

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
Рынок веб-сайтов в современной экономике

УДК338.46:004.738.1:004.41:005.332.4

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
Д-3Б4Б1	Буянов Павел Григорьевич		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор	Барышева Галина Анзельмовна	д. э. н., профессор		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Ермушко Жанна Александровна	к. э. н.		

Нормоконтроль

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Селевич Ольга Семеновна	к.э.н.		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор ШИП	Барышева Галина Анзельмовна	д. э. н., профессор		

38.03.01 Экономика

Код	Результат обучения
<i>Универсальные компетенции</i>	
P1	Осуществлять коммуникации в профессиональной среде и в обществе в целом, в том числе на иностранном языке, разрабатывать документацию, презентовать и защищать результаты комплексной экономической деятельности.
P2	Эффективно работать индивидуально, в качестве члена команды, состоящей из специалистов различных направлений и квалификаций, с делением ответственности и полномочий за результаты работы и готовность следовать корпоративной культуре организации
P3	Демонстрировать знания правовых, социальных, этических и культурных аспектов хозяйственной деятельности, осведомленность в вопросах охраны здоровья и безопасности жизнедеятельности.
P4	Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности
P5	Активно пользоваться основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией в глобальных компьютерных сетях
<i>Профессиональные компетенции</i>	
P6	Применять знания математических дисциплин, статистики, бухгалтерского учета и анализа для подготовки исходных данных проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на основе типовых методик с учетом действующей нормативно-правовой базы;
P7	принимать участие в выработке и реализации для конкретного предприятия рациональной системы организации учета и отчетности на основе выбора эффективной учетной политики, базирующейся на соблюдении действующего законодательства, требований международных стандартов и принципах укрепления экономики хозяйствующего субъекта;
P8	Применять глубокие знания основ функционирования экономической системы на разных уровнях, истории экономики и экономической науки для анализа социально-значимых проблем и процессов, происходящих в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем
P9	Строить стандартные теоретические и эконометрические модели исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к области профессиональной деятельности, прогнозировать, анализировать и интерпретировать полученные результаты с целью принятия эффективных решений.
P10	На основе аналитической обработки учетной, статистической и отчетной информации готовить информационные обзоры, аналитические отчеты, в соответствии с поставленной задачей, давать оценку и интерпретацию полученных результатов и обосновывать управленческие решения.
P11	Внедрять современные методы бухгалтерского учета, анализа и аудита на основе знания информационных технологий, международных стандартов учета и финансовой отчетности
P12	осуществлять преподавание экономических дисциплин в общеобразовательных учреждениях, образовательных учреждениях начального профессионального, среднего профессионального, высшего профессионального и дополнительного профессионального образования.
P13	Принимать участие в разработке проектных решений в области

Код	Результат обучения
	профессиональной инновационной деятельности предприятий и организаций, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий
P14	Проводить теоретические и прикладные исследования в области современных достижений экономической науки в России и за рубежом, ориентированные на достижение практического результата в условиях инновационной модели российской экономики
P15	Организовывать операционную (производственную) и коммерческую деятельность предприятия, осуществлять комплексный анализ его финансово-хозяйственной деятельности использовать полученные результаты для обеспечения принятия оптимальных управленческих решений и повышения эффективности.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки 38.03.01 Экономика

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель ООП

(Подпись)(Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Инвестиционная активность промышленных предприятий (бакалаврской работы/магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
Д-3Б4Б1	Буянов П.Г.

Тема работы:

Утверждена приказом директора (дата, номер)	№ 227/С от 25.03.2019 г.
---	--------------------------

Срок сдачи студентом выполненной работы:	31.05.2019 г.
--	---------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Исходные данные к работе (наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).	Объектом исследования является становление рынка веб-сайтов в российской экономике на примере ООО «НИКОЛАС ГРУП».
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов (аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).	Предметом исследования является характеристика, специфика, регулирование и перспективы развития рынка веб-сайтов

Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей)	Определить перспективы развития рынка веб-сайтов в сфере IT-услуг в России и за рубежом.
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы (с указанием разделов)	
Раздел	Консультант
Корпоративная социальная ответственность	Ермушко Ж.А.
Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:	
на русском	

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	01.02.2019г.
---	--------------

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
профессор	Барышева Галина Анзельмовна.	д. э. н., профессор		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
Д-3Б4Б1	Буянов П.Г.		

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит 84 страниц, 21 рисунок, 10 таблиц, 87 использованных источников.

Ключевые слова: цифровая экономика, рынок, конкуренция, веб-сайт, технологии, web-дизайнер, хостинг.

Объектом исследования является становление рынка веб-сайтов в российской экономике на примере ООО «НИКОЛАС ГРУП».

Предметом исследования является характеристика, специфика, регулирование и перспективы развития рынка веб-сайтов.

Цель работы заключается в исследовании рынка веб-сайтов в сфере IT-услуг в современной экономике.

Из предмета, объекта и цели работы вытекает следующий ряд задач:

- 1) раскрыть понятие, классификацию, роль и значение веб-сайтов в сфере IT-услуг в современной экономике;
- 2) рассмотреть основные характеристики рынка веб-сайтов в сфере IT-услуг (субъекты рынка, конкурентная среда, ценообразование);
- 3) дать экономическую характеристику предприятия по разработке веб-сайтов в сфере IT-услуг (на примере ООО «НИКОЛАС ГРУП»);
- 4) проанализировать ограничения, регулирование и экономические последствия развития рынка веб-сайтов;
- 5) определить перспективы развития рынка веб-сайтов в сфере IT-услуг в России и за рубежом.

В процессе исследования проводились анализ, сравнение и сопоставление статистических и отчетных данных.

В результате исследования определены перспективы развития рынка веб-сайтов в современной экономике России и сделаны практические выводы и рекомендации.

Содержание

Реферат.....	7
Содержание	8
Введение.....	9
1 Характеристика и основные особенности формирования рынка веб-сайтов в сфере IT-услуг в российской экономике	12
1.1 Понятие, классификация, роль и значение веб-сайтов в современной экономике.....	12
1.3 Экономическая характеристика предприятия по разработке веб-сайтов (на примере ООО «НИКОЛАС ГРУП»)	33
2 Экономические последствия и перспективы развития рынка веб-сайтов в современной экономике	44
2.1 Анализ ограничений, регулирования и экономических последствий развития рынка веб-сайтов.....	44
2.2 Перспективы развития рынка веб-сайтов в России и за рубежом	49
3 Социальная ответственность.....	74
Заключение	78
Список используемых источников.....	82

Введение

Интернет - это глобальная компьютерная сеть, охватывающая весь мир. На данный момент времени интернет имеет более 400 миллионов абонентов в более чем 150 странах мира. Ежемесячно размер сети увеличивается на 7-10%. Интернет образует ядро, обеспечивающее связь различных информационных сетей, принадлежащих различным учреждениям во всем мире и состоит из множества локальных и глобальных сетей, принадлежащих различным компаниям и предприятиям, связанных между собой различными линиями связи. Интернет можно представить себе в виде мозаики сложенной из небольших сетей разной величины, которые активно взаимодействуют одна с другой, пересылая файлы, сообщения и т.п.

Объектом исследования является становление рынка веб-сайтов в российской экономике на примере ООО «НИКОЛАС ГРУП».

Предметом исследования является характеристика, специфика, регулирование и перспективы развития рынка веб-сайтов.

Цель работы заключается в исследовании рынка веб-сайтов в сфере IT-услуг в современной экономике.

Из предмета, объекта и цели работы вытекает следующий ряд задач:

- 1) раскрыть понятие, классификацию, роль и значение веб-сайтов в сфере IT-услуг в современной экономике;
- 2) рассмотреть основные характеристики рынка веб-сайтов в сфере IT-услуг (спрос, предложение, конкурентная среда, ценообразование) ;
- 3) дать экономическую характеристику предприятия по разработке веб-сайтов в сфере IT-услуг (на примере ООО «НИКОЛАС ГРУП»);
- 4) проанализировать ограничения, регулирование и экономические последствия развития рынка веб-сайтов;
- 5) определить перспективы развития рынка веб-сайтов в сфере IT-услуг в России и за рубежом.

Для того, чтобы успешно конкурировать и зарабатывать во всемирной сети современные компании прибегают к услугам IT-компаний (веб-мастеров и веб-студий).

Очевидно, что в ближайшие годы российский рынок IT-услуг ждут значимые изменения. В этих условиях каждому его участнику важно быть внимательным к трендам развития этой сферы деятельности, появлению новых видов продуктов и сервисов. На сегодняшний день рынок IT-сервисов России динамично развивается, несмотря на то что, по данным Gartner, составляет всего 0,5% мирового рынка. Многие эксперты говорят о его стабильном росте и перспективах, которые откроются перед компаниями и потребителями в рамках реализации национальных проектов.

Инновации в современном мире не просто связаны с возможностями цифровых технологий, но и во многом основаны на них. В силу высокой зависимости экономики России от сырьевых рынков, которые сейчас находятся в структурно новой реальности, стране все труднее оставаться на конкурентной траектории. Можно ли решить эту проблему, следуя по пути относительного нового направления «цифровой экономики».¹

Реализация проекта осуществляется до 2024 г. в соответствии с целями, задачами, направлениями, объемами и сроками реализации основных мер государственной политики РФ по созданию необходимых условий для развития цифровой экономики, в которой данные в цифровой форме являются ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности, что повышает конкурентоспособность страны, качество жизни граждан, обеспечивает экономический рост и национальный суверенитет.

Цифровая экономика представлена тремя уровнями, которые в своем тесном взаимодействии влияют на экономику в целом:

¹ Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс]. - URL: <http://government.ru/info/35568/>. (дата обращения: 01.06.2019.)

- рынки и отрасли экономики, где осуществляется взаимодействие конкретных субъектов (поставщиков и потребителей товаров, работ и услуг);
- платформы и технологии, где формируются компетенции для развития рынков и отраслей экономики;
- среда, которая создает условия для развития платформ и технологий и эффективного взаимодействия субъектов рынков и отраслей экономики и охватывает нормативное регулирование, информационную инфраструктуру, кадры и информационную безопасность.²

²ОКВЭД-2 (ОК 029-2014). [Электронный ресурс]. - URL: <https://classinform.ru/okved2/kod-63.11.9.html>. (Дата обращения: 02.05.2019.)

1 Характеристика и основные особенности формирования рынка веб-сайтов в сфере IT-услуг в российской экономике

1.1 Понятие, классификация, роль и значение веб-сайтов в современной экономике

В Системе национального счетоводства в рамках основного классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД) предусмотрено предоставление услуг по размещению информации (Код ОКВЭД 63.11.9). Эта группировка включает:

- функционирование web-сайтов с использованием поисковой системы для создания и поддержки обширной базы данных Интернет-адресов, содержащихся в легко доступной форме;
- функционирование прочих web-сайтов, которые действуют как порталы информационно-коммуникационной сети Интернет (например, медиа-сайты, предлагающие периодически обновляемое содержание, СМИ, размещаемые в Интернете);
- издание книг, газет, журналов и т.д. через информационно-коммуникационную сеть Интернет;
- вещание через информационно-коммуникационную сеть Интернет.³

В настоящее время количество новых сайтов увеличивается с высокой скоростью. Именно поэтому, основной задачей, стоящей при разработке сайта – сделать его максимально привлекательным для потенциальных пользователей и придать ему индивидуальность. На заре развития интернета можно было привлечь достаточно большое количество посетителей на сайт, не прикладывая к его разработке больших усилий и без особых материальных затрат. В условиях возросшей конкуренции функциональность сайта, его стиль и запоминаемость играют очень большую

³ОКВЭД-2 (ОК 029-2014). [Электронный ресурс]. - URL: <https://classinform.ru/okved2/kod-63.11.9.html>. (Дата обращения: 02.05.2019).

роль. Ведь независимо от того создается сайт для представления какой-либо фирмы или просто для заработка на рекламе, основной его функцией является привлечение как можно большего количества клиентов. Для достижения поставленной цели важен правильный подход к выбору стратегии и исполнителей.

Веб-сайт (англ. Website, от web - паутина и site - «место») - в компьютерной сети объединённая под одним адресом совокупность документов частного лица или организации. Все сайты располагаются в сети Интернет и в совокупности составляют Всемирную паутину. Для прямого доступа клиентов к веб-сайтам на серверах был специально разработан протокол HTTP. Веб-сайты иначе называют Интернет-представительством человека или организации. «Своя страничка в Интернет» - это веб-сайт или личная страница в составе чужого сайта. В сети Интернет так же доступны WAP-сайты для мобильных телефонов.⁴

Изначально веб-сайты представляли из себя совокупность статических документов. В настоящее время большинству из них свойственна динамичность и интерактивность. Для таких случаев специалисты используют термин веб-приложение - готовый программный комплекс для решения задач веб-сайта. Веб-приложение входит в состав веб-сайта, но веб-приложение без данных сайта является только техническим и экономической значимости не имеет.

В большинстве случаев в Интернете одному веб-сайту соответствует одно доменное имя. Именно по доменным именам сайты идентифицируются в глобальной сети. Возможны иные варианты: один сайт на нескольких доменах или несколько сайтов под одним доменом. Обычно несколько доменов используют крупные сайты (веб-порталы) чтобы логически разделить разные виды предоставляемых услуг (mail.yandex.ru, news.yandex.ru, auto.yandex.ru). Нередки и случаи выделения отдельных доменов для разных

⁴Наумов А.А., Бах С.А. Информационная среда. Синтез, анализ, моделирование и оптимизация. - Новосибирск: ОФСЕТ, 2017. – С.307.

стран или языков. Например, google.ru и google.fr логически являются сайтом Гугла на разных языках, но технически это разные сайты. Объединение нескольких сайтов под одним доменом характерно для бесплатных хостингов. Для идентификации сайтов в адресе после указания хоста стоит тильда и имя сайта: example.com/~my-site-name/.⁵

Аппаратные сервера для хранения веб-сайтов называются веб-серверами. Сама услуга хранения называется веб-хостингом. Раньше каждый сайт хранился на своём собственном сервере, но с ростом Интернета технологическим улучшением серверов на одном компьютере стало возможно размещение множества сайтов (виртуальный хостинг). Сейчас сервера для хранения только одного сайта называются выделенными (англ. dedicated).

Один и тот же сайт может быть доступен по разным адресам и хранится на разных серверах. Копия оригинального сайта в таком случае называется зеркалом. Существует так же понятие оффлайновая версия сайта - это копия сайта, которая может быть просмотрена на любом компьютере без подключения к компьютерной сети и использования серверного ПО.⁶

На рынке сегодня существуют многочисленные виды сайтов в соответствии с целями, которым они служат. На данное время, когда в глобальной паутине имеется более 300 миллионов функционирующих веб-сайтов, становится не так просто классифицировать их, не все сайты однозначно могут попадать в ту или иную категорию. Сайты могут существенно различаться и удовлетворять различные потребности: информационные, коммерческие, здоровье, технологии и т.д. Сайты можно классифицировать следующим образом: ⁷

⁵Советов Б.Я. Информационные технологии: теоретические основы: Учебное пособие / Б.Я. Советов, В.В. Цехановский. - СПб.: Лань, 2016. –С.248.

⁶Ивасенко А.Г., Гридасов А.Ю., Павленко В.А. Информационные технологии в экономике и управлении: Учебное пособие. - М.: КноРус, 2013. – С.58.

⁷Тихонов Э.Е. Информационные технологии в управлении: учебное пособие. — Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2015. – С.290.

1. Корпоративные сайты. Этот вид сайтов также известен как бизнес сайты, предоставляющие информацию для потребителей о компании, а также предоставляющие контактные телефоны и адрес, для заключения сделки или оказания услуг. Корпоративные веб-сайты полезны для компаний, которые планируют использовать веб-сайт как инструмент маркетинга. Такие средства удобны тем, что компания может публиковать коммерческую или иную, интересную потребителям информацию в кратчайшие сроки. Каждая крупная и уважающая себя компания имеет свой сайт в Интернете.

2. Персональные сайты. Персональные сайты, принадлежащие физическим лицам, с их личным профилем. Размещающих на сайте то, что их интересует. Обычно такие сайты могут представлять какое-либо хобби их владельцев, к примеру: “мои животные”, “моя работа”, “мои фотографии”.

3. Сайты электронной коммерции. Это главным образом деловые веб-сайты, которые позволяют вам совершать покупки за границами вашего дома. Это электронные площадки для любителей Интернет магазинов, а для бизнесменов это - отличный способ ведения дела без организации дорогого магазина. Примеры сайтов электронной коммерции: Amazon, Ebay и тому подобные.

4. Социальные сети. Подобные виды сайтов занимают сегодня первое место по посещаемости, так как они созданы исключительно для общения, поиска друзей и прочего социального взаимодействия. Помимо общения, еще есть возможность ведения бизнеса и персонального использования для различного рода агитаций в сети. Некоторые примеры: Facebook, «В контакте», «Одноклассники».

5. Сайты обмена фотографиями и картинками. Эти сайты позволяют людям загружать в Интернет свои фотографии или любые другие картинки. Они, как правило, бесплатны для использования, так что многие пользователи могут поделиться своими фотоизображениями в сети или просто хранить свои фотоальбомы на надежных серверах (radikal.ru).

6. Брошюры. Брошюры предоставляют пользователю необходимую информацию о продуктах компании, сколько стоит тот или иной товар, какие его технические характеристики или иные свойства. Однако в отличие от веб-сайтов электронной коммерции, у них нет системы для удобной покупки вещей онлайн. Эти сайты скорее ведут вас к розничному магазину компании.

7. Блоги. Блог - это форма сетевого журнала. Такие виды сайтов весьма популярны, потому что обеспечивают индивидуальную прямую связь с читателями. И читатели могут оставлять автору свои отзывы, а также делиться собственными мнениями по поводу записей, размещенных на блоге. Эти сайты стали одной из маркетинговых стратегий для многих компаний. Многие спортсмены, бизнесмены, артисты используют блоги, чтобы общаться со своей аудиторией.

8. Новостные веб-сайты. В дни технологического развития, каждая газета или журнал имеет своё Интернет издание. Новостные веб-сайты, позволяют пользователям со всего мира, иметь доступ к последним новостям. Такие виды сайтов весьма удобны для многих пользователей, потому как могут агрегировать в себе новости из множества источников различных направлений (lenta.ru, mk.ru).

9. Правительственные и муниципальные веб-сайты. Все ветви власти имеют свои собственные веб-сайты, таким образом, информация предоставляется общественности на регулярной основе. Такие виды сайтов могут приблизительно показывать уровень развития информационных технологий в каждой стране и обязаны служить для удобства граждан в оперативном получении подлинной и необходимой информации (gosuslugi.ru, kremlin.ru).

10. Контент сайты. Эти сайты являются одними из самых полезных сайтов в Интернете, когда дело дойдет до получения информации по самым разнообразным темам. Такие сайты создаются обычно в соответствии с определенной тематикой или направлением и освещают вопросы только в пределах своей тематической группы.

11. Сервисы. Веб-ресурсы, которые все больше пользуются популярностью среди веб-мастеров и пользователей. Сайты-сервисы представляют собой своего рода программное обеспечение, с помощью которого у пользователей появляются возможности обрабатывать тексты, музыку, видео, искать данные в различных базах разнообразными методами, пользоваться услугами органайзеров, переводчиков, интерактивных обучающих программ и многое другое. Такие крупные поисковые порталы как Google и Яндекс, предоставляют пользователям множество различных сервисных услуг.

12. Flash сайты. Это один из самых популярных видов сайтов на сегодня. Вместе с текстом, они позволяют размещать видео. Flash-сайты развиты в графике и представляют собой отличный способ Интернет маркетинга, так как люди воспринимают видео лучше, чем текстовую рекламу. YouTube лишь один из примеров, как с текстом можно смотреть видео, чтобы описать продукт.

На сегодняшний день информация как ресурс имеет главное значение для экономики. Повышение роли информации произошло в XX веке, когда бурно развивалась наука и техника. История развития общества насчитывает несколько революций информационного типа, т.е. преобразований отношений в обществе в результате значимых изменений в области обработки информации. Подобные преобразования привели к приобретению обществом новых качеств.

Первая информационная революция связывается с изобретением письменности, что послужило скачком к качественному и количественному развитию. Появились возможности передачи информации и знаний из одного поколения в другое.

Вторая революция произошла в результате изобретения книгопечатания, позволившего радикально изменить индустриальное общество, а также его культуру и организацию деятельности.

Для третьей революции характерно изобретение электричества, благодаря которому появляются телеграф, радио, телефон, которые позволяют осуществлять оперативную передачу и накопление информации в любых объемах.

При четвертой революции изобретаются микропроцессорные технологии и появляются персональные компьютеры. Создаются компьютеры, компьютерные системы и сети на основе микропроцессоров и интегральных схем.⁸

Пятая революция характеризуется началом внедрения во всех сферах инфокоммуникационных сетей и их объединением, повсеместно используются информационные технологии.

Создание и поисковое продвижение сайта в понимании одних исполнителей это довольно примитивная, шаблонная деятельность, а других – ответственная работа «рука об руку» с заказчиком. Если рядовому пользователю сети Интернет еще возможно начинать с примитивного дешевого сайта (например, 300 руб.), то компаниям, ориентирующимся на рыночный успех, необходим качественный веб-ресурс. Добротный корпоративный сайт не может стоить дешевле 25 тыс. рублей. С заказом на создание корпоративного интернет-ресурса лучше всего справляется веб-студия, поскольку задача это комплексная, в ее решении участвует не один, а несколько человек:

- менеджер по проектам, который ведет переговоры с клиентом, вносит правки в технические задания исполнителям;
- веб-дизайнер, создающий дизайн страниц сайта;
- веб-разработчик, который «собирает» его из отдельных элементов, а также разрабатывает специальные приложения по заданию клиентов;
- копирайтер, создающий тексты и новости, описания к позициям каталогов;

⁸Гаврилов М.В., Климов В.А. Информатика и информационные технологии: Учебник для прикладного бакалавриата. - Люберцы: Юрайт, 2016. – С.256.

– бухгалтер, аккумулирующий расходы на создание ресурса.

Пятая информационная революция на первый план выдвигает новую отрасль – информационную индустрию, которая связана с производством, обработкой и передачей информации. Составляют информационную индустрию различные виды информационных и телекоммуникационных технологий.

При стремительном росте потоков информации и их широкомасштабном использовании в качестве средства коммуникации первостепенное значение имеют проблемы интеллектуализации общественной деятельности, развития и внедрения инновационных технологий, которые основаны на эффективном применении знаний в качестве ресурса развития всего общества.

Переход к экономике информационного типа не ограничен лишь созданием сети Интернет. Сеть Интернет является основой формирования нового типа экономических отношений как электронная коммерция и электронный бизнес.

Сложно переоценить значение сайтов в современном мире, ведь именно благодаря им люди получили превосходные условия для обучения, работы и, конечно же, развлечений. Именно на сайтах можно найти необъятное количество полезной и интересной информации, весело провести время на развлекательных сайтах, пообщаться с друзьями в социальных сетях, найти хороший фильм, сериал или музыкальные композиции. Сайты появились сравнительно недавно, а именно в 1990 году, что по меркам истории вообще пустяк. В то время сайты считались диковинкой, и представляли они простенькие странички, порой разбавленные гиперссылками для перехода на другие странички.⁹

В наше время сайты стали неотъемлемой частью подавляющего большинства людей, ведь именно в сети мы проводим немалую часть своей

⁹Корнеев И.К. Информационные технологии в работе с документами: Учебник / И.К. Корнеев. - М.: Проспект, 2016. – С.204..

жизни. Вся информация, которая находится на сайте, размещена на мощных серверах, обеспечивающих быстрый и бесперебойный доступ к сайту и всей его информации и контента. Эти сервера называются хостингом, в сети довольно часто можно встретить словосочетание хостинг сайтов или хостинг купить.

Работоспособность сайтов зависит от компетенции программиста и web-дизайнера, надёжности самого хостинга. Существует всего 2 вида хостинга – платный и бесплатный, и в зависимости от этого их характеристики могут существенно отличаться. Для управления контентом сайтов могут использоваться разные системы управления, которые выбираются в зависимости от вида сайта.

Существует множество видов сайтов, начиная от одностраничных сайтов и заканчивая огромными порталами, которые ежедневно посещают сотни тысяч пользователей по всему миру. Одним из наиболее распространённых видов сайтов являются развлекательные порталы, где можно посмеяться со смешных картинок и видеороликов, почитать интересные новости и истории, поиграть в простенькие игры и многое другое. Для таких сайтов обычно используется платный хостинг, поскольку для их работы необходимы немалые мощности и ресурсы, которые вряд ли смогли бы предложить бесплатные хостинги. Во многих случаях развлекательные сайты и другие их разновидности используют хостинг для Joomla.

Немалую нишу интернет-пространства занимают новостные сайты: местные региональные и межнациональные информационные порталы. На таких сайтах обычно имеется много разделов и подразделов, где собрано множество разноплановых статей. Как правило, крупные информационные сайты не используют дешёвый хостинг, доверяя всю информацию и контент исключительно проверенным гигантам мирового хостинга.

Чрезвычайно полезными стали интернет-магазины, позволяющие покупать необходимые товары, не вставая с рабочего кресла или удобного

домашнего дивана. На таких сайтах можно пролистать ассортимент и подобрать нужную вещь, будь то USB-светильник, пицца или холодильник. Для интернет-магазинов также важен web-хостинг, поскольку сайт должен работать всегда, даже при большом наплыве потенциальных покупателей. Это важный аспект успешной работы магазина, поскольку покупатель может не дожидаться, пока загрузится страничка и перейти по другой ссылке в другой магазин, что в свою очередь означает потерю клиента.¹⁰

В интернет-магазинах часто используется хостинг для wordpress. Важную роль на рынке играют сайты-форумы, где формируются отношения с множеством пользователей, игровых порталах с многотысячными армиями геймеров, персональных проектах, корпоративных сайтах.

Таким образом, анализ веб-сайтов в сфере IT-услуг свидетельствует о формировании нового электронного рынка, требует анализа информации о поведении рынка и конкурентов на нем, моделирования психологических реакций потребителя на рынке в информационной сфере экономической деятельности.

1.2 Основные характеристики рынка веб-сайтов в сфере IT-услуг

IT-отрасль — наиболее динамично развивающийся сегмент сектора ИКТ и экономики в целом. Вместе с тем её доля в ВВП России по итогам 2017 года невелика — 0,9%. Отрасль формирует 1,1% ВДС предпринимательского сектора (в Эстонии, Финляндии, Швеции, Великобритании — 3–3,4%).

О положительных тенденциях в развитии отрасли свидетельствует рост её экспортного потенциала. По итогам 2017 года, впервые за последние 9 лет во внешней торговле компьютерных услуг экспорт хоть и незначительно (на 0,5%), но превысил импорт: объем экспорта — 3417 млн долл. США,

¹⁰Мамонова Т.Е. Информационные технологии: лабораторный практикум: Учебное пособие для прикладного бакалавриата / Т.Е. Мамонова. - Люберцы: Юрайт, 2016. – С.176.

импорта — 3398 млн долл. США. По сравнению с 2016 г. эти показатели выросли на 28 и 11% соответственно.¹¹

Самые высокие темпы роста реализации продукции собственного производства демонстрируют организации, осуществляющие деятельность по обработке данных, предоставлению услуг по размещению информации (114% к 2016 г. в постоянных ценах), разработке компьютерного программного обеспечения (113%). Результаты консультативной деятельности в области компьютерных технологий выросли на 7%, деятельности по управлению компьютерным оборудованием — не превысили уровень 2016 г. (97%).

В структуре продукции собственного производства ИТ-отрасли около 45% занимают услуги по разработке и тестированию программного обеспечения (ПО), четверть — услуги по обработке данных, размещению информации.

Число компаний, разрабатывающих сайты в зоне.ru, постоянно растет. Поскольку порог для входа на рынок низкий, требуется пара первых заказчиков, чтобы открыть студию. Новые фирмы появляются каждую неделю. По статистике 80% из них ждет крах в первые полгода-год работы. Но вместо того чтобы закрыться, новички продолжают пассивно существовать в ожидании случайных заказов. Их владельцы уже в статусе фрилансера продляют хостинг портфолио, а тем временем пробуют себя в других сферах. Из-за «мертвых душ» общее число участников рынка выглядит внушительным. В реальности основные объемы заказов приходятся на значительно меньший круг фирм.

За последние 10–15 лет портрет типичной веб-студии не поменялся, среднегодовой оборот и количество денег на рынке тоже не поменялись (если

Информационные технологии [Электронный ресурс]. - URL: [https://sdelanounas.ru/blogs/114088/..](https://sdelanounas.ru/blogs/114088/)
(Дата обращения: 02.06.2019).

говорить о деньгах, привязанных к доллару, и учитывать курс валют в то время и сейчас).

В каталогах CMS Magazine на 2017 г. было зарегистрировано около 2500 веб-студий и 250 SEO-компаний, специализирующихся на услугах поискового продвижения сайтов. Списки веб-разработчиков были составлены и верифицированы при участии партнеров — студий и обозревателей рынка в Москве и во всех крупных регионах России. Из 2500 зарегистрированных в каталоге компаний около 40% реагируют на информационные запросы и около 2000 подают признаки жизни.

Большая часть веб-студий сконцентрирована в столицах и регионах с высоким уровнем проникновения широкополосного доступа в интернет. В Москве расположены офисы 38% всех разработчиков Рунета, 12% компаний прописаны в Санкт-Петербурге, 5% в Екатеринбурге, 4% в Новосибирске и по 1-2% (или 30-40 веб-студий) приходится крупные российские города.

В данный момент типичная веб-студия — это 5–15 штатных специалистов. Она работает на рынке 5–10 лет, имеет около 10–20 постоянных клиентов и делает по одному–два проекта в месяц. Перечислим несколько основных и старейших игроков.

Вход на рынок веб-разработок до сих пор не требует больших временных и финансовых затрат, входными барьерами являются профессиональные компетенции с информационной сфере. Если есть компьютер, интернет, знания в программировании, то можно создавать микро веб-студию, делать заказы и начинать свое дело.

Сейчас на рынке 13 тыс. студий, основной пирог делят 200–300 компаний. Остальные — фрилансеры-одиночки, имеющие хорошую специализацию в одной области, либо мелкие веб-студии, которые состоят из трех–четырех человек и хорошо делают только продукты одного вида (например, сайты на «1С-Битрикс»). И веб-студии, которые работают на субподряде у крупных компаний. Для молодых предпринимателей это отличная ниша для старта.

Аудитория Рунета в 2018 году выросла на 3% относительно предыдущего года и составила 90 млн человек или 74% населения страны. 86% населения России пользуются интернетом каждый день.

Сейчас очень интенсивно идет работа над созданием представительств в сети Интернет. Это разработка сайтов и порталов в ценовых категориях до \$1500 (минимальная стоимость – от \$350-400). Такие проекты являются либо пилотными, либо корректировками неудачных самостоятельных попыток создания ресурса.¹²

На втором месте по востребованности на рынке веб-разработок находится редизайн, либо обновление существующей площадки. Связаны такие желания с необходимостью расширения функционала, подключением новых модулей в структуру сайтов, желанием получить реальную отдачу от созданного представительства в мировой паутине. Упор также делается на возможность дальнейшего самостоятельного управления (использование CMS), простоту и удобство (usability).

Что касается ценовых категорий, то они существенно разнятся, в зависимости от сложности задач и требований к продуктам, а также от уровня и профессионализма исполнителей. Так, простую «визитку» отдельные исполнители берутся выполнить от \$50. Полноценный представительский сайт обходится в \$600 и выше, а коммерческая электронная площадка может стоить и \$5000.

На рынке веб разработок явно прослеживается сближение стоимости работы опытных фрилансеров и среднего уровня студий. Некоторые агентства, которые находятся в сотрудничестве с провайдерами, откровенно демпингуют, получая клиентов на другие услуги (хостинг, доступ и т.п.).

¹²Информационные технологии [Электронный ресурс]. - URL: [https://sdelanounas.ru/blogs/114088/..](https://sdelanounas.ru/blogs/114088/)
(Дата обращения: 02.06.2019).

Рейтинг представлен в виде ТОП-100 ведущих веб-студий русскоязычной части Интернета. На рис. 1 показаны разработчики русскоязычных сайтов с офисами в России и странах СНГ.¹³

№	Компания	Проектов	Балл
1	Actis Wunderman	123	3.26
2	Студия Артемия Лебедева	116	2.87
3	РБК СОФТ	84	2.85
4	Айтекс	777	2.10
5	Текарт	176	1.78
6	Astronim*	164	1.34
7	Группа МАХАОН	40	1.30
8	Quantum Art	41	1.17
9	АИСТ	46	0.96
10	Articul Media	33	0.94

Рисунок 1 – ТОП-10 веб-студий Рунета

Средний пользователь проводит в сети более 3 часов в день, из которых порядка 100 минут составляет desktop-web, 98 минут уходит на мобильные приложения и 24 минуты на mobile-web. Увеличение частоты использования интернета наряду с ростом времени, проводимом пользователями в сети, являются основными аудиторными трендами 2018 года. Еще один важный тренд, продолжающийся уже несколько лет - увеличение доли мобильной аудитории. В 2017 году аудитория интернета на мобильных устройствах в России впервые обогнала аудиторию на стационарных компьютерах, в 2018 году этот тренд сохранился. В 2018 году mobile опередил desktop и по эксклюзивной аудитории на устройствах.¹⁴

¹³ ТОП-100 ведущих веб-студий русскоязычной части Интернета. [Электронный ресурс]. - URL: <https://tagline.ru/digital-production-rating/>. (Дата обращения: 02.06.2019).

¹⁴Маркова В.Д. Информационные технологии: сущность и инновационная составляющая // Проблемы современной экономики. – 2016. – № 21. – С. 38-42.

Сегмент маркетинга и рекламы является самым большим по структуре сегментом интернет-экономики. В составе данного сегмента анализируются пять рынков:

- 1) рынок контекстной рекламы (поисковая реклама, а также performance, CPA, таргетированная реклама в соцсетях, лидогенерация);
- 2) рынок медийной рекламы (услуги по размещению рекламы внутри медиаконтента);
- 3) рынок web-разработки и мобильной рекламы (услуги в области разработки интернет-сайтов и мобильных приложений, включая дизайн и стиль, тестирование и проектирование их «юзабилити» и т.д.);
- 4) рынок видеорекламы (услуги по размещению видеорекламы внутри размещаемого видеоконтента: на хостингах видео, в онлайн-кинотеатрах);
- 5) рынок контент-маркетинга (услуги по продвижению товаров и услуг, связям с общественностью в социальных медиа, а также услуги аналитических сервисов, услуги в области улучшения «видимости» сайтов в результатах поиска через поисковые системы и магазины приложений (не включая таргетированную рекламу).

Сегмент маркетинга и рекламы в интернет-экономике в 2018 году вырос на 17,3% и составил 292,9 млрд руб. В составе сегмента по-прежнему высокими темпами растет рынок видеорекламы, однако по темпам роста его догнал (и обогнал) рынок контент-маркетинга и маркетинга в социальных сетях.¹⁵

Сегмент электронной коммерции объединяет три взаимосвязанных рынка, которые используют интернет как платформу для продажи товаров и услуг: онлайн-ритейл; интернет-продажа туристических услуг; продажа услуг через интернет (включая платформы совместного потребления).

Отдельно оценивается рынок электронных платежных услуг (эквайринг, агрегаторы платежей, ОФД и т.д.), объем которого не

¹⁵ Интернета аналитика. [Электронный ресурс]. - URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/> (Дата обращения: 02.06.2019).

учитывается в общем объеме сегмента электронной коммерции из-за большой доли пересечения с другими рынками в части платежей за товары и услуги.



Рисунок 2 – Показатели сегмента электронной коммерции

По итогам 2018 года объем сегмента составил 1953,4 млрд руб. с ростом 17,3% относительно 2017 года(рис.2).¹⁶

Темпы роста немного замедлились по сравнению с периодом 2013-2017 года, когда сегмент в среднем рос на 30% в год. Это связано, в первую очередь, с замедлением темпов роста самого большого рынка в составе сегмента - рынка онлайн-ритейла, на который, в свою очередь оказывает влияние общее снижение покупательной способности населения.

¹⁶Интернета аналитика. [Электронный ресурс]. - URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/> (Дата обращения: 02.06.2019).

При этом довольно высокими темпами растет рынок услуг и сервисов в интернете, который в этом году было принято решение разбить на 3 отдельных направления: транспортные услуги и доставка готовой еды; билеты на мероприятия; профессиональные и бытовые услуги.

Лидер роста - рынок электронных платежных услуг, объем которого по итогам 2018 года увеличился на 37,7% и оценивается экспертами в 1125 млрд руб.¹⁷

В инфраструктурном сегменте анализируются следующие рынки:

- 1) рынок доменов (предоставление доменных имен в интернете);
- 2) рынок хостинга (кроме облачного, услуги по предоставлению вычислительных мощностей для размещения и хранения информации на серверах, постоянно находящихся в интернете);
- 3) рынок SaaS (модель продажи и использования программного обеспечения, при которой поставщик разрабатывает веб-приложение и самостоятельно управляет им, предоставляя заказчику доступ к программному обеспечению через интернет);
- 4) рынок инфраструктуры (услуги по предоставлению виртуализированной инфраструктуры и вычислительных мощностей, платформ для размещения, разработки и управления приложениями, базами данных, веб-сервисами, постоянно находящимися в интернет).

В 2018 году инфраструктурный сегмент продемонстрировал рост на 17,3%, его объем достиг 106,2 млрд руб. темпы роста сегмента сохранились на уровне прошлого года, основным драйвером роста сегмента являются рынки облачных услуг и технологий (рис. 3). Доверие к облачным сервисам со стороны бизнеса растет, и вслед за крупными компаниями удаленными дата-центрами и предоставляемыми ими сервисами начинают пользоваться и компании СМБ.

¹⁷Интернета аналитика. [Электронный ресурс]. - URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/> (Дата обращения: 02.06.2019.)



Рисунок 3 – Показатели инфраструктурного сегмента

При анализе сегмента цифрового контента учитываются объемы рынков:

1) онлайн-видео (продажа, прокат и подписка на доступ к потоковому вещанию легального видеоконтента через интернет, за исключением модели AVOD, которая учитывается в составе рынка видеорекламы сегмента Маркетинг и реклама);

2) онлайн-музыка (продажа, прокат и подписка на доступ к потоковому вещанию легального аудиоконтента через интернет)

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

4) электронные книги (продажа и подписка на электронные книги)

Объем сегмента цифрового контента по итогам 2018 года составил 75 млрд руб., рост 7,1% относительно 2017 года. По объёму самым большим рынком в составе сегмента остается рынок онлайн-игр, однако лидером по темпам роста уже несколько лет подряд является рынок электронных книг. Рост рынка цифрового контента стимулирует увеличение скорости передачи

данных, расширение числа доступных устройств, постепенное формирование у пользователей привычки платить за контент (рис.4).¹⁸



Рисунок 4 – Показатели сегмента цифрового контента

В 2018 году большинство клиентов делали упор на дизайн, нежели на какой-то нестандартный (сложный) функционал. Например, были запросы на реализацию главной страницы в формате лендинга, при этом сайт должен иметь развернутую структуру с подробным описанием товаров или услуг. Таких запросов много и в начале 2019 года.

В сфере заказной веб-разработки, с одной стороны, сайты становятся более «простыми» и стильными с точки зрения визуальных решений. Это актуально для интернет-магазинов, сайтов сервисов. С другой стороны, сформировался тренд на заказ сайтов в формате лендинга — такие сайты требуют авторского дизайна и тщательно продуманного UX.

Увеличивается спрос на создание сайтов под конкретные мероприятия, индивидуальный дизайн обязателен.

Нишу простых сайтов плотно заняли конструкторы. Если нужен простой лендинг с неприхотливым оформлением, большинство обратится к

¹⁸Интернета аналитика. [Электронный ресурс]. - URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/> (Дата обращения: 02.06.2019).

шаблонам на Tildane прибегая к комплексной CMS. Этот конструктор позволяет создать рабочую продающую страницу под рекламу.

Сегодня заказчики больше интересуются новостями digital, изучают поведение онлайн-пользователей и приходят к нам уже с конкретным видением задачи. Теперь они готовы посвящать время анализу наполнения адаптивных страниц, чтобы выделить для пользователей с мобильными устройствами самую важную информацию.

Наметился сдвиг в сторону комплексных решений. Теперь заказчику не нужен просто сайт или просто SEO. Большое внимание уделяют согласованности всех действий по продвижению: от единого фирменного стиля онлайн- и офлайн-материалов до разработки комплексной стратегии интернет-маркетинга. Помимо сайта идет запрос на его продвижение, разработку POS-материалов (ролл-апов, презентаций, макетов брошюр), дальнейшую поддержку и наполнение.

Клиентов интересует не сам факт создания сайта, а решение конкретных бизнес-задач. Потому очень часто вместе с сайтом заказывают услуги по брендингу, созданию иллюстраций, презентаций, оформлению КП, маркетинговой поддержке.

Разработка маркетинговой стратегии в 2019 году стало обязательным этапом работы над любым проектом в digital. Сайт без понимания того, как он будет окупаться и что с ним делать дальше, никому не нужен. И заказчики наконец стали это понимать. В 2019 году техническое задание для разработчиков должно основываться на стратегии интернет-маркетинга. Если интернет-маркетологи пришли к этому много лет назад, то клиенты начали осознавать это совсем недавно. Исчезли запросы на разработку сайта «чтобы просто был, потому что у всех есть».

Растут требования к качеству дизайна, количество запросов на разработку фирменного стиля — феноменальная конкуренция заставляет искать способы, чтобы выделиться на фоне пестрой массы.

Digital-инструменты становятся разнообразнее, задачи — сложнее. Потому повысились требования к итоговому результату и понятию «сайт под ключ». В большинстве своем заказчики не готовы заниматься наполнением, администрированием, продвижением сайта после его сдачи. У агентств полного цикла сейчас золотая пора.

Поиск все больше отдает предпочтение крупным и известным площадкам и все больше интегрирует свои сервисы в выдачу. Места для сайтов в топ-10 становится меньше, снижается CTR для других сайтов.

Еще недавно десктопную версию сайта системы сканирования, индексирования и ранжирования Google считали основной. С полным запуском mobile-first все стало иначе: адаптированная версия сайта попадает в индекс первой. При формировании выдачи теперь наблюдаются другие приоритеты: выше показывают сайты, оптимизированные под мобильные устройства.

Сейчас реально востребованы три категории продуктов на российском рынке веб разработок. Первые мы уже упоминали — это представительства фирм и компаний. От статического ресурса на несколько страниц с основной информацией (контакты, продукты, предложения) до полноценного представительства. Во втором случае, помимо общей информации, имеется возможность публиковать новости, каталоги, активно формировать заявки, получать обратную связь и т.п.

Следующая категория — коммерческая (сектор B2C), с помощью таких ресурсов осуществляется ведение реального бизнеса через использование возможностей, инструментов и сервисов в Интернете. Это может быть торговый автомат или магазин. Магазин позволяет не только формировать заказы, но и отслеживать их, принимать деньги сразу в нескольких системах электронных и банковских платежей. Причем основное преимущество состоит в полной автоматизации всех процессов.

Третья категория продуктов на рынке веб-сайтов — ресурсы, обеспечивающие ведение бизнеса (сектор B2B). Здесь сайт является только

составляющей проекта, его задача – обеспечить визуализацию процессов и информирование клиентов. Главное – специальная система управления, являющаяся не только полностью автоматизированной, но и «заточенной» под конкретные торговые отношения. Это могут быть специализированные площадки дилеров,

Пока система электронных платежей в России не получила глобального развития и находится в стадии становления. Отстают в развитии и услуги по оперативной доставке товаров. Поэтому площадки, ориентированные исключительно на электронную коммерцию, пользуются меньшим спросом.

Большие трудности вызывает и продвижение вновь созданных интернет проектов, привлечение в них целевой аудитории. Поэтому большинство запущенных площадок либо пока находятся в тестовых режимах, либо зарабатывают на контенте, рекламе и сопутствующих услугах.

Также особенностью действующего рынка веб-сайтов является деятельность отраслевых порталов, которые «отбивают» посетителей и создают реальную конкуренцию. Поэтому при освоении традиционным бизнесом сектора B2B часто начинают с создания собственных порталов.

Проведенный анализ рынка веб-сайтов в IT-сфере позволяет сделать следующие выводы: рынок динамично развивается, спрос увеличивается на качественные характеристики, занимает все больше сегментов, много участников формирует конкурентную цену.

1.3 Экономическая характеристика предприятия по разработке веб-сайтов (на примере ООО «НИКОЛАС ГРУП»)

ООО «НИКОЛАС ГРУП» зарегистрирована по адресу: 634009, Томская обл., город Томск, переулок Карповский, 13, ОФ.501.

Основной вид деятельности общества с ограниченной ответственностью «НИКОЛАС ГРУП» - деятельность по созданию и использованию баз данных и информационных ресурсов (63.11.1)

Уставный капитал - 60 000 руб.

Руководитель – Директор Соловьев Денис Александрович с 2.07.2003 г.

Общество с ограниченной ответственностью «НИКОЛАС ГРУП»
присвоен ИНН 7017074846, КПП 701701001, ОГРН 1037000134269 , ОКПО 70353450

Общество с ограниченной ответственностью «НИКОЛАС ГРУП» является юридическим лицом по действующему законодательству РФ, имеет обособленное имущество, учитываемое на самостоятельном балансе, расчетный и иные счета в любых финансово-кредитных учреждениях, печать со своим наименованием, эмблему и другие необходимые реквизиты.

Предприятие создано в целях получения прибыли в соответствии со ст.ст.87-94 Гражданского кодекса Российской Федерации, Федеральным Законом российской Федерации «Об обществах с ограниченной ответственностью», действующим законодательством, является коммерческой организацией хозяйственным обществом в форме общества с ограниченной ответственностью.

Дополнительные виды деятельности ООО «НИКОЛАС ГРУП»:

- 46.19 Деятельность агентов по оптовой торговле универсальным ассортиментом товаров;
- 46.51 Торговля оптовая компьютерами, периферийными устройствами к компьютерам и программным обеспечением;
- 62.09 Деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий, прочая.

Основными задачами деятельности ООО «НИКОЛАС ГРУП» является:

- 1) увеличение объема реализации получаемой прибыли за счет усилий по наращиванию объема услуг;
- 2) предоставление покупателям услуг максимальных благ;
- 3) повышение рентабельности;
- 4) тесное сотрудничество с поставщиками.

Организационная структура управления в ООО «НИКОЛАС ГРУП» представлена на рисунке 5

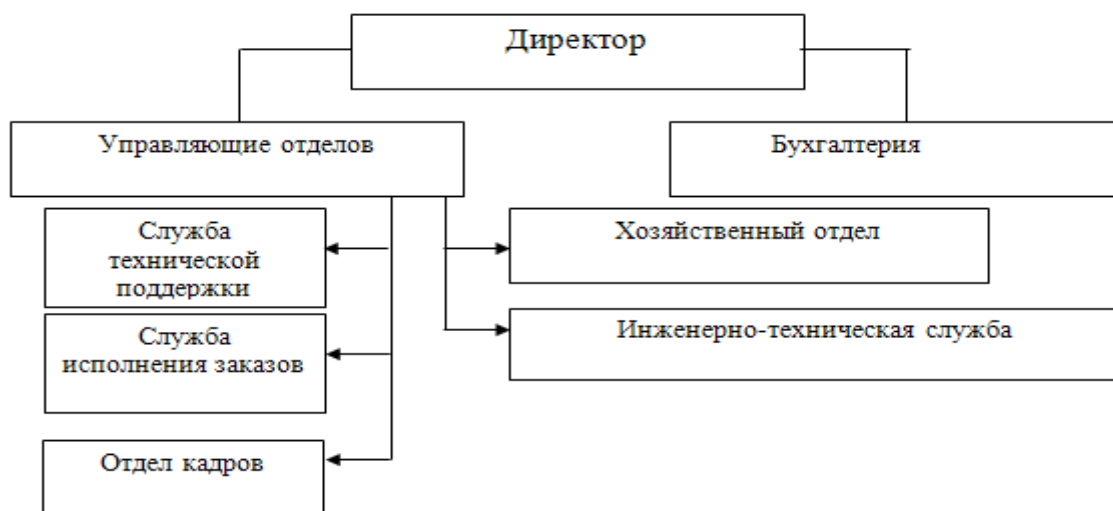


Рисунок 5–Организационная структура управления ООО «НИКОЛАС ГРУП»

Как видно из рисунка 1.5 организационная структура ООО«НИКОЛАС ГРУП»– линейно-функциональная. Высший уровень управления представлен директором, который принимает решения стратегического характера, занимается постановкой целей и задач.

Основные подразделения ООО «НИКОЛАС ГРУП»:

- АУП (административно-управленческое подразделение), в его составе: директор, управляющие отделов, старший администратор, завскладом.
- Бухгалтерия: главный бухгалтер, бухгалтер.
- Инженерно-техническая служба создает условия для функционирования санитарно-технического оборудования, электротехнических устройств, систем телевидения и связи.

Отдел кадров занимается приемом и увольнением сотрудников ООО «НИКОЛАС ГРУП», подбором и отбором персонала, а также работой с документацией.

Экономической работой в ООО «НИКОЛАС ГРУП»занимается экономист. В своей деятельности экономист ООО «НИКОЛАС

ГРУП» руководствуется: Уставом предприятия, Коллективным договором и должностной инструкцией.

Главная цель экономической деятельности в ООО «НИКОЛАС ГРУП» – наиболее полная реализация функций финансов путем укрепления экономического положения предприятия за счет повышения его рентабельности, прибыли, роста производительности труда, снижения затрат, повышения качества услуг и внедрения новых передовых технологий и достижений науки.

В управлении предприятием ООО «НИКОЛАС ГРУП» используется такая информационная система, как программа 1:С 7.7. Типовая конфигурация данной программы дописана, учитывая особенности бухгалтерского учета в ООО «НИКОЛАС ГРУП» в соответствии с утвержденной учетной политикой. Учетную политику предприятия формирует главный бухгалтер на основе ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации» и утверждает руководитель предприятия.

Приведенный в данном отчете анализ финансового положения и эффективности деятельности ООО «НИКОЛАС ГРУП» выполнен за период 01.01.2015–31.12.2017 г. (3 года).



Рисунок 6 – Основные финансовые показатели ООО «НИКОЛАС ГРУП» за 2012-17 гг.

Таблица 1 – Краткий анализ баланса

Финансовый показатель	Ед. изм.	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017
Чистые актив	тыс. руб.	2 017	2 507	2 859
Коэффициент автономии (норма: 0,5 и более)	%	0.7	0.67	0.69
Коэффициент текущей ликвидности (норма: 1,5-2 и выше)	%	3.3	3	3.3

Таблица 2 - Анализ финансовой устойчивости ООО«НИКОЛАС ГРУП» по величине излишка (недостатка) собственных оборотных средств за 2015-2017 гг.

Показатель собственных оборотных средств (СОС)	Ед. изм.	Значение показателя		Излишек (недостаток)*			
		на начало анализируемого периода (31.12.2014)	на конец анализируемого периода (31.12.2017)	2015 г.	2016 г.	2017 г.	на 31.12.2017
СОС ₁ (рассчитан без учета долгосрочных и краткосрочных пассивов)	тыс. руб.	0	3 313	—	—	—	+3 313
СОС ₂ (рассчитан с учетом долгосрочных пассивов; фактически равен чистому оборотному капиталу, NetWorkingCapital)	тыс. руб.	0	3 313	—	—	—	+3 313
СОС ₃ (рассчитанные с учетом как долгосрочных пассивов, так и краткосрочной задолженности по кредитам и займам)	тыс. руб.	0	3 313	—	—	—	+3 313

По всем трем вариантам расчета на 31.12.2017 наблюдается покрытие собственными оборотными средствами имеющихся у организации запасов, поэтому финансовое положение по данному признаку можно характеризовать как абсолютно устойчивое. Более того все три показателя покрытия собственными оборотными средствами запасов за весь рассматриваемый период улучшили свои значения.



Рисунок 7–Собственные оборотные средства (СОС) ООО «НИКОЛАС ГРУП» за 2014-17 гг.

Таблица 3 – Анализ соотношения активов ООО «НИКОЛАС ГРУП» по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения за 2017 гг.

Активы по степени ликвидности	На конец отчетного периода, тыс. руб.	Прирост за анализ. период, %	Норм. соотношение	Пассивы по сроку погашения	На конец отчетного периода, тыс. руб.	Прирост за анализ. период, %	Излишек/недостаток платеж. средств в тыс. руб.,
A1.	437	–	≥	П1.	81	–	+356
A2.	2 957	–	≥	П2.	0	–	+2 957
A3.	0	–	≥	П3.	0	–	–
A4.	0	–	≤	П4.	3 313	–	-3 313

Из таблицы видно, что имеется идеальное соотношение активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения.

За последний год годовая выручка ООО«НИКОЛАС ГРУП»составила 3 951 тыс. руб. Изменение выручки за рассматриваемый период (с 31 декабря 2014 г. по 31 декабря 2017 г.) составило +3 951 тыс. руб. Прибыль от продаж ООО «НИКОЛАС ГРУП»равнялась 3 431 тыс. руб. За весь анализируемый период рост финансового результата от продаж составил 3 431 тыс. руб.

Организация не применяет ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль», что допустимо в случае, если организация является субъектом

малого предпринимательства и вправе применять упрощенные способы ведения бухгалтерского учета.

Основные показатели отчетности за 2017 год (по данным ФНС):

- сумма доходов: 5 585 000,00 руб.
- сумма расходов: 4 927 000,00 руб.
- уплаченный налог на добавленную стоимость: 97 865,00 руб.
- уплаченный налог на прибыль: 129 761,00 руб.
- уплаченный задолженность и перерасчеты по отмененным налогам и сборам и иным обязательным платежам (кроме страх.взносов): 0,00 руб.
- уплаченный налог на имущество организаций: 0,00 руб.
- уплаченный неналоговые доходы, администрируемые налоговыми органами: 0,00 руб.

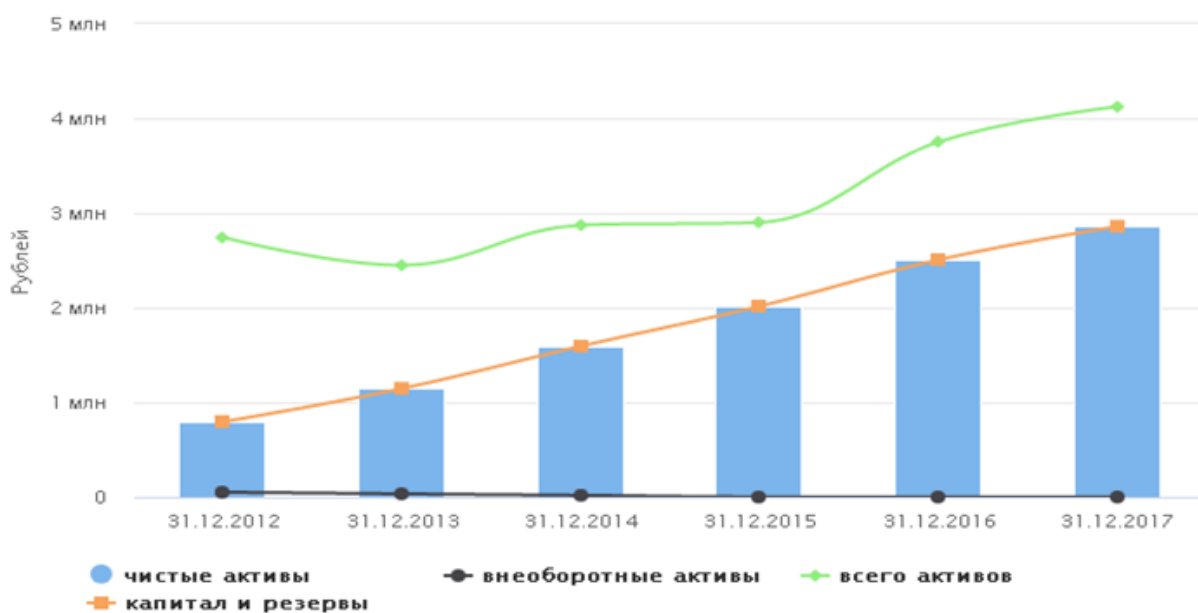


Рисунок 8 – Краткий анализ баланса

Таблица 4 – Краткий анализ финансовых результатов

Финансовый показатель	Ед. изм.	2015	2016	2017
ЕВИТ	тыс. руб.	528	612	658
Рентабельность продаж (прибыли от продаж в каждом рубле выручки)	%	4.5	11.5	12.4
Рентабельность собственного капитала (ROE)	%	23	22	20
Рентабельность активов (ROA)	%	14.6	14.7	13.4

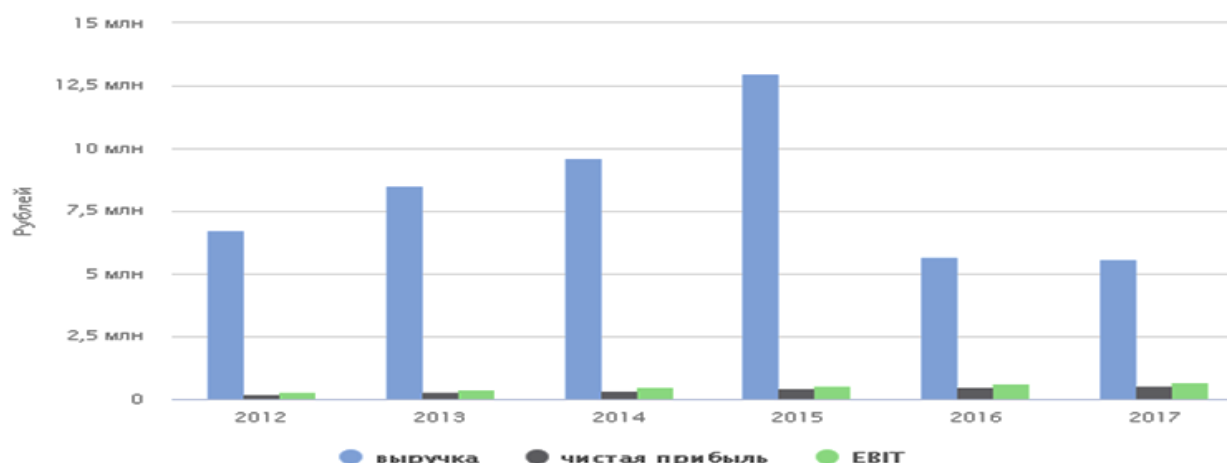


Рисунок 9– Краткий анализ финансовых результатов

Показатели финансового положения и результатов деятельности ООО«НИКОЛАС ГРУП»имеют исключительно хорошие значения:

- чистые активы превышают уставный капитал, к тому же они увеличились за анализируемый период;
- коэффициент текущей (общей) ликвидности полностью соответствует нормативному значению;
- коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности полностью соответствует нормативному значению;
- идеальное соотношение активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения;
- абсолютная финансовая устойчивость по величине излишка собственных оборотных средств;
- за последний год получена прибыль от продаж (3 431 тыс. руб.), причем наблюдалась положительная динамика по сравнению с предшествующим годом (+3 431 тыс. руб.);
- прибыль от финансово-хозяйственной деятельности за 2017 год составила 3 303 тыс. руб.

В качестве одного из показателей вероятности банкротства ООО«НИКОЛАС ГРУП» ниже рассчитан Z-счет Альтмана (для ООО

«НИКОЛАС ГРУП» взята 4-факторная модель для частных непроизводственных компаний):

$$Z\text{-счет} = 6,56T_1 + 3,26T_2 + 6,72T_3 + 1,05T_4, \text{ где}$$

Таблица 5 – Z-счет Альтмана ООО«НИКОЛАС ГРУП» за 2017 г.

Коэф-т	Расчет	Ед. изм.	Значение на 31.12.2017	Множитель	Произведение (гр. 3 x гр. 4)
T ₁	Отношение оборотного капитала к величине всех активов	%	0,98	6,56	6,4
T ₂	Отношение нераспределенной прибыли к величине всех активов	%	0,97	3,26	3,17
T ₃	Отношение ЕВІТ к величине всех активов	%	0,97	6,72	6,54
T ₄	Отношение собственного капитала к заемному		40,9	1,05	42,95
Z-счет Альтмана:					59,06

Предполагаемая вероятность банкротства ООО«НИКОЛАС ГРУП» в зависимости от значения Z-счета Альтмана составляет:

- и менее – высокая вероятность банкротства;
- от 1.1 до 2.6 – средняя вероятность банкротства;
- от 2.6 и выше – низкая вероятность банкротства.

Для ООО «НИКОЛАС ГРУП» значение Z-счета по состоянию на 31.12.2017 составило 59,06. Это означает, что вероятность банкротства ООО«НИКОЛАС ГРУП» незначительная.

Усовершенствованной альтернативой модели Альтмана считается формула прогноза банкротства, разработанная британскими учеными Р. Таффлер и Г. Тишоу. Модель Таффлера описана следующей формулой:

$$Z = 0,53X_1 + 0,13X_2 + 0,18X_3 + 0,16X_4, \text{ где}$$

Таблица 6 – Модель Таффлера ООО «НИКОЛАС ГРУП» за 2017 г.

Коэф-т	Расчет	Ед. изм.	Значение на 31.12.2017	Множитель	Произведение (гр. 3 x гр. 4)
X ₁	Прибыль от продаж / Краткосрочные обязательства	тыс. руб.	42,36	0,53	22,45
X ₂	Оборотные активы / Обязательства	тыс. руб.	41,9	0,13	5,45
X ₃	Краткосрочные обязательства / Активы	тыс. руб.	0,02	0,18	<0,01
X ₄	Выручка / Активы		1,16	0,16	0,19
Итого Z-счет Таффлера:					28,09

Вероятность банкротства ООО «НИКОЛАС ГРУП» по модели Таффлера:

- Z больше 0,3 – вероятность банкротства низкая;
- Z меньше 0,2 – вероятность банкротства высокая.

В данном случае значение итогового коэффициента составило 28,09, поэтому вероятность банкротства можно считать низкой.

Другой методикой диагностики возможного банкротства предприятий, адаптированной для условий российской экономики, является модель Р.С. Сайфуллина и Г.Г. Кадыкова. Данная пятифакторная модель выглядит следующим образом: $R = 2K_1 + 0,1K_2 + 0,08K_3 + 0,45K_4 + K_5$, где

Таблица 7 – Модель Р.С. Сайфуллина и Г.Г. Кадыкова ООО «НИКОЛАС ГРУП» на 2017 г.

Коэф-т	Расчет	Ед. изм.	Значение на 31.12.17	Множитель	Произведение (гр. 3 x гр. 4)
K ₁	Коэффициент обеспеченности собственными средствами	%	0,98	2	1,95
K ₂	Коэффициент текущей ликвидности	%	41,9	0,1	4,19
K ₃	Коэффициент оборачиваемости активов	%	2,33	0,08	0,19
K ₄	Коммерческая маржа (рентабельность реализации продукции)	%	0,87	0,45	0,39
K ₅	Рентабельность собственного капитала	%	1,99	1	1,99
Итого (R):					8,71

В рамках модели Сайфуллина-Кадыкова итоговый показатель (R) ООО «НИКОЛАС ГРУП» интерпретируется следующим образом. Если R меньше 1, то вероятность банкротства организации высокая; если R больше 1 – низкая. Из таблицы выше видно, что значение итогового показателя составило 8,71. Это говорит об устойчивом финансовом положении организации, низкой вероятности банкротства.

В результате анализа ключевых финансовых показателей Организации нами установлено следующее. Финансовое состояние ООО «НИКОЛАС ГРУП» на 31.12.2017 лучше финансового состояния половины всех организаций с выручкой до 10 млн рублей, занимающихся видом деятельности деятельность по созданию и использованию баз данных и информационных ресурсов (код по ОКВЭД 63.11.1). При этом в 2017 году финансовое состояние Организации существенно не изменилось.

Такой же вывод можно сделать и при сравнении показателей Организации со средними показателями для всех отраслей Российской Федерации. Финансовое положение ООО «НИКОЛАС ГРУП» лучше, чем у большинства сопоставимых по масштабу деятельности организаций Российской Федерации, отчетность которых содержится в информационной базе Росстата и удовлетворяет указанным выше критериям.

Таким образом на примере фирмы ООО «НИКОЛОС групп» видны все тенденции данного рынка. Растет рентабельность увеличивается количество заказов об этом свидетельствует большое количество работ. Большая конкуренция требует постоянно искать новые решения.внедрять инновационные продукты.

2 Экономические последствия и перспективы развития рынка веб-сайтов в современной экономике

2.1 Анализ ограничений, регулирования и экономических последствий развития рынка веб-сайтов

Своеобразный дайджест по итогам мониторинга законодательного регулирования 2018 г. подготовили Российская ассоциация электронных коммуникаций и Институт исследования интернета. Исследователи отмечают, что в 2018 году, который был богат на инициативы в отношении отраслей, связанных с интернетом, произошли серьезные изменения в подходах законодателя и в отношении экспертов к новым трендам.

В ходе заседания Правительственной комиссии по использованию информационных технологий, состоявшего в конце декабря 2017 года, утвержден план внесения изменений в федеральный закон от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи» в рамках государственной программы «Цифровая экономика»¹⁹. Законодательные нововведения призваны, в частности, закрепить правовой статус российского сегмента сети «Интернет», его инфраструктуры и порядок ее функционирования.

Свои разъяснения об особенностях применения законодательства при размещении рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (письмо ФАС России от 28.08.2015 года №АК/45828/15 «О рекламе в сети «Интернет»²⁰) ФАС России направил региональным управлениям в рамках оказания методической помощи. Несмотря на кажущуюся простоту, некоторые моменты требуют комментариев.

Основные задачи, вызывающие законодательного урегулирования в Российской Федерации в взаимосвязи с формированием сити интернет,

¹⁹Федеральный закон «О связи» от 07.07.2003 N 126-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс]. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_43224/. (Дата обращения: 28.05.2019).

²⁰ Письмо ФАС России от 28.08.2015 N АК/45828/15 «О рекламе в сети «Интернет». [Электронный ресурс]. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_185361/. (Дата обращения 15.05.2019).

почти никак не различаются с таких в иных цивилизованных государствах общества.²¹

1) предоставление беспрепятственного подсоединения к сети Интернет и обмена данными;

2) законная защита интеллектуальной собственности и других предметов умственного труда;

3) охрана индивидуальных сведений, в частности, при работе и в ходе работы операторов (в т.ч. адреса, телефонные номера и прочие индивидуальные сведения подписчиков либо потребителей в концепции «электронной коммерции»);

4) подсоединение муниципальных организаций к сети интернет и предоставление обществу данных о работе данной организаций;

5) устранение распространения обидной и неприличной информации, лозунгов к разжиганию государственной, расовой, церковной розни;

6) электронный оборот, электронная подпись, проверка подлинности данных в информативных актах и передачи данных;

7) электронные торги;

8) информативная защищенность: компьютерные вирусы, неразрешенный допуск к данным, взлом серверов и сетей, распад и замена данных;

9) использование денег криптозащиты;

10) правомочие: право той или иной страны следует использовать с целью урегулирования операций, совершаемых в сети.²²

Исследователи отметили, что в 2018 г. произошли серьезные изменения как в области государственных инициатив по регулированию интернета, так и в отношении к ним экспертов. Характерная деталь: по сравнению с предыдущими годами несколько выросла доля инициатив, оцениваемых

²¹Нагорный Р.С. Доменное имя как объект гражданского права // Журнал российского права. - 2008. - № 2. - С.22.

²²Трофименко А. Какими нормативными актами регулировать «сетевые отношения» // Российская юстиция. - 2012. - № 9. - С. 55.

положительно. Произошло это за счет сокращения доли «нейтральных» законопроектов. Долю положительных инициатив 2018 г. эксперты оценили в 24%. В большинстве своем «плюсы» получили постановления Правительства и законопроекты, подготовленные Правительством РФ и органами государственной власти. Частично эти инициативы приняты в русле программы «Цифровая экономика», другая часть была направлена на исправление давно существующих регуляторных изъянов (ярким примером такой инициативы является законопроект о недискриминационном доступе провайдеров в жилые дома).

Продолжается тенденция, которая выявила основную проблему законотворческой деятельности: значительная доля резонансных инициатив за этот период могла бы иметь концептуальную поддержку экспертов, но получила неоднозначную оценку вследствие наличия критически важных, ключевых отсылочных норм, которые на момент исследования даже не были определены. Безусловно, это результат недостаточной проработанности или качества даже тех законопроектов, которые бы могли принести пользу отрасли или обществу.

Законопроект № 605945-7 «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»²³ и Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации²⁴ предусматривает внесение в законодательство поправок, направленных на возможность решением Банка России заблокировать сайты, которые используются с нарушениями законодательства РФ о финансовом рынке, в том числе для совершения мошеннических действий.

²³Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс]. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/. (Дата обращения: 15.05.2019).

²⁴Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14.11.2002 N 138-ФЗ (ред. от 27.12.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.12.2018). [Электронный ресурс]. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39570/. (Дата обращения: 12.05.2019).

Отраслевые эксперты сошлись во мнении, что законопроект нуждается в серьезной доработке. В нем фактически отсутствуют критерии, которые позволили бы квалифицировать содержание тех или иных сайтов как финансовое мошенничество и впоследствии заблокировать их. Заявленные в проекте цели вполне могут быть достигнуты и в рамках уже действующих правовых механизмов.

Так, в законодательстве уже существует наказание за распространение информации о финансовых пирамидах, в том числе через СМИ и интернет. Более того, в соответствии с подп. 2 п. 5 ст. 15.1 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»²⁵ осуществляется ограничение доступа на основании вступившего в законную силу решения суда о признании информации запрещенной к распространению. В России сложилась достаточно широкая практика использования данной нормы для ограничения доступа к информации о различных общественно опасных явлениях, не всегда подпадающих под критерии ст. 15.1—15.8 Закона об информации.

Законопроектом также не предусматривается регулирование особенностей регистрации в социальной сети юридических лиц, в отличие от физических лиц. Законодательство создает определенный риск возникновения непонимания для определенных норм, не подкрепленных описанием предполагаемого механизма их реализации. Например, законные представители несовершеннолетнего человека, не достигшего четырнадцати лет, зарегистрированного в социальной сети, должны контролировать доступ такого несовершеннолетнего к аккаунту в социальной сети, включая действия по смене пароля от аккаунта. Подобная норма порождает необходимость разъяснения законным представителям методов подобного контроля.

²⁵Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс]. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/. (Дата обращения: 15.05.2019).

В конце 2015 года Роскомнадзор выступал с инициативой о специальном регулировании таргетированной рекламы, поскольку для ее показа используются персональные данные. ФАС, в свою очередь, отмечал, что не видит в контекстной рекламе какой-то особой проблемы, требующей специального законодательного урегулирования.

Вместе с тем, определенные проблемы, связанные с особенностями распространения рекламы в Интернете, существуют. Как известно, контекстная реклама показывается пользователю в зависимости от его поведения в Сети. Учитывая повсеместное распространение смартфонов и других умных гаджетов, некоторые эксперты полагают, что установленные в нем приложения получают доступ к микрофону (или камере) и слышат разговоры пользователя. Далее эта персональная информация может быть продана сторонним лицам. Поскольку рекламодателю выгоднее показывать свое объявление целевой аудитории, то технологии таргетирования рекламы по различным показателям развиваются, как и способы получения и обработки персональных данных.

Однако далеко не все пользователи желают делиться своей частной жизнью. Поэтому считаю, что государственные органы будут продолжать работу в законодательном регулировании рекламы в Интернете именно в этом направлении. Причем определенные шаги уже сделаны.

Так, статьей 18.1 Федерального закона «О персональных данных»²⁶ предусмотрена обязанность оператора, осуществляющего сбор персональных данных с использованием Интернета, публиковать его политику обработки персональных данных. А с 1 июля 2017 года увеличатся штрафы за неправомерную обработку персональных данных.

²⁶Федеральный закон «О персональных данных» от 27.07.2006 N 152-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс]. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/. (Дата обращения: 12.05.2019).

Предполагаю, что следующим шагом может быть определена и ответственность рекламодателя за использование персональных данных в целях показа контекстной рекламы в Интернете.

Таким образом рынок формируется и регулируется федеральными законами «О персональных данных», «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», «О рекламе в сети «Интернет», «О связи» в рамках государственной программы «Цифровая экономика» и другими нормативными документами, защита персональных данных, рекламе подвержен экспертизе, госпрограмма, нацпроект.

2.2 Перспективы развития рынка веб-сайтов в России и за рубежом

Сегодня рынок веб-сайтов в IT-сфере существенно меняется географически. Если ранее он был сконцентрирован в столичных городах и федеральных центрах, то постепенно перераспределяется более равномерно. На это влияет и появление профессиональных специалистов в региональных студиях, а также более разумное ценообразование, которое на периферии зачастую на 20-30% ниже.

Эксперты считают, что постепенно корпоративные проекты будут перерастать представительские функции, развиваясь до автоматизированных систем, помогающих обеспечивать бизнес-процессы и вести информационное обслуживание компаний. Потребуется мощные платформы с определенными стандартами, разработка которых уже производится.

Современный мир отличается высокой скоростью развития и распространение информационно-коммуникационных технологий. С каждым годом информационные технологии все более плотно входят в нашу повседневную жизнь, существенно ее облегчая.

Цифровая экономика не только ускоряет процессы взаимодействия экономических субъектов, но также способствует общему повышению производительности труда и меняет характер занятости. Сегодня высоко

ценится интеллектуальный творческий труд, а сама работа переходит на дистанционные технологии.

Основными тенденциями развития экономики информационного типа, определяющими ее дальнейшие перспективы, являются:

- существование множества баз данных, которые содержат в себе информацию о различных видах деятельности общества;
- разработка и распространение технологий, способных обеспечить интерактивный доступ массовых пользователей к информационным ресурсам;
- расширение функционала информационно-коммуникационных систем;
- интеллектуализация ИТ-сферы.

Одной из основополагающих тенденций развития экономики информационного типа в обозримом будущем станет дальнейшее усиление глобализационных процессов, включая глобализацию рынка информационных продуктов, нацеленную на получение преимуществ посредством распределения постоянных и полупостоянных расходов на более широкий географический регион.

Следует отметить, что само по себе развитие информационной экономики происходит довольно быстро. В перспективе же темпы ее роста еще больше возрастут. Со временем она затронет все страны и континенты.

Наконец, одной из весьма вероятных перспектив развития цифровой экономики станет повышение роли обеспечения информационной безопасности использования ИТ-технологий в повседневной жизни и бизнесе. По оценкам экспертов, участников цифрового сектора в будущем ожидают так называемые «информационные дивиденды», которые найдут свое выражение в сокращении безработицы, снижении издержек производства и росте производительности труда.

Аналитическая компания ITResearch представляет свои прогнозные оценки развития в 2019 г. ряда сегментов российского ИТ-рынка. Данные прогнозы относятся только к основным направлениям, по которым аналитическая компания ITResearch проводит собственные регулярные ежемесячные исследования, опираясь на собственную первичную информацию и глубокое понимание процессов, происходящих на горизонтальных рынках.

Данный прогноз ITResearch исходит из базового сценария, предполагающего что 2019 г. пройдет при сохранении statusquo, без природных, политических, экономических, военных катаклизмов. Форс-мажоры различной этиологии в модели не введены.

Сверхбольшие тендеры (способные по своему масштабу «перекосить» весь рынок) по отдельным отраслям, которые проводятся государством и зачастую перекладываются из года на год, в прогнозе не учитываются, но упоминаются.

Базовая финансово-экономическая ситуация в стране, выступающая в качестве основного внешнего фактора для прогноза, выглядит следующим образом. Выплаты российскими компаниями и государством по внешним долгам в 2018 г. оцениваются в 128 млрд. долл. За 2019 г. выплаты оцениваются в 53 млрд. долл. А это означает, что давление со стороны Минфина и крупных корпораций, покупающих валюту, сильно уменьшится, что вместе со стабильной нефтью создает задел для отскока. Прогнозы различных финансовых структур на 2019 г. находятся на уровне 62-70 руб. за доллар.

Прогнозы по росту ВВП России в 2019 г. со стороны Минэкономразвития и BankofAmerica и MerrillLynch находятся на уровне 1,2-1,3%. Максимально оптимистичный сценарий показывает 2,1% роста при очень дорогой (100 долл.) нефти и крепком рубле. Вместе с тем со стороны ряда финансистов высказываются более пессимистичные ожидания: наиболее вероятный сценарий – снижение ВВП на 0,5 - 1%. Основные

причины снижения роста экономики: повышение НДС, повышение ставки рефинансирования ЦБ, повышение тарифов, сокращение расходов домохозяйств (частично в рамках разочарования вследствие пенсионной реформы), риски падения цены на нефть, дополнительные санкции.

В целом ITResearch на 2019 г. склоняется скорее к пессимистичному сценарию. При этом нужно учитывать, что поставки ИТ традиционно идут у нас с мультипликатором около 5 (приблизительно). То есть если экономика пойдет вниз на 1%, то по ИТ можно ожидать снижения на 5%. Но по отдельным отраслям могут быть свои истории. Включая даже положительные. В целом ITResearch, к сожалению, не видит на 2019 г. особых прорывов и мощных драйверов роста ни по одному из исследуемых направлений. Однако ситуация в отдельных горизонтальных сегментах российского ИТ-рынка различается, часто существенно: ноутбуки, настольные ПК, печатная техника, планшетные ПК, источники бесперебойного питания, мониторы, проекторы, информационные панели, светодиодные модульные экраны, сканеры документов.

1. Ноутбуки

Российский рынок ноутбуков за 2018 г. составил порядка 3,6 млн. аппаратов, что примерно на 9% больше показателей 2017 г. Это показывает, что темпы роста рынка снижаются: годовой рост по 2017 году был 14%. Последние два года рынок отстал на «отскоке» от крайне низких показателей предшествовавшего периода. При этом постепенное сокращение годовой динамики наблюдалось на протяжении всех кварталов 2018 г.: от 14% роста в первом квартале до примерно 5% в четвертом.

ITResearch ожидает, что в связи с отсутствием признаков общего макроэкономического роста рынок ноутбуков в 2019 г. останется в том же коридоре по объемам. Рост в натуральном выражении будет в диапазоне от 0 до 5%. Т.е. целевая цифра на 2019 г. – 3,7-3,8 млн. устройств.

Рост 2017-2018 гг. был связан с двумя факторами. Во-первых, некоторая экономическая стабилизация и процесс «привыкания» к кризису.

Во-вторых, начало ожидаемого процесса замены устаревающих ноутбуков как компенсация спада общей инсталлированной базы. Дело в том, что на крайне низких продажах периода спада, стартовавшего в 2013 г., началось сокращение общего количества ноутбуков на руках: скорость выбытия из эксплуатации старых устройств превысила объемы продаж новых.

Но надо понимать, что к максимальным показателям база уже не вернется, поскольку изменились сценарии использования ноутбуков в части потребления контента: многие пользователи стали использовать в этом качестве сначала планшеты, а на сегодня уже в большей мере и смартфоны. Ноутбук больше не понимается как основная платформа для общения в Сети, для просмотра видео и казуальных игр. Трансформировался и сам контент, и форма работы с ним – интерфейсы сервисов социальных сетей, новостных сайтов и подписных каналов адаптировались к работе со смартфона. Значительная часть бытовых и коммерческих операций, необходимых современному пользователю, реализуется за счет мобильных приложений, разработанных уже кажется на все случаи жизни. Это сокращает закупки новых ноутбуков простейшего класса.

В этой связи продажи моделей ультрадешевых сетевых устройств стримингового типа не растут в объемах. Скажем, хромбуки в России так и не пошли. В связи с низкой маржинальностью подобные дешевые устройства интересны вендорам только на больших объемах в натуральном выражении. А так этот бизнес остается уделом локальных производителей, для которых это единственная возможность «зацепиться» за ноутбучный сегмент.

При этом ноутбук как платформа для работы остается основной, и это приводит к необходимости пополнения парка, не давая рынку снижаться далее. Но спрос больше ориентирован уже не к стандартным, а к более продвинутым моделям с запасом мощности. Продажи более дорогих устройств уверенно набрали обороты еще в 2017 г., так как пошло обновление парка устройств у опытных пользователей. Но в 2018 г. доля продвинутых конфигураций зафиксировалась и даже начала снижаться по

отношению к моделям на усеченной компонентной базе (Celeron/Pentium серии N). Однако дело не в том, что вырос «бюджетный» сектор, скорее, замедлился дорогостоящий. В том числе и на образовавшемся дефиците дорогостоящих процессоров. Известно, что Intel собирается переводить часть мощностей, выпускавших low-end, на выпуск более продвинутых моделей. Это обстоятельство заставляет сегодня дистрибьюторов закупаться дешевыми конфигурациями, пока на них не возник дефицит. Этот сток будет давить на рынок новых поставок и на структуру текущих продаж в первой половине 2019 г, затем ноутбуки на Core/Ryzen вернут свою долю.

Что касается устройств 2-в-1, то локомотивом роста они пока так и не стали. Их доля в общем сбыте в 2017 г. достигла около 2,5% сбыта, и так и закрепились на этом уровне в 2018 г. И нет оснований полагать что 2019 г. принесет существенные изменения. Массовый потребитель так и не готов переплачивать за трансформерную функциональность.

Однозначным драйвером роста остаются игровые ноутбуки, и их вклад будет только расти, особенно с ростом популярности VR-решений.

2. Настольные ПК

Рынок настольных ПК по итогам 2018 г. составил 2,94 млн юнитов. Это соответствует темпам годового роста 14%, что меньше, чем 2017 г. (19,4%). ITResearch ожидает, что при отсутствии значимых экономических факторов рост рынка десктопов в 2019 г. еще более замедлится. А сам рынок при этом лишь немного превысит психологический рубеж в 3 млн. устройств.

Основной детерминантой рынка настольных ПК в последнее время являются процессы, происходящие в коммерческом секторе и госструктурах. Рынку помогает фактор плановой замены устаревающего оборудования, в том числе в связи с переходом на Windows 10. Влияют также изменения, связанные с политическими и санкционными моментами: появление новых хозяйствующих субъектов, как следствие процесса импортозамещения в промышленности. Однако эти факторы уже в значительной степени

отыграны, а новых значимых опор для роста корпоративного рынка не просматривается.

По итогам 2018 г. на рынке ПК заметна фиксация многих внутренних распределений на ранее достигнутых уровнях. Доля импортеров по отношению к локальным производителям зафиксировалась на уровне 35% в натуральном выражении. Процесс общей концентрации рынка также приостановился и стабилизировался на уровне суммарной доли первой десятки поставщиков примерно в 55%. Предположительно, этот показатель все-таки продолжит тенденцию к росту. Дело в том, что интерес мелких компаний к производству десктопов усилился в период возобновившегося роста рынка, но возвращение к стагнации ударит по малым игрокам сильнее, чем по крупным вендорам.

Доля АИО имеет высокую волатильность по кварталам, однако в среднем остается на уровне 2017 – 2018 гг. – т.е. порядка 12-13%. С точки зрения технологического развития ИТ-инфраструктуры постепенно начинает набирать рост сфера тонких клиентов и технологий Desktop-as-a-Service (DaaS), VDI, главным образом. Однако с точки зрения объемов сбыта десктопов это скорее негативный фактор - роль клиентского оборудования в подобных системах менее значима. Эти решения могут быть запущены в том числе на устаревших ПК любой конфигурации, и администрируются они централизованно. Это снижает желание ИТ-служб к обновлению клиентского «железа» и потребность унифицировать парк разнородного оборудования.

Продажи домашних ПК ныне не способны критически изменить ситуации на рынке десктопов в целом. Однако здесь есть сегмент, который является локальной точкой активного роста. Это игровые ПК: как фирменные, так и самосборные. Это связано с развитием индустрии видеоигр в целом и возобновлением интереса к ПК-геймингу в частности. Кроме того, повышение доступности топовых видеокарт (вследствие ослабления Биткоин-лихорадки) также должно благотворно отразиться на рынке игровых ПК.

3. Планшетные компьютеры

Основной парадигмой при анализе рынка планшетов (планшетных ПК) является то, что они в конечном итоге выродились в некое «промежуточное» оборудование, не став достойным субституту ни по отношению к смартфонам, ни по отношению к ноутбукам. Бурное развитие смартфонов с большим экраном (сейчас и 6,5 дюймами никого не удивишь) показало, что в подавляющем числе сценариев использования 7- и 8-дюймовые планшеты не дают существенного выигрыша в эргономике. В результате смартфоны сейчас стали по сути обязательным гаджетом, а без маленького планшета можно и обойтись. В сегменте больших планшетов (10,5+ дюймов) наблюдаются интересные идеи, связанные со смычкой со сверхтонкими ноутбуками-трансформерами, но это всё же нишевой товар, не способный обеспечить значимые объемы рынка. Есть, конечно, огромнейшая по потенциалу ниша – образование, но здесь речь идет скорее о решениях (разработка и внедрение которых идет пока со скрипом), а не о свободном массовом рынке.

Всё это предопределило уже хроническое снижение российского рынка планшетов, который оставался аутсайдером российского ИТ-рынка. После снижения в 2017 г. на 17%, в прошлом году рынок потерял еще 10%, сократившись до отметки в 3,7 млн аппаратов.

На 2019 г. у ITResearch ожидания по планшетами довольно пессимистичные. Во-первых, очевидно продолжение снижения спроса. Во-вторых, наблюдается уменьшение количества реально значимых игроков (на ведущую десятку приходится 96% рынка), что повышает чувствительность рынка к самочувствию лидеров. Поэтому в 2019 г. объем рынка вряд ли превысит 3 млн. планшетов, что означает снижение рынка еще на 20%.

4. Печатная техника

Рост продаж на рынке принтеров и настольных МФУ в 2018 г. превысил прогнозные показатели, составив 6.5% (2,34 млн шт.) вместо ожидаемых 1,5-2%, что было вызвано более высоким, чем обычно, подъемом потребительского спроса в конце года.

Тем не менее, на текущий год прогноз по этому рынку остается достаточно консервативным. Учитывая скромные перспективы общеэкономического роста и повышения платежеспособного спроса населения в 2019 г., ITResearch наиболее вероятным считает сохранение общего объема рынка на уровне 2,3– 2,4млн шт.

Наряду со стагнацией количественного объема, рынок продолжает меняться в структурном отношении. Одной из тенденций 2018 г. ITResearch считает замедление процесса замены принтеров многофункциональными устройствами, В обоих технологических сегментах принтеры продолжают уступать место многофункциональным устройствам, но менее интенсивно, чем в предыдущие годы.

В лазерном сегменте, где на МФУ приходится около 63% всех проданных устройств, этот показатель за год увеличился всего на 0.2%. Одной из причин стало возвращение интереса потребителей к недорогим лазерным принтерам начального уровня производительности. В условиях ограниченного платежеспособного спроса ITResearch ожидает продолжения этого тренда и в 2019 г. Вместе с тем продолжится рост продаж высокопроизводительных лазерных принтеров и МФУ для средних и больших рабочих групп, ориентированных на средний бизнес и корпоративных потребителей.

В струйном сегменте, где доля МФУ достигла почти 82%, основными точками роста были и остаются бескартриджные устройства, которые теперь имеются в линейках всех производителей струйников, а также модели принтеров и МФУ, ориентированных на бизнес-приложения.

5. Планшетные и документ-сканеры

После относительно благополучного 2017 г., в котором количественный объем рынка планшетных сканеров сократился всего на 1.5%, а денежный даже немного увеличился, в 2018 г. темпы снижения продаж вновь стали двухзначными – 17% в штуках и 22% в деньгах (соответственно, 58.3 тыс.шт. и 5.6 млн долл.). Помимо продолжающейся конкуренции за оцифровку документов и фотографий со стороны многофункциональных устройств, одной из причин углубления спада стало сокращение продуктового предложения некоторыми вендорами в самом массовом сегменте рынка. Оба фактора являются долговременными и будут действовать и в текущем году.

В 2019 г. по мнению ITResearch, на российском рынке планшетных сканеров вряд ли появятся новые факторы, препятствующие дальнейшему снижению спроса, и его количественный объем, в лучшем случае, сократится до 45–50 тыс. шт.

На рынке документ-сканеров ситуация иная. В 2018 г. объем продаж здесь составил 33,2 тыс. шт., (рост на 10%), что оказалось выше прогнозируемых показателей, в основном, из-за увеличения корпоративных поставок в конце года.

В отличие от «тендерной составляющей» рынка, спрос на документ-сканеры со стороны организаций малого и среднего бизнеса, активно внедряющих электронный документооборот, устойчиво растет, в среднем за последние годы, на 5 – 10%.

В 2019 г. в условиях бюджетных ограничений у многих крупных организаций, какого-то существенного роста «тендерной составляющей» рынка документ-сканеров ожидать трудно, поэтому наиболее вероятный сценарий, по мнению ITResearch, – небольшой, на 5-7%, количественный рост продаж за счет потребителей в рядовом офисе. Данный прогноз не учитывает возможные крупные тендеры, которые остаются вероятными, но на данный момент нет информации, когда они все же могут состояться.

6. Источники Бесперебойного Питания (ИБП)

Год назад прогноз ITResearch на 2018 г. по рынку ИБП был следующий: «несмотря на неплохие ожидания от 2018 г. для многих российских ИТ-отраслей, на рынке ИБП мы сейчас склоняемся к достаточно консервативному сценарию. Дело в том, что в 2017 г. прошли значительные отгрузки к ИБП в инфраструктурные проекты, связанные с ЧМ по футболу. И пусть даже в первом полугодии 2018 г. еще будет идти завершение некоторых проектов, основные объемы уже прошли. После этого очень часто наступает затишье. Можно, конечно, надеяться на реализацию отложенного спроса в других вертикальных рынках, но ситуация в них пока не радует. Поэтому мы сейчас склоняемся к мысли, что в деньгах в 2018 г. рынок ИБП может вырасти на 5-10%, в штуках – примерно на 15%».

На наш взгляд, прогноз ITResearch был недостаточно консервативным. За первое полугодие 2018 г. рынок вырос на 7,6% в натуральном выражении, но зато снизился на 1% в денежном. Но во втором полугодии рынок пошел вниз. Всего за 2018 г. на российском рынке было продано 1,3 млн ИБП переменного тока на сумму 319 млн долл. По сравнению с 2017 г. рынок вырос на 0,3% в штуках и на 1,2% в деньгах. Практическое отсутствие роста связано с обостренной реакцией отрасли на ухудшение общеэкономической ситуации. И даже поставки к ЧМ-2018 не смогли компенсировать общее снижение спроса.

На 2019 г. ITResearch сохраняет консервативный прогноз в данном сегменте. Несмотря на общий мировой тренд к росту количества ЦОД, в России мы не ожидаем сейчас бума. Наиболее вероятным сценарием на 2019 г. для российского рынка ИБП в отсутствие видимых отраслевых драйверов роста и стагнации экономики, ITResearch считает снижение примерно на 5% как в штуках, так и в деньгах. Особых изменений технологической структуры и рейтингов компаний не ожидается.

7. Мониторы

Прогноз ITResearch по рынку мониторов на 2018 г. был позитивным. Ожидался рост на 15-20%, в первую очередь благодаря огромной

установленной базе мониторов, требующей замены и обновления. Однако первое полугодие показало значительно более слабую динамику: всего примерно 10% рост в натуральном выражении и 12% в денежном.

Второе полугодие было более позитивным, однако в целом по году сегменту выйти на прогнозные цифры все же не удалось. Всего за год было продано 3,3 млн мониторов на сумму в 536 млн долл. По сравнению с 2017 г. рост составил соответственно 17 и 16%. Это несколько ниже, чем темпы роста 2016-2017 гг., но все же рынок продолжил волну быстрого восстановления, которая, как отмечалось выше, в основном была обусловлена необходимостью обновления огромной установленной базы устаревших устройств, поставленных еще 10 лет назад. Огромная установленная база мониторов, превышающая 20 млн. аппаратов, остается главным поддерживающим фактором роста рынка мониторов и в 2019 г. В значительной мере она состоит еще из морально и физически устаревших устройств, завезенных еще в 2007-2008 гг. Текущего объема продаж едва хватает на то, чтобы сохранять данную базу от сокращения. Это сильная поддержка, из-за которой ITResearch склоняется к тому, что в следующем году российский рынок мониторов снова покажет положительную динамику. Однако, с учетом всех негативных экономических факторов, для большого роста нет серьезных оснований. Наиболее вероятным сценарием на 2019 г. на рынке мониторов ITResearch считает скромный 5-7%-й рост и выход на отметку в 3,4 млн. штук.

Присутствующие на рынке бренды достаточно активны, каждый в целом контролирует свою «поляну», и существенная смена рейтингов возможна лишь при заметных внутренних проблемах компаний.

Из основных технологических факторов, которые могут стимулировать рынок: всё более широкое внедрение 2К- и 4К-разрешения; широкий набор возможных типоразмеров и дизайнов, повышение доступности больших мониторов; игровые мониторы (особенно!).

8. Проекторы

На 2018 г. компания ITResearch прогнозировала примерно 15%-е темпы роста российского рынка проекторов. Объем рынка ожидался на уровне 120-130 тыс. аппаратов. И в I полугодии в сегменте, действительно, наблюдалось быстрое восстановление. Объем продаж превысил показатели аналогичного периода 2017 г. на 22%. Сказывалась поддержка от поставок под задачи ЧМ 2018 по футолу: предприятия общественного питания в ожидании наплыва посетителей старались обзавестись проекторами для залов и открытых веранд. Однако во второй половине года, уже без поддержки «футбола» и обвала курса рубля (что негативно отражается на прибыльности тендеров) рынок проекторов резко замедлился. В итоге всё же рост был, хотя и несколько меньше, чем ожидалось. Динамика рынка 2018-2017 гг. составила +12,7% в штуках и +15,8% в деньгах.

На 2019 г. у ITResearch по проекторам прогноз в целом негативный. Вполне возможен возврат к уровню 105 тыс. проданных аппаратов за год. То есть падение примерно на 5-10% по сравнению с 2018 г. Есть, правда, надежда, что возобновятся массированные тендеры в школы (как раз завершается федеральная программа по капитальному ремонту школ, и можно ожидать заодно и повышения насыщенности техникой), но сейчас ITResearch такую вероятность оценивает не более чем в 30%.

Отдельно стоит оговориться, что данные оценки касаются только регулярного рынка. Дело в том, что существует значительный трансграничный рынок частных закупок проекторов (через «АлиЭкспресс»). Это связано с тем, что никто из текущих брендов (за исключением Dexp) пока официально не предлагает российским потребителям сверхдешевые и достаточно яркие LED-проекторы (не пико) в ценовом диапазоне 70-200 долл. А они пользуются большим спросом у молодежи, особенно в регионах, формируя значительные объемы и отъедая кусок от регулярного рынка. У ITResearch пока нет информации, готов ли кто-то из крупных игроков ввязаться в эту игру (и обрушить таким образом рынок текущих устройств

дешевого класса). Если это произойдет, можно ожидать резкого увеличения рынка в штуках вместе с тотальным снижением прибыльности.

Среди важнейших технологических трендов на 2019 г. – рост таких сегментов, как инсталляционные лазерные проекторы, 4К-проекторы в бизнесе и в домах, дешевые, но достаточно яркие и компактные лазерные и LED-проекторы для дома и бизнеса.

9. Информационные панели

По рынку профессиональных дисплеев (LFD) на 2018 г. компания ITRResearch прогнозировала продажи 45-50 тыс. устройств. Однако уже итоги трех кварталов показали, что верхняя целевая отметка будет превышена. Здесь, так же, как на рынках проекторов и ИБП, крайне положительную роль сыграл ЧМ по футболу. После его окончания темпы роста резко замедлились, но потенциала рынка хватило на однозначное превышение прогнозных оценок. В целом за 2018 г. было продано 53,8 тыс. панелей на сумму в 189 млн долл. В сравнении с 2017 г. это соответствует годовым темпам роста 23% в натуральном выражении и 19% в деньгах.

В данные цифры не включены отгрузки в школы Москвы 86-дюймовых интерактивных решений Irbis. Это вторая волна тендера 2017 г., и в 2018 г. прошли поставки суммарно 12,2 тыс. аппаратов. Поскольку это не рыночные процессы, существенно перекашивающие структуру рынка и временные ряды, ITRResearch, как и в 2017 году, только обозначает наличие данного мегатендера.

На 2019 г. очень бы хотелось нарисовать линейное продолжение восходящего тренда и предсказать рост рынка еще процентов на 20. Тем более что есть еще огромное количество потенциальных ниш, которые на данный момент пока еще очень слабо охвачены таким оборудованием. То есть потенциал роста рынка огромен.

Однако следует учитывать, что данная отрасль крайне чувствительна к общеэкономической ситуации, а также активности на основных целевых рынках: ритейл, коммерческая недвижимость, финансовый сектор,

транспорт. А здесь ожидается как общее замедление, так и долговременные последствия кризисной волны 2014-2015 гг., когда минимизировался процесс запуска строительства новых крупных офисных проектов и торговых комплексов. Поэтому ITResearch наиболее вероятным считает консервативный сценарий и на данный момент склоняется к целевой отметке на 2019 г. в 55-60 тыс. проданных LFD. То есть примерно на уровне 2018 г. или немного выше.

Основной технологический тренд будущего года - увеличение доли панелей с разрешением 4K (Ultra HD, 3840x2160). Он должен затронуть почти все направления, даже бюджетные, за исключением, естественно, безрамочных решений. Особенно большое развитие 4K-панели получают в сегменте интерактивных LFD, где сверхвысокое разрешение действительно критично ввиду работы непосредственно рядом с дисплеем. По итогам 2019 г. ITResearch ожидает достижения 4K-устройствами 30% доли рынка в деньгах.

10. Светодиодные модульные экраны

Светодиодные модульные экраны (LEDmodules) представляют собой оборудование, напрямую конкурирующее с LFD и инсталляционными проекторами. При этом здесь, пожалуй, самый высокий потенциал рынка в долгосрочном периоде. Однако и высокая чувствительность к общеэкономическим трендам.

Российский рынок больших сборных светодиодных экранов (LED Modules) ITResearch в 2018 г. оценивает в 2200 решений суммарной площадью 50 тыс. м². В деньгах это около 70 млн долл. (при этом учитывается только стоимость LED-модулей, которая меньше стоимости решения).

В годовом выражении количество установленных экранов выросло на 68%, а их суммарная площадь – на 52%.²⁷

По 2019 г. ожидания у ITResearch не самые радужные. Без той поддержки, которую оказывал рынку ЧМ по футболу, а также в ситуации общеэкономической стагнации, рынок LED modules может показать даже снижение в первой половине года. Однако высочайший потенциал отрасли, скорее всего, позволит ей остаться «при своих» к концу 2019 г. по крайней мере по количеству решений. Но ввиду структурного смещения в малые пиксели, возможен даже рост в деньгах.

Стоит отметить, что сейчас на рынке LED modules наблюдается бум в сегменте indoor-решений с маленьким размером пикселя. Здесь очевидно находится точка роста отрасли, особенно со снижением стоимости на решения с пикселем 2,5 мм. Текущие отгрузки пока ничто по сравнению с потенциалом рынка инсталляций со сверхмалым пикселем (через несколько лет здесь откроется и домашний сегмент), который потенциально оценивается в десятки тысяч экранов. Сколько из них будет реализовано в текущем году, покажет время: сейчас достраивается множество офисных центров, многие из которых будут устанавливать indoor экраны. Эта составляющая в принципе, с примерно 20% вероятностью, способна выступить драйвером роста и вытянуть весь рынок ощутимо выше прогноза.

Для непосредственно российского сектора информационной экономики приоритетных ниш для совершения цифровых инноваций.

В исследовании Gartner в октябре 2018 года мы наблюдаем рост объема мирового ИТ-рынка: 2017 год – 3,53 трлн долл., 2018-й — 3,69 трлн долл., прогноз на 2019 год — 3,81 трлн долл.

IDC (InternationalDataCorporation) прогнозируют, что с учетом новых технологий мировой объем продаж информационных и

²⁷Рынок LED-экранов в России. [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.avclub.pro/news/analitika/tempy-rosta-rynka-svetodiodnykh-modulnykh-ekranov-byut-rekordy/>. (Дата обращения: 01.06.2019).

телекоммуникационных технологических продуктов и услуг в 2021 году превысит 5,6 трлн долл. В целом же инвестиции в технологии «третьей платформы» (облачные и мобильные технологии, обработку больших объемов данных и аналитику, а также в социальные технологии) составят более 70% мирового рынка ИКТ.

По результатам исследования Forrester мировой рынок ИТ в целом в 2018 году будет расти на 6% из-за ослабления доллара США, а затем замедлится до 4,6% в 2019 году. Снижение они объясняют рядом факторов риска в США, Европе и Китае -смешанные последствия нового налогового законодательства США, потенциал для разрушительного Brexit и постоянные опасения по поводу высоких долговых нагрузок в Китае.

На основании роста ИТ-рынка в 2017 году эксперты IDC в своем исследовании IDC Russia IT ServicesMarket 2018-2022 Forecastand 2017 Analysisпрогнозировали рост и в 2018 году, но с замедлением темпа.

Прогноз оказался весьма точным по итогам 2018 года, рынок вырос даже больше, чем прогнозировали, поскольку в раздел корпоративной инфраструктуры были включены облачные услуги.ИТ-рынок также реагирует на рост ВВП, причем растет быстрее ВВП. Так, сегменты ПО и ИТ-услуг увеличились вдвое по сравнению с ВВП. Таким образом, в 2017 году объем ИТ-рынка России составил 21,8 млрд долл., в 2018-м — 22,6 млрд долл., прогноз на 2019 год – продолжение роста.²⁸

Этот прогноз подтверждается данными компании PАС (PierreAudoinConsultants), согласно исследованию «Russia — IT Market 2016-2022: Market Figures — Software & IT Services»от 17 июля 2018 года.

²⁸Рынок LED-экранов в России. Режим доступа: <http://www.avclub.pro/news/analitika/tempy-rosta-rynka-svetodiodnykh-modulnykh-ekranov-byut-rekordy/>. (Дата обращения: 01.06.2019).

Russia - IT Market Total Software and IT Services (Total SITS)							
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<u>Market Volumes, in million USD</u>	8 356	9 074	9 917	10 847	11 781	12 698	13 562
<u>Annual Growth Rates, in %</u>		8,6%	9,3%	9,4%	8,6%	7,8%	6,8%

Рисунок 10 – Прогнозкомпании РАС (Pierre Audoin Consultants)

Что касается сегмента ИТ-услуг, то, по данным Gartner, он является вторым по величине среди прочих сегментов ИТ-рынка России. В своем исследовании IDC также указывает на рост показателей рынка ИТ-услуг России: 2017 год — 5,1 млрд долл., 2018-й — 5,4 млрд долл. РАС подтверждает увеличение объема сегмента ИТ-услуг в абсолютном значении, но при этом указывает на снижение темпов роста в целом.

Russia - IT Market Total IT Services							
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<u>Market Volumes, in million USD</u>	5 393	5 828	6 347	6 926	7 515	8 120	8 731
<u>Annual Growth Rates, in %</u>		8,1%	8,9%	9,1%	8,5%	8,1%	7,5%

Рисунок 11–Прогнозкомпании РАС (Pierre Audoin Consultants)

Среди ключевых отраслей — лидеров потребителей ИТ-услуг в России РАС выделяет производство — 25,1%, госсектор – 21,4% и банковскую сферу — 20,9%. По прогнозам экспертов, такая тенденция сохранится вплоть до 2022 года.

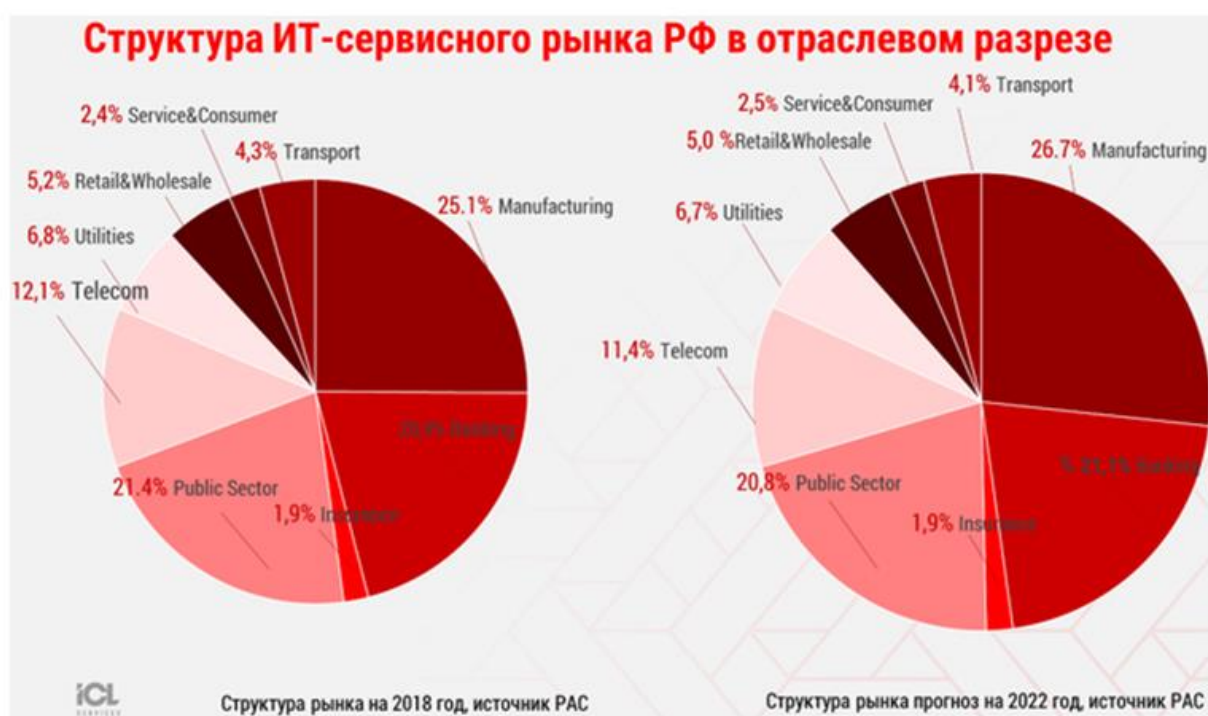


Рисунок 12 – Отраслевая структура рынка ИТ-услуг России

При этом аналитики РАС отмечают, что в отрасли промышленного производства следует ожидать замедления темпов роста ИТ-услуг к 2022 году (см. график).

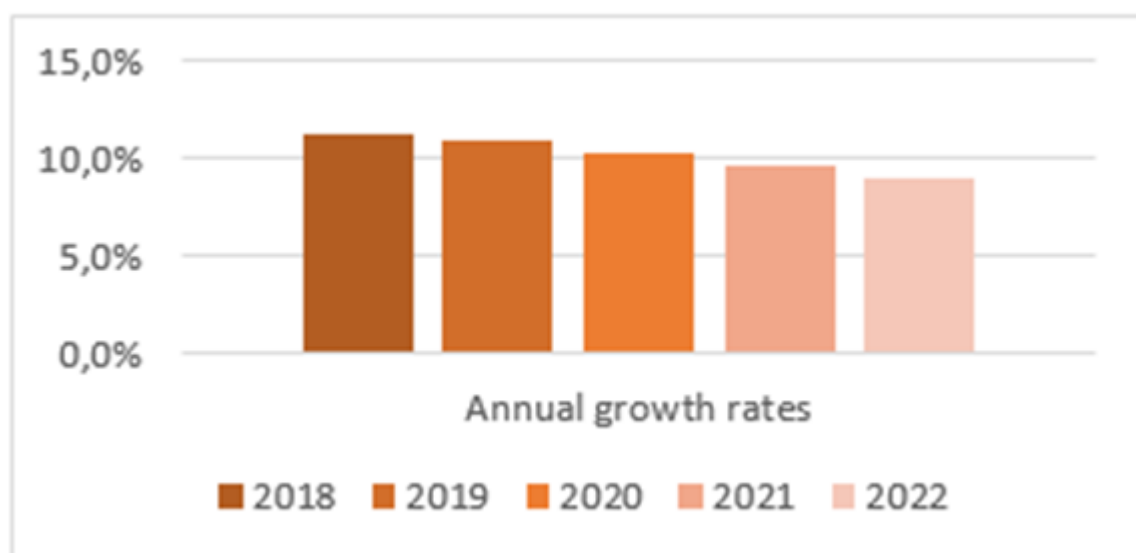


Рисунок 13–Прогнозкомпании РАС (Pierre Audoin Consultants)

Эксперты подчеркивают, что базовые ИТ-услуги в промышленном производстве в России будут замещаться использованием трендовых информационных технологий: роботизацией, аддитивным производством

(3D-печать), Промышленным интернетом IoT (Industrial Internet of Things), дополненной виртуальной реальностью AR/VR (Augmented Reality/Virtual Reality), решениями искусственного интеллекта AI (Artificial Intelligence) и машинного обучения (Machine Learning).

В аналитике по государственному сектору данные РАС опираются на государственную программу цифровой экономики России и проекта развития ИТ-отрасли на 2019-2025 годы. Определяющими трендами развития ИТ-услуг в данном отраслевом домене обозначены импортозамещение программных продуктов для ОПК, госструктур и стратегически значимых предприятий.

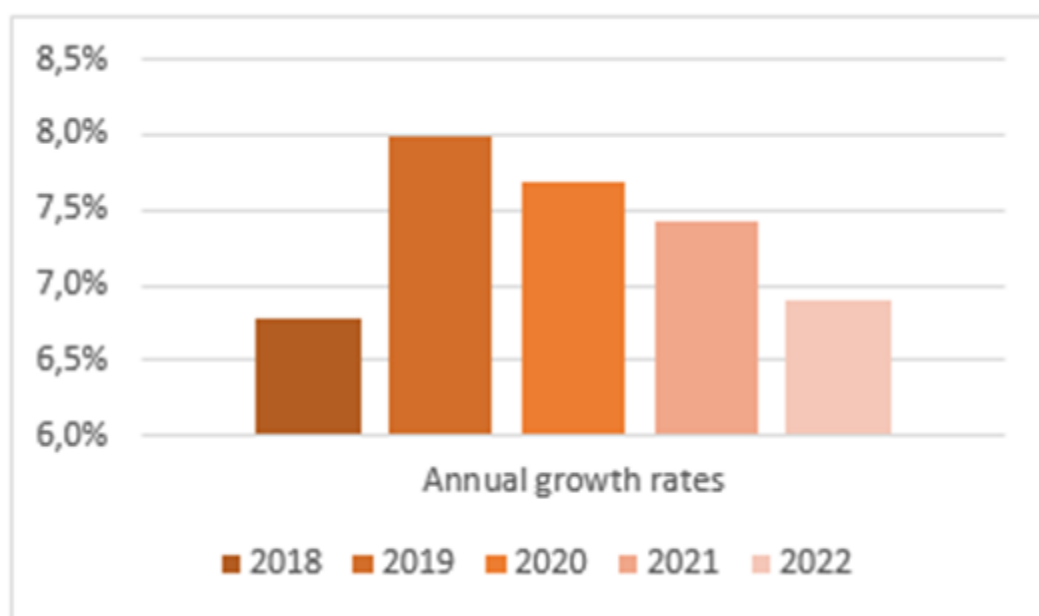


Рисунок 14–Прогноз компании РАС (Pierre Audoin Consultants)

Госкомпаниям предписано перейти на российский софт к 2021 году (более половины продуктов отрасли должны быть российскими). Стратегия предлагает учитывать «особый сценарий» развития информационных технологий в России, при котором долговременное обострение международной обстановки вынуждает ограничивать доступ к импортным продуктам.

Для банковской сферы аналитики также предписывают снижение темпов роста рынка ИТ-услуг с замещением трендовыми технологиями.

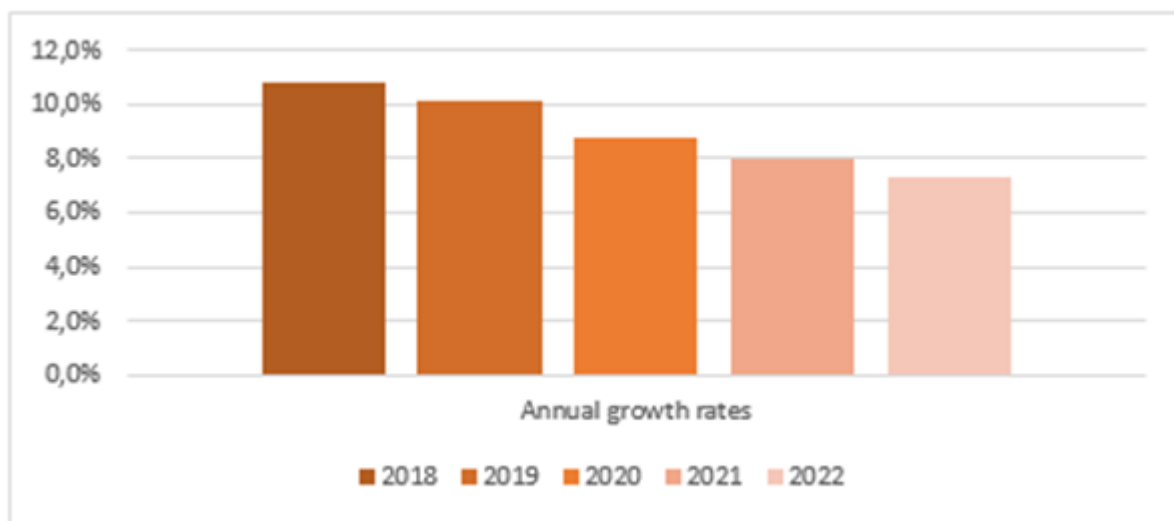


Рисунок 15–Прогнозкомпании РАС (Pierre Audoin Consultants)

Наиболее заметные тренды развития ИТ-услуг в банках в 2019-2022 годах связаны с платформатизацией, технологией блокчейна, трансформацией офисов обслуживания и развитием дистанционных каналов предоставления услуг. Одним из новых трендов является развитие систем идентификации. Этот тренд является следствием перехода банков к «цифровому офису» в работе с клиентами. Кроме того, большой интерес рынка заметен к решениям, которые позволяют заменить рутинные массовые операции, выполняемые людьми, автоматизированными и внедрять технологии RPA (Roboticprocessautomation).

Логистика

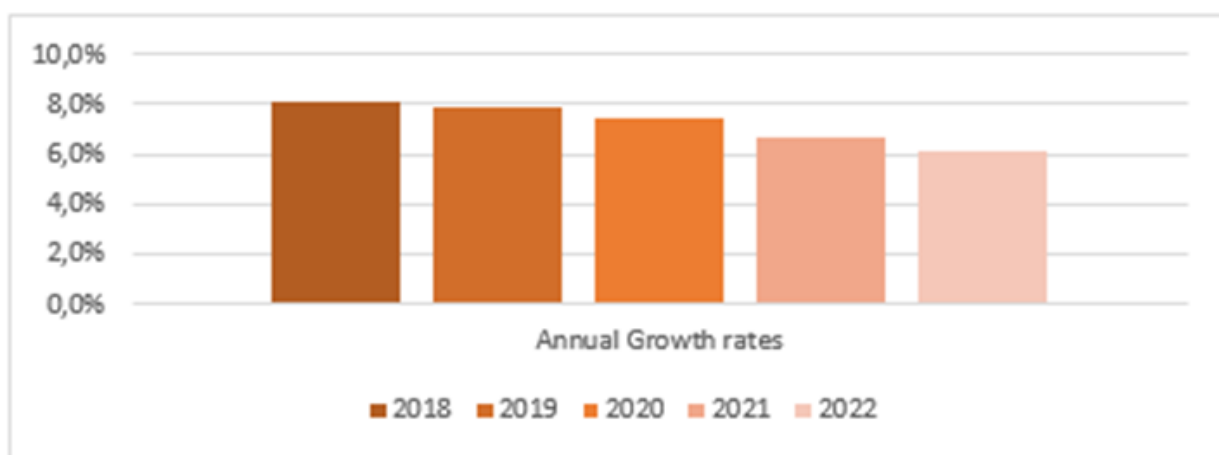


Рисунок 16–Прогнозкомпании РАС (Pierre Audoin Consultants)

В логистике все большее распространение получает «уберизация» last-mile: отслеживание местонахождения курьера онлайн или изменение в процессе перемещения товара места и времени доставки. Но при этом транспортная логистика консервативна: ручная маршрутизация с помощью карт, поиск и координация водителей и курьеров по телефону — все это еще реальность в 2018 году. Замедлению может способствовать еще одна черта большинства российских компаний в области логистики — низкая адаптивность к цифровой трансформации.

Ритейл



Рисунок 17—Прогноз компании РАС (Pierre Audoin Consultants)

Тенденция к снижению, скорее всего, обусловлена тем, что ритейл, как известно, является отраслью, успех которой часто определяется предпочтениями покупателей. В России же складывается неблагоприятная экономическая обстановка, влияющая на платежеспособность клиентов. Из этого выходит, что компании сохраняют и экономят бюджеты, сокращая затраты на базовые услуги ИТ. Тем не менее, цифровизация активно проникает в первую очередь в ритейл, где сейчас наблюдается настоящая цифровая гонка — конкуренция по поиску и внедрению наиболее продвинутых трендовых решений. Ее результаты мы увидим уже через год-полтора, когда будут известны показатели финансов и конкурентоспособности наиболее активных игроков.

Анализ ключевых услуг ИТ-рынка показал, что быстрее всего растет сегмент хостинга, обслуживания и администрирования программного обеспечения. Растет также доля облачной модели в использовании приложений. Разработка программного обеспечения на заказ становится более популярной в связи с развитием мобильных технологий, систем аналитики, интернета вещей и искусственного интеллекта. Эти же факторы повышают спрос на услуги по обеспечению информационной безопасности в структуре экономической безопасности России.



Рисунок 18–Прогноз компании PAC (Pierre Audoin Consultants)

PAC прогнозирует небольшое снижение спроса к 2022 году на услуги по программному обеспечению для инфраструктуры и на прикладные программные продукты. В то же время прогнозируется рост сервисов к 2022 году — облачные вычисления и услуги, услуги по ИТ-инфраструктуре, услуги в области приложений и аутсорсинг.

Данная отрасль крайне чувствительна к общеэкономической ситуации. По прогнозам компании PAC данная тенденция будет только расти.

ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту:

Группа		ФИО	
Д-3Б4Б1		Буянов Павел Григорьевич	
Школа	инженерного предпринимательства	Направление	38.03.01. Экономика
Уровень образования	Бакалавриат		

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

1. Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, используемого оборудования) на предмет возникновения: – вредных проявлений факторов производственной среды (метеоусловия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрации, электромагнитные поля, ионизирующие излучения и т.д.) – опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы) – чрезвычайных ситуаций социального характера	На рабочем месте программист ООО «НИКОЛАС ГРУП» осуществляет трудовую деятельность и проводит большую часть рабочего времени. Правильная организация рабочего места программиста повышает производительность труда от 8 до 20%. Документацию на рабочем месте необходимо располагать так, чтобы было удобно доставать, не вставая из-за письменного стола. Параметры рабочего места нужно выбирать в соответствии с антропометрическими характеристиками. В положении сидя рекомендуется работать только лишь при соблюдении указанных параметров рабочего пространства: ширина и глубина не менее 700 и 400 мм; высота рабочей поверхности стола над полом 700-750 мм. Оптимальные размеры стола: высота 710 мм; длина стола 1300 мм; ширина стола 650 мм. Письменный стол должен иметь не менее 40 мм в глубину и не менее 600 мм в ширину. Под рабочим столом должно быть пространство для ног, которое будет по высоте не менее 600 мм, ширине не менее 500 мм и глубине не менее 400 мм.
2. Список законодательных и нормативных документов по теме	Важной деталью рабочего места программиста является кресло, оно должно выполняться в соответствии с ГОСТ 21.889-76. Следуя рекомендациям ГОСТ 12.2.032-78, необходимо организовать рабочее место таким образом, чтобы взаимное расположение всех его элементов соответствовало физическим и психологическим требованиям. Главные элементы рабочего места программиста – это письменный стол и кресло. Рабочее место организуется в соответствии с ГОСТ 12.2.032-78.

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности: – принципы корпоративной культуры исследуемой организации; – системы организации труда и его безопасности; – развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; – системы социальных гарантий организации; – оказание помощи работникам в критических ситуациях.	Анализ факторов внутренней социальной ответственности ООО «НИКОЛАС ГРУП», направленных на обеспечение безопасности деятельности сотрудников предприятия и поддержание для них достойного уровня жизни.
1. Анализ факторов внешней социальной ответственности: – содействие охране окружающей среды; – взаимодействие с местным сообществом и местной властью; – спонсорство и корпоративная благотворительность; – ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров),	Факторы внешней социальной ответственности на основе исследования деятельности ООО «НИКОЛАС ГРУП» в области охраны окружающей среды и взаимодействия с местным сообществом

– готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д.	
2. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности: – Анализ правовых норм трудового законодательства; – Анализ специальных (характерные для исследуемой области деятельности) правовых и нормативных законодательных актов. – Анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности.	ООО «НИКОЛАС ГРУП» осознает свою ответственность за действия наших клиентов и за воздействие ООО «НИКОЛАС ГРУП» соответствие их деятельности требованиям законодательства, в том числе экологического.
Перечень графического материала:	
При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)	Рисунок 2.1 – Показатели сегмента электронной коммерции Рисунок 2.2 – Показатели инфраструктурного сегмента Рисунок 2.3 – Показатели сегмента цифрового контента Рисунок 2.4 – Организационная структура управления ООО «НИКОЛАС ГРУП» Рисунок 2.5 – Основные финансовые показатели ООО «НИКОЛАС ГРУП» за 2012-17 гг. Таблица 2.1 – Краткий анализ баланса Таблица 2.2 – Анализ финансовой устойчивости ООО «НИКОЛАС ГРУП» по величине излишка (недостатка) собственных оборотных средств за 2015-17 гг. Рисунок 2.6 – Собственные оборотные средства (СОС) ООО «НИКОЛАС ГРУП» за 2014-17 гг. Таблица 2.3 – Анализ соотношения активов ООО «НИКОЛАС ГРУП» по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения за 2017 гг. Рисунок 2.7 – Краткий анализ баланса Таблица 2.4 – Краткий анализ финансовых результатов Рисунок 2.8 – Краткий анализ финансовых результатов Таблица 2.5 – Z-счет Альтмана ООО «НИКОЛАС ГРУП» за 2017 г. Таблица 2.6 – Модель Таффлера ООО «НИКОЛАС ГРУП» за 2017 г. Таблица 2.7 – Модель Р.С. Сайфуллина и Г.Г. Кадыкова ООО «НИКОЛАС ГРУП» на 2017 г. Таблица 2.8 – Процесс разработки Рисунок 3.1 – Прогноз компании РАС (PierreAudoinConsultants)

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	01.02.2019
---	-------------------

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Ермушко Ж.А.	К.э.н.		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
Д-ЗБ4Б1	Буянов Павел Григорьевич		

3 Социальная ответственность

Корпоративная информационная культура является частью имиджа компании и недостаточно серьёзное к ней отношение способно значительно исказить внешнюю презентабельность предприятия.

Особое внимание в ООО «НИКОЛАС ГРУП» уделяется корпоративной социальной ответственности (КСО), внутренним и внешним социальным программам. В формировании и реализации инициатив компания сочетает лучшие мировые практики с российским опытом и сервисной спецификой бизнеса.

ООО «НИКОЛАС ГРУП» — небольшая франчайзинговая фирма — занимается бизнесом в сфере продаж и внедрения программного обеспечения. Штат сотрудников 35 человек, в основном — программисты, консультанты и менеджеры по продажам программ.

В таблице 8 представлены прямые и косвенные стейкхолдеры ООО «НИКОЛАС ГРУП».

Таблица 8 – Стейкхолдеры ООО «НИКОЛАС ГРУП»

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
1. Директор	1. Органы власти
2. Руководители	2. Общество и общественные организации
3. Сотрудники компании	3. Деловые партнеры
5. Клиенты (пациенты)	5. Физические и юридические лица, организации

Несколько лет назад тема корпоративной культуры вдруг стала настолько актуальной, что директор компании бросил самые срочные дела и занимался этой самой культурой несколько месяцев подряд.

Рынок программного обеспечения, все еще оставаясь рынком продавца, в середине двухтысячных начал потихоньку смещаться в сторону покупателя. И потеря клиента в результате невнимательности или низкой

компетентности специалиста стала значить намного больше, чем раньше. Фирмы, способные работать с клиентом уважительно и бережно, получили серьезные конкурентные преимущества. Все вдруг стали понимать, что правильное поведение фирмы с заказчиками — самое важное умение, которое нужно донести до молодых сотрудников.

Кодекс корпоративной этики ООО «НИКОЛАС ГРУП» отражает принятые в компании стандарты поведения, гарантирующие честные и справедливые отношения к сотрудникам, клиентам, партнерам. В его основе — международные стандарты добросовестного делового поведения, действующее законодательство РФ, собственные миссия и ценности и внутреннее понимание этичного поведения.

Кодекс корпоративной этики ООО «НИКОЛАС ГРУП» предназначен для каждого сотрудника ООО «НИКОЛАС ГРУП» вне зависимости от занимаемой должности. Принципы поведения, отраженные в нем, могут также стать параметрами, которые учитываются при выборе партнеров компании.

Кодекс един для всех сотрудников ООО «НИКОЛАС ГРУП».

Существенное место в корпоративной культуре ООО «НИКОЛАС ГРУП» занимает развитие корпоративного волонтерства. В компании действуют две волонтерские подпрограммы, охватывающие различные социальные группы: «Доброе будущее вместе с ООО «НИКОЛАС ГРУП»», где компания и сотрудники поддерживают ряд региональных коррекционных детских домов, и «Труд труду», которая заключается в помощи предприятию «Восход» Всероссийского общества слепых. На федеральном уровне проходит 2-3 инициативы в год. Региональные акции, реализуемые ООО «НИКОЛАС ГРУП» для локальной помощи на местах, проходят до 10 раз в год.

В 2017 году стартовала новая социальная программа «Здоровая спина». Человеческий потенциал — главная ценность компании, занимающейся предоставлением услуг. Поэтому забота о здоровье сотрудников ООО

«НИКОЛАС ГРУП» и их близких, развитие физической культуры общества в целом являются важной частью социальной политики компании. Цель данной программы – популяризация здорового образа жизни и спорта, профилактика заболеваний спины. В рамках программы компания поддерживает мероприятия Всероссийской Федерации плавания и ряд спортивно-танцевальных проектов.

Структура программ КСО ООО «НИКОЛАС ГРУП» представлена в таблице 9.

Таблица 9 – Структура программ КСО

Наименование мероприятия	Элемент	Стейкхолдеры	Сроки реализации мероприятия	Ожидаемый результат от реализации мероприятия
Экзамен по охране труда	Безопасность труда	Персонал: сотрудники, руководители	Каждые 3 месяца	Все сотрудники знают правила охраны труда и безопасности
Дополнительные премии	Поддержание социальной значимости заработной платы	Персонал: сотрудники, руководители	1 раз в год каждому сотруднику	Сотрудники должны быть удовлетворены заработной платой
Заключение договоров страхования по ДМС сотрудников	Дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников	Персонал: сотрудники, руководители	1 раз в год	Сотрудники будут иметь полис ДМС.
Стажировка сотрудников, в том числе за рубежом	Развитие персонала	Персонал: сотрудники, руководители	2 раза в год	Повышение квалификации персонала.
Заключение договора на вывоз мусора	Охрана окружающей среды	Общество и общественные организации, органы власти	1 раз в 3 года	Чистота на территории клиники
Благотворительный концерт, благотворительная акция.	Благотворительность	Общество и общественные организации	1 раз в 2 года	Благотворительная помощь.

В таблице 10 представлены основные затраты ООО «НИКОЛАС ГРУП» на корпоративную социальную ответственность.

Таблица 10 – Затраты на мероприятия КСО ООО «НИКОЛАС ГРУП»

№	Мероприятие	Стоимость реализации на планируемый период, тыс. руб.
1	Безопасность труда	15
2	Поддержание социальной значимости заработной платы	30
3.	Дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников	25
4.	Развитие персонала	50
5.	Пакет социальных услуг:	20
6.	Охрана окружающей среды	10
7.	Благотворительность	100
8.	Спонсорство	40
	ИТОГО:	290

В области КСО в компании разработаны и представлены в открытом доступе следующие нормативные документы: «Экологическая и социальная политика», «Политика в области охраны труда, промышленной безопасности и охраны окружающей среды», «Кодекс корпоративной этики компании ООО «НИКОЛАС ГРУП»». С 2017 года ежегодные итоги в области развития КСО подводятся в Социальном отчете ООО «НИКОЛАС ГРУП».

Итак, в результате сделаем общий вывод относительно эффективности программ КСО ООО «НИКОЛАС ГРУП»:

- 1) программы КСО соответствует целям и стратегии ООО «НИКОЛАС ГРУП»;
- 2) в ООО «НИКОЛАС ГРУП» преобладает внешняя КСО;
- 3) программы КСО отвечают интересам стейкхолдеров.

В результате можно сделать вывод о том, что мероприятия КСО, реализуемые ООО «НИКОЛАС ГРУП» целесообразны и полностью соответствуют ожиданиям всех стейкхолдеров.

Заключение

Цифровая экономика ускоряет процессы взаимодействия экономических субъектов, способствует общему повышению производительности труда и меняет характер занятости. Основными тенденциями развития современной экономики, определяющими ее дальнейшие перспективы, являются:

- существование множества баз данных, которые содержат в себе информацию о различных видах экономической деятельности;
- разработка и распространение технологий, способных обеспечить интерактивный доступ массовых пользователей к информационным ресурсам;
- расширение функционала информационно-коммуникационных систем;
- интеллектуализация IT-сферы.

Выявлено, что само по себе развитие информационной экономики происходит довольно динамично. В перспективе темпы ее роста еще больше возрастут. Участников цифрового сектора в будущем ожидают так называемые «информационные дивиденды», которые найдут свое выражение в сокращении безработицы, снижении издержек производства и росте производительности труда.

Проведенный анализ рынка веб-сайтов в IT-сфере выявил позитивный рост данного сегмента рынка и высокую его чувствительность к общеэкономическим трендам в российской и мировой экономике. В исследовании Gartner 2018 года отмечен рост объема мирового IT-рынка: 2017 год – 3,53 трлн долл., 2018-й — 3,69 трлн долл., прогноз на 2019 год — 3,81 трлн долл., связанный с двумя основными факторами. Во-первых, экономическая стабилизация и процесс «привыкания» к кризису. Во-вторых, начало ожидаемого процесса замены устаревающих ноутбуков как компенсация спада общей инсталлированной базы. На крайне низких

продажах периода спада, стартовавшего в 2013 г., началось сокращение общего количества ноутбуков на руках: скорость выбытия из эксплуатации старых устройств превысила объемы продаж новых.

Аудитория Рунета в 2018 году выросла на 3% относительно предыдущего года и составила 90 млн человек или 74% населения страны. 86% населения России пользуются интернетом каждый день. Средний пользователь проводит в сети более 3 часов в день, из которых порядка 100 минут составляет desktop-web, 98 минут уходит на мобильные приложения и 24 минуты на mobile-web.

Изначально веб-сайты представляли собой совокупности статических документов. В настоящее время большинству из них свойственна динамичность и интерактивность. Вход на рынок веб-сайтов до сих пор не требует больших временных и финансовых затрат. Если есть компьютер, интернет, знания в программировании, то можно создавать микро веб-студию, делать заказы и начинать свое дело. Сейчас на рынке 13 тыс. студий, основной рынок делят 200–300 компаний. Остальные участники рынка – это фрилансеры, имеющие хорошую специализацию в одной области, либо мелкие веб-студии, которые состоят из трех–четырех человек и хорошо делают только продукты одного вида (например, сайты на «1С–Битрикс»); веб-студии, которые работают на субподряде у крупных компаний. Из этого следует вывод, что данная сфера деятельности является для молодых предпринимателей отличной профессиональной нишей для старта.

Проведен анализ наиболее экономически значимых горизонтальных сегментов российского ИТ-рынка, которые существенно различаются: ноутбуки, настольные ПК, печатная техника, планшетные ПК, источники бесперебойного питания, мониторы, проекторы, информационные панели, светодиодные модульные экраны, сканеры документов.

Определены факторы, которые замедляют развитие рынка веб-сайтов и ограничивают деятельность российских ИТ-компаний: нестабильная политическая и экономическая ситуация в мире; сокращение в компаниях

клиентской базы и увеличение затрат на рабочую силу; активная миграция рабочей силы в IT-сферу, экономическая нестабильность на рынке, заставляющие компании сохранять бюджеты и экономить.

Анализ литературы показал, что спрос на базовые IT-услуги (техническое обслуживание, ремонт IT-оборудования, разработка ПО, поддержка рабочих мест, сопровождение приложений) постепенно замещается потребностью в более интеллектуальных системах управления ими с применением цифровых решений. Базовые услуги активно обрастают автоматизацией, трендовыми решениями (BigData, RPA, IoT), решениями искусственного интеллекта AI (ArtificialIntelligence) и машинного обучения (MachineLearning). В настоящее время спрос больше ориентирован не на стандартные устройства, а на более продвинутые модели с запасом мощности. Продажи более дорогих устройств уверенно набрали обороты в 2017 г., так как начался процесс обновления парка устройств у опытных пользователей.

Анализ ключевых услуг IT-рынка показал, что быстрее всего растет сегмент хостинга, обслуживания и администрирования программного обеспечения, доля облачной модели в использовании приложений. Разработка программного обеспечения на заказ становится более востребованной в связи с развитием мобильных технологий, систем аналитики, интернета вещей и искусственного интеллекта. Данные факторы повышают спрос на услуги по обеспечению информационной безопасности в структуре экономической безопасности России.

Но у данного явления есть естественные ограничения, которые могут затормозить процесс:

- количество, квалификация и доступность специалистов в области новых технологий, способных реализовать эти изменения;
- собственная адаптивность, уровень готовности компаний к названным изменениям и совершенствованию корпоративной культуры.

Очевидно, что в ближайшие годы российский рынок ИТ-услуг ждут значимые изменения. В этих условиях каждому участнику рынка важно быть восприимчивым к трендам, адаптивным и гибким по отношению к внешним и внутренним конкурентным вызовам, быть ориентированным на потребности клиента и их изменения.

В процессе выполнения ВКР были сделаны следующие рекомендации в отношении развития рынка веб-сайтов в ИТ-сфере в российской экономике:

1. Замена устаревшего оборудования, программного обеспечения и стандартных устройств на более сложный и технологичный модельный ряд. В большинстве компаний существующая инфраструктура уже не подходит для внедрения новых технологий.

2. Совершенствование законодательной базы с точки зрения обеспечения информационной безопасности использования ИТ-технологий в повседневной жизни (бизнесе) и конкуренции.

3. Повышение квалификации и доступности специалистов в области ИТ-технологий (новые программы профессиональной переподготовки и повышения квалификации, внедрение новых специализаций в рамках направления «Информатика» и др.).

Список используемых источников

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ)[Электронный ресурс]//Справочно – правовая система КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/. (дата обращения: 01.06.2019).
2. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14.11.2002 N 138-ФЗ (ред. от 27.12.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.12.2018)[Электронный ресурс]//Справочно – правовая система КонсультантПлюс. – URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39570/. (дата обращения: 12.05.2019).
3. Федеральный закон «О персональных данных» от 27.07.2006 N 152-ФЗ (последняя редакция)[Электронный ресурс]//Справочно – правовая система КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/. (дата обращения: 12.05.2019).
4. Федеральный закон «О связи» от 07.07.2003 N 126-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс]//Справочно – правовая система КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_43224/. (дата обращения: 28.05.2019).
5. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]//Справочно – правовая система КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/. (дата обращения: 15.05.2019).
6. Абрютина М. С. Финансовый анализ / М.С. Абрютина. - М.: Дело и сервис, 2017. - 192 с.

7. Банк В.Р. Финансовый анализ / В.Р. Банк, А.В. Тараскина. - М.: Проспект, 2017. - 344 с.
8. Батоврина Е.В. Информационные технологии в управлении предприятием/ Е.В. Батоврина. - М.: изд-во Университетского гуманитарного лица, 2016.- 217 с.
9. Бодди Д. Основы менеджмента: пер. с англ. / Д. Бодди, Р. Пейтон; под ред. Ю.Н. Конпуревского. – СПб.: Питер, 2017. – 816 с.
10. Булганова Л.А. Теория управления: учебное пособие/ Л.А. Будганова. – М.: Инфра-М, 2016. – 167 с.
11. Вавилина А.В. Экономическое управление организацией: учебное пособие/ А.В. Вавилина, А.А. Кокуева. – Саратов, 2017. – 327 с.
12. Васецкий А.А. Основы менеджмента: учебное пособие / А.А. Васецкий, Н.А. Тарасов, В.В. Яновский. – СПб.: СЗАГМ, 2017. – 269 с.
13. Васильева Н.М. Правовое регулирование налогообложения электронной коммерции: опыт зарубежных стран и России / Н.М. Васильева // Публично- правовые исследования. - 2006. - Т. 1. – С.45-59.
14. Венделева, М.А. Информационные технологии в управлении: Учебное пособие для бакалавров / М.А. Венделева, Ю.В. Вертакова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 462 с.
15. Вершигора Е.Е. Менеджмент: учеб.пособие / Е.Е Вершигора. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М,2018. – 283 с.
16. Виханский О.С. Менеджмент: учебник / О.С Виханский., А.И Наумов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономистъ,2016. – 670 с.
17. Гаврилов М.В. Информатика и информационные технологии: Учебник / М.В. Гаврилов, В.А. Климов. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 383 с.
18. Гаврилов М.В. Информатика и информационные технологии: Учебник для прикладного бакалавриата / М.В. Гаврилов, В.А. Климов. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 383 с.

19. Гольдштейн Г.Я. Основы менеджмента: учебное пособие/ Г.Я. Гольдштейн. – 2-е издание, доп. и перераб. – Таганрог: Изд-во ТРГУ, 2017. – 230 с.
20. Горшкова Л.В. Правовые проблемы регулирования частноправовых отношений международного характера в сети Интернет: Автореф. дисс. ... канд. юрид. наук: защищена 15.04.2005: утв. 27.11.2005 / Л.В. Горшкова. – М.: изд-во Московского гос. университета, 2005. – 28 с.
21. Гулемин А.Н. Интеграция информационного законодательства в условиях глобализации: Автореф. дисс. ... канд. юрид. наук: защищена 17.03.2008: утв. 14.12.2008 / А.Н. Гулемин. – Екатеринбург: ООО «Демос», - 30 с.
22. Дарков А.В. Информационные технологии: теоретические основы: Учебное пособие / А.В. Дарков, Н.Н. Шапошников. - СПб.: Лань, 2016. - 448 с.
23. Дафт Ричард Л. Менеджмент/ Л.ДафтРичард . – СПб: Питер, 2016. – 864 с.
24. Демьянова О.В. Информационные технологии / О.В. Демьянова // Проблемы современной экономики. – 2018. – №1 - С.45-59.
25. Друкер П. Эффективное управление / П. Друкер. – М.: АСТ, 2018. – 288 с.
26. Елаев А.А. Основы теории управления: учебно-методическое пособие/ А.А Елаев. – Улан-Удэ: Издательство Бурятского госуниверситета 2017. – 270 с.
27. Ефимов В.В. Экономическое управление организацией: учебное пособие / сост. В.В. Ефимов. – Ульяновск: УлГТУ, 2016. – 156 с.
28. Ивасенко А.Г. Информационные технологии в экономике и управлении: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, А.Ю. Гридасов, В.А. Павленко. - М.: КноРус, 2013. - 158 с.
29. Информационные системы и технологии: Научное издание. / Под ред. Ю.Ф. Тельнова. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 303 с.

30. Истомин П.В. Основы теории управления: учебное пособие/ П.В. Истомин. – Сыктывкар: СЛИ, 2018. – 380 с.
31. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: учебное пособие/ Н.И. Кабушкин. 11-е издание. – М.: Новое знание 2017. – 336 с.
32. Каткова Л.А. Информационно-технологическое перевооружение системы управления предприятием как фактор повышения конкурентоспособности предприятия/ Л.А Каткова // Теория и практика общественного развития. – 2017. - №8.- С.45-59
33. Киржнер Л.А. Менеджмент организации: учебное пособие/ Л.А Киржнер, Л.П. Киенко. – М.: КНТ, 2016. – 688 с.
34. Коврижных И.В. Оценка эффективности системы управления / И. В. Коврижных. – Барнаул: АФ СибАГС, 2016. – 286 с.
35. Когденко В.Г. Экономический анализ: Учебное пособие / В.Г. Когденко. - М.: ЮНИТИ, 2015. - 392 с.
36. Корнеев И.К. Информационные технологии в работе с документами: учебник / И.К. Корнеев. - М.: Проспект, 2016. - 304 с.
37. Косиненко Н.С. Информационные системы и технологии в экономике: Учебное пособие для бакалавров / Н.С. Косиненко, И.Г. Фризен. - М.: Дашков и К, 2015. - 304 с.
38. Косолапова М.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник / М.В. Косолапова, В.А. Свободин. - М.: Дашков и К, 2016. - 248 с.
39. Лафта Дж.К. Эффективность менеджмента организации: учебное пособие/ К. Лафта Дж.. – М.: Русская Деловая Литература, 2018. – 320 с.
40. Лукичева Л.И. Управление организацией: учебное пособие/ Л.И. Лукичева. – 3-е изд., стер. М.: Омега-Л, 2016. – 360 с.
41. Любушин Н.П. Экономический анализ: учеб. пособие / Н.П. Любушин. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 575 с.

42. Мамонова Т.Е. Информационные технологии. Лабораторный практикум: Учебное пособие для прикладного бакалавриата / Т.Е. Мамонова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 176 с.

43. Маркова В.Д. Информационные технологии: сущность и инновационная составляющая/В.Д. Маркова // Проблемы современной экономики. –2016. – № 21. – С. 38-42.

44. Мельник М.В. Анализ и оценка систем управления на предприятиях / М.В. Мельник. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 136 с.

45. Мильнер Б.З. Теория организаций / Б.З. Мильнер. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 480 с.

46. Мозолина О.В. Публично- правовые аспекты международного регулирования отношений в Интернете: Автореф. дисс. ... канд. юрид. наук.: защищена 28.01.2008: утв. 13.10.2008/ О.В Мозолина – М.: ООО «Печатник», 2008. – 32 с.

47. Мозолина О.В. Вопросы международно- правового регулирования Интернета / О.В. Мозолина // Московский журнал международного права. - 2004. - № 4.- С. 38-42.

48. Нагорный Р.С. Доменное имя как объект гражданского права /Р.С. Нагорный // Журнал российского права. - 2008. - № 2.- С. 78-82.

49. Наумов А.А. Информационная среда. Синтез, анализ, моделирование и оптимизация/ А.А., Наумов С.А.Бах. - Новосибирск: ОФСЕТ, 2017. – 307 с.

50. Пивнев Е.С. Теория управления: учебное пособие/ Е.С Пивнев. – Томск: Томский межвузовский центр дистанционного образования, 2015. – 246 с.

51. Письмо ФАС России от 28.08.2015 N АК/45828/15 «О рекламе в сети «Интернет» [Электронный ресурс]//Справочно – правовая система КонсультантПлюс. -URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_185361/. (Дата обращения 15.05.2019).

52. Прокофьева В.А. Нормативно – правовое регулирование сети интернет[Электронный ресурс]// Научное сообщество студентов XXI столетия. Общественные науки: сб. ст. по мат. LIII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 5(52). - URL: [https://sibac.info/archive/social/5\(52\).pdf](https://sibac.info/archive/social/5(52).pdf) (дата обращения: 03.06.2019).

53. Рассолов И.М. Теоретические проблемы Интернет– права/ И.М.Рассолов. – М.: РПА МЮ РФ, 2012. - С. 71-76.

54. Роббинз Стивен П. Менеджмент/ Роббинз П. Стивен: пер. с англ. – М.: Вильямс, 2018. – 1056 с.

55. Романова Ю.Д. Информационные технологии в управлении персоналом: Учебник и практикум / Ю.Д. Романова, Т.А. Винтова, П.Е. Коваль. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 291 с.

56. Савельев А.И. Правовая природа договоров с участием интернет-провайдера / А.И Савельев // Законы России: опыт, анализ, практика. - 2010. - № 6.- С. 71-87.

57. Самигулина А.В. Особенности купли- продажи готового бизнеса и нормативного урегулирования купли- продажи предприятия в сфере компьютерной сети «Интернет» / А.В.Самигулина// Право и экономика. - 2009. - № 5.- С. 53-76.

58. Советов, Б.Я. Информационные технологии: теоретические основы: Учебное пособие / Б.Я. Советов, В.В. Цехановский. - СПб.: Лань, 2016. - 448 с.

59. Тихонов Э.Е. Информационные технологии в управлении: учебное пособие/ Э.Е.Тихонов. — Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2015. – 402 с.

60. Трофименко А. Какими нормативными актами регулировать «сетевые отношения / А.Трофименко// Российская юстиция. - 2012. - № 9. - С. 32-47.

61. Усольцева С.В. Право интеллектуальной собственности в Интернет / С.В.Усольцева // Сибирский юридический вестник. - 2012. - № 4. - С. 22-55.

62. Федосеева Н.Н. Сущность и проблемы электронного документооборота в информационных технологиях/ Н.Н Федосеева // Юрист. –2017. – №6. – С.61-69.

63. Цветков А.Н. Менеджмент: учебное пособие/ А.Н Цветков. – СПб.: Питер, 2017. – 176 с.

64. Чукарин А.В. Бизнес-процессы и информационные технологии в управлении современной инфокоммуникационной компанией / А.В. Чукарин. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 512 с.