 лет) и гендерных групп, что позволило отразить наиболее полную картину современной действительности.

Опрос проводился по 4 областям:

1. Электронная почта,
2. Социальные сети,
3. Компьютерные игры,
4. Интернет-магазины.

Респонденты ответили на 14 вопросов, где зачастую были намеренно перемешаны российские и зарубежные компании.

#### **Электронная почта**

Технология по передаче и получению электронных сообщений, известная также как электронная почта, уже прочно осела в повседневной жизни людей. Её используют повсеместно: и в работе, и в учебе, и для личных нужд.

Наличие у пользователей электронной почты, по сути, не приносит компаниям прямой прибыли, но, чем больше у сайта единовременных пользователей, тем больше стоит реклама на этом ресурсе. Так компании могут привлечь внимание имеющихся клиентов к остальным своим проектам.

Респондентам была предоставлена возможность выбрать наиболее удобную для использования электронную почту, также пользователи могли выбрать сразу несколько вариантов ответа. Как показано на рис. 1, первое место заняла электронная почта Mail.ru, ей было отдано 65 голосов, на втором месте Google.com с 64 голосами, и на третьем месте Яндекс.Почта - 46 голосов. Лишь один процент всех опрошенных указал, что он вообще не использует электронную почту.

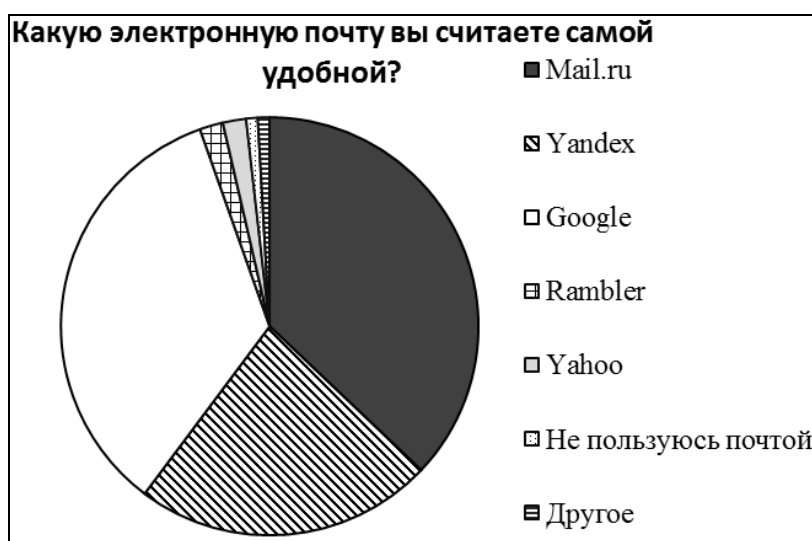


Рис.1 Диаграмма популярности электронной почты

В целом в данной области респонденты выбирают электронную почту отечественных компаний (приблизительно 61 %), при этом называя российскую почту mail.ru самой удобной для повседневного использования и работы.

#### **Компьютерные и мобильные игры**

Игры прочно укрепились в жизни каждого из нас. Люди играют постоянно: на телефонах, планшетах, приставках и компьютерах. Играют все: как самые юные пользователи интернета, так и их родители. Это подтверждают и 80% респондентов.

Современная игровая индустрия выпускает около сотни новых игр каждую неделю. При этом большая часть продукции — это онлайн игры и интерактивные программы для мобильных устройств.

Опрашиваемые должны были выбрать одну или несколько компаний разработчиков компьютерных и мобильных игр, из которых Nevosoft, Innova, IT Territory, Allodsteam, 1C, Nival – это российские разработчики,

а Blizzard, Valve, Hi-Rez Studios, RiotGames, SEGA, Wargaming.net, GameInsight, ElectronicArts, Ubisoft – зарубежные. Также был предусмотрен ответ «не обращаю внимание на разработчиков», который выбрали 34 человека, их голоса, как и тех, кто вовсе не играет в компьютерные игры, не учитывались в дальнейших подсчетах.

Представленные на рис. 2 результаты опроса показали, что в этой сфере российским компаниям есть куда стремиться. Им было отдано всего лишь 17,1% голосов.



Рис.2 Выбор пользователями разработчиков

Безусловно, это серьезное упущение, ведь в последнее время все чаще и чаще пользователи предпочитают лицензионные версии игр и все возможные дополнения к ним, за которые они согласны платить.

#### Социальные сети

Следующая часть опроса была посвящена социальным сетям. Развитие интернета привело к формированию общества со свободным распространением информации. В современном мире интернет влияет на формирование социального пространства, выстраивая поле для взаимодействия граждан.

Социальные сети являются неотъемлемой частью нашей современной жизни. Рисунок 3 иллюстрирует то, зачем пользователи чаще всего используют их. Многие люди не могут прожить и дня, не проверив сообщения (91,7% опрошенных), не пролистав новостную ленту (59,3% опрошенных) или не прослушав вновь свою любимую песню(78,7% опрошенных).

Социальные сети являются неотъемлемой частью нашей современной жизни. Рисунок 3 иллюстрирует то, зачем пользователи чаще всего используют их. Многие люди не могут прожить и дня, не проверив сообщения (91,7% опрошенных), не пролистав новостную ленту (59,3% опрошенных) или не прослушав вновь свою любимую песню(78,7% опрошенных).

Вовсе не пользуются социальными сетями лишь 0,9 % респондентов. Остальные же опрошенные имеют по несколько аккаунтов в различных социальных сетях, по большей части отдавая предпочтение сайту ВКонтакте.

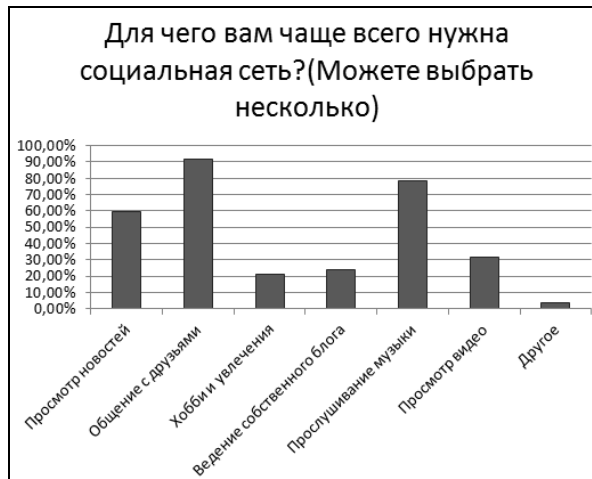


Рис.3 Популярные способы использования социальных сетей

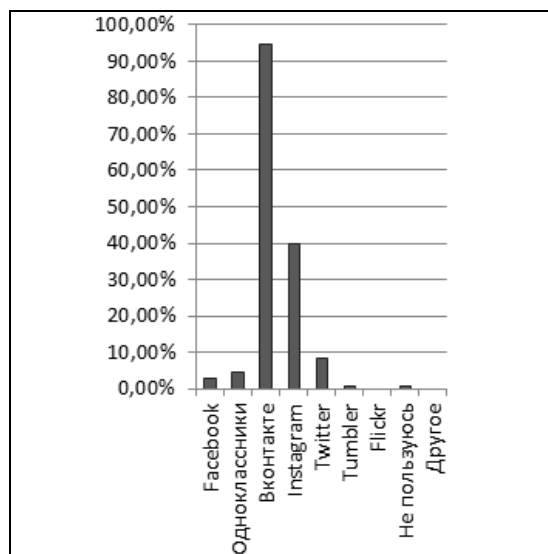


Рис.4 Популярность социальных сетей

### Интернет-магазины

Интернет-магазин («электронный магазин», «сетевой магазин», «e-shop», «internet-shop») — это интерактивный сайт с каталогом предоставляемых товаров и услуг. Сидя дома, можно заказать себе новую книгу, выбрать холодильник или даже продукты. Это, безусловно, удобно и облегчает жизнь каждого человека, поэтому неудивительно, что электронные магазины использует 88% респондентов, что показано на рисунке 5.



Рис.5 Распределение ответов на вопрос «Как часто вы совершаете покупки в интернете?»

Специально для опроса были отобраны одни из самых популярных и крупных как российских, так зарубежных сетевых магазинов. К сожалению, и в области интернет-продаж, российские компании отстают. Несмотря на явное численное преимущество представленных российских интернет-магазинов, за них проголосовали всего лишь 43,2% опрошенных.

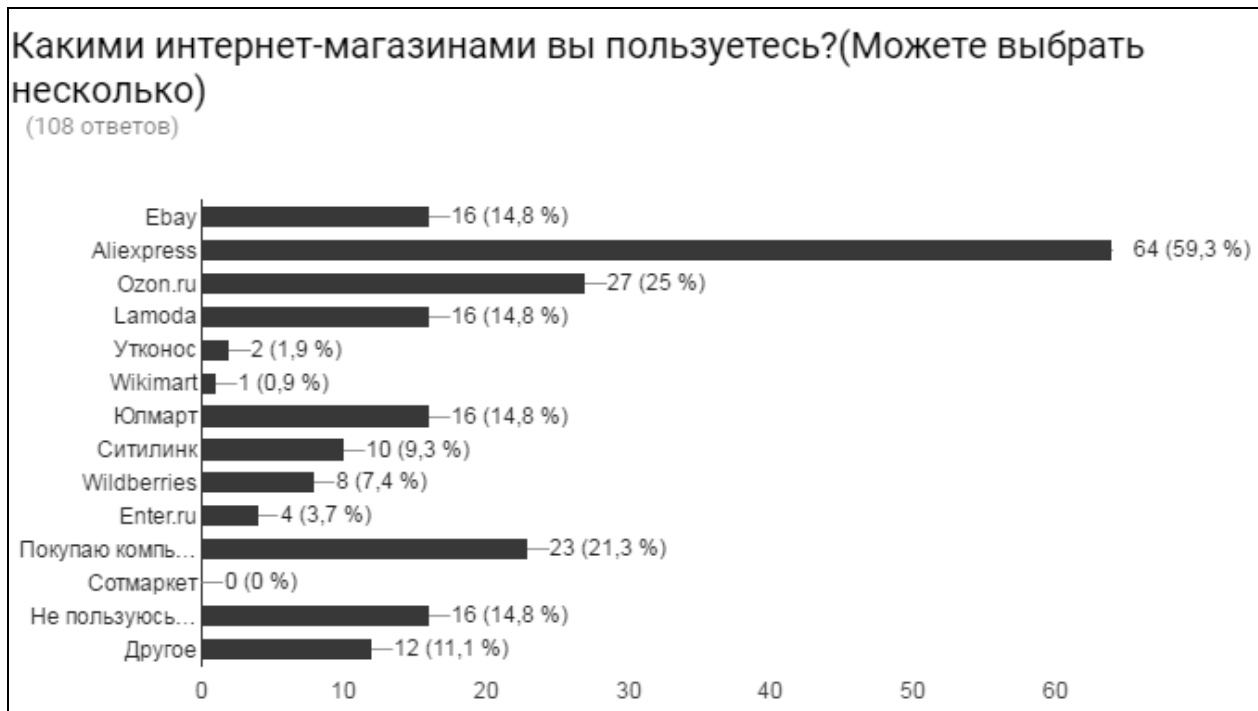


Рис.6 Популярность интернет-магазинов среди опрошенных

По результатам опроса, показанным на рисунке 6, явным лидером гонки стал интернет-магазин Aliexpress, продающий товары в розницу и мелким оптом. Вероятно, дело в широком ассортименте и, безусловно, выгодных ценовых предложениях, судя по вариантам, выбранным на рисунке 7. Здесь пользователи могут напрямую и без посредников заказывать товары из Китая, США и других стран мира.

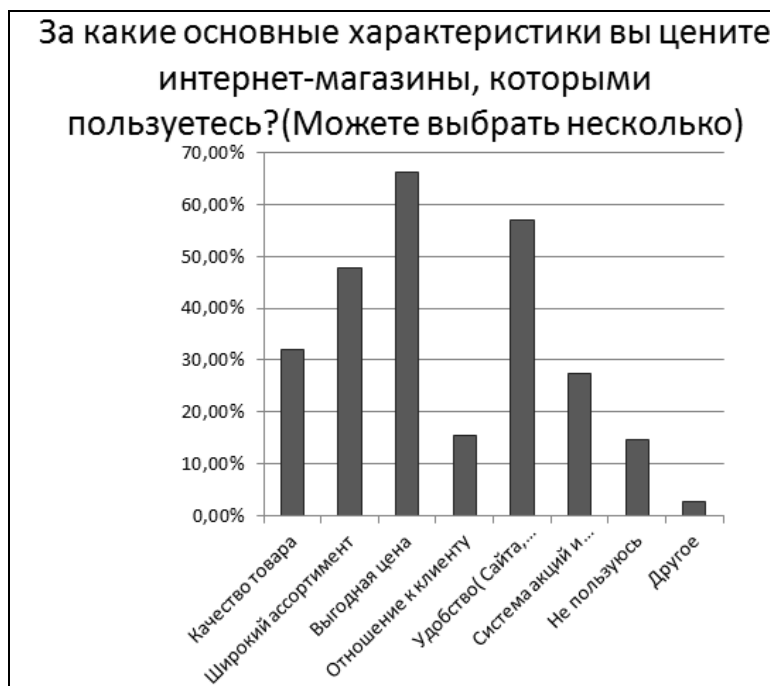


Рис.7 Основные характеристики важные в интернет-магазине для пользователей

## **Заключение**

После проведенного опроса можно сделать вывод, что российским компаниям еще есть куда стремиться. Они смогли достигнуть неплохих результатов, и приобрели популярность в области социальных сетей и электронной почты. Основной доход в этих областях зависит от рекламы и продажи дополнительных функций. Однако в то же время компании упускают большую долю доходов, связанных с продажей и разработкой игр, а также с реализацией товаров в интернет-магазинах, позволяя возможной прибыли утекать за границу. Например, о своих финансовых успехах к ноябрю 2016 года отчиталась компания ActivisionBlizzard, доход которой за прошедшие 3 месяца составил \$1,57 млрд, поднявшись на 58% по сравнению с прошлогодними результатами за этот же период, что лишь доказывает, что с каждым годом к играм приобщается все больше и больше людей, готовых тратить деньги на свои развлечения.

Чистая прибыль компании Ebay Inc в апреле-июне составила \$435 млн, в то время как гендиректор онлайн-магазина Ozon Дэни Перекальски обещал изданию «Бизнес-газета», что в 2017 году компания выйдет на самоокупаемость, но для этого ей, возможно, понадобятся дополнительные инвестиции. Также и российский интернет-ритейлер Lamoda продолжает приносить убытки, которые постепенно сокращаются. Отрицательный показатель EBITDA по итогам первой половины 2016 года снизился на 56% .

По итогам сравнения зарубежных и отечественных компаний можно констатировать факт существенного превосходства первых как по популярности и объемам продаж, так и по перспективам дальнейшего развития.

В заключении стоит сказать, что российские компании медленно, но верно идут вверх в рейтинге крупнейших интернет-компаний мира, а в двух пока ещё неподвластных им сферах исправить положение поможет даже один удачный проект.

---

## **Список литературы**

1. Фонд общественного мнения - <http://fom.ru/Ekonomika/12226>).
2. <https://adindex.ru/>

---

## **Reference**

1. The Public Opinion Foundation - <http://fom.ru/Ekonomika/12226>).
2. <https://adindex.ru/>