

9. Pronevich, A. F. Dinamicheskie trehfaktornye proizvodstvennye funkcii, uchityvajushhie polnost'ju nejtral'nyj po Nixsu nauchno-tehnicheskij progress / A. F. Pronevich, G. A. Hackevich // Biznes. Innovacii. Jekonomika. – 2023. – Вып. 7. – С. 132–144.

© Проневич А. Ф. \*, Хацкевич Г. А.

УДК 339.13

## **ТЕНДЕНЦИИ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

Суханов К. К.<sup>1\*</sup>, Никифорова В. Э.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Уральский институт управления – филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования "Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации"

Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 марта, 66

<sup>2</sup>Уральский институт управления – филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования "Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации"

Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 марта, 66

\*kirill\_sukhanov\_1999@mail.ru

*Авторами рассмотрен сегмент интернет-рекламы и маркетинга, а также рынки внутри данного сегмента. Указан объем сегмента интернет-рекламы и маркетинга в 2022 году и обозначены основные факторы, влияющие на него.*

*Ключевые слова: цифровая экономика, цифровой маркетинг, интернет-реклама, сегмент рынка.*

## **TRENDS IN INTERNET ADVERTISING AND MARKETING IN THE EMERGING DIGITAL ECONOMY**

K. K. Sukhanov<sup>1</sup>, V. E. Nikiforova<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Ural Institute of Management - a branch of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation

66, 8 March St., Yekaterinburg, Russia

<sup>2</sup>Ural Institute of Management - a branch of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation

66, 8 March St., Yekaterinburg, Russia

\*kirill\_sukhanov\_1999@mail.ru

*The authors examine the Internet advertising and marketing segment and the markets within it. The volume of the online advertising and marketing segment in 2022 is specified and the main factors influencing it are outlined.*

*Keywords: digital economy, digital marketing, online advertising, market segment.*

В настоящий момент российская экономика продолжает трансформироваться, переходить в цифровое русло и формируется новая модель национальной экономики - цифровая экономика.

В соответствии с Указом Президента РФ от 09 мая 2017 г. № 203 "О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы" под цифровой экономикой понимается «хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг».[3]

Цифровая экономика характеризуется тем, что ее объектом являются данные в цифровом виде, то есть информация. Информационные технологии являются инструментами цифровой экономики, которые позволяют хранить, систематизировать и обрабатывать большие объемы данных. Переход к цифровой экономике влияет на все сферы жизни, включая маркетинг.[1]

Маркетинг – совокупность процессов создания, продвижения и предоставления товаров и услуг потребителям при помощи множества инструментов: исследование рынка, системный анализ, реклама и PR. В век цифровизации маркетинг также включает в себя использование различных цифровых платформ и социальных сетей продвижения и реализации товаров и услуг. Это позволяет предприятиям достигать более широкой аудитории и увеличивать продажи.

Маркетинг входит в один из сегментов российской экономики – сегмент интернет-рекламы и маркетинга

Сегмент интернет-рекламы и маркетинга один из четырех крупных сегментов «цифрового контура» российской экономики. Рассмотрим подробнее рынки, которые входят в состав данного сегмента:

1. Рынок performance-рекламы (стратегия интернет-маркетинга для достижения конкретных, финансово измеримых показателей (KPI) в максимально короткий срок).

Особенности Performance-маркетинга:

- измеримость результата;
- оценка бизнес-показателей (CPA, ROI);
- синхронизация различных каналов (нативная реклама; контекстная реклама, SEO; таргетированная реклама в социальных сетях, SMM, email-маркетинга, медиа рекламы) для выполнения KPI.

2. Рынок медиа рекламы (текстовые, графические, аудио-видео звуковые рекламные объявления и материалы на интернет-ресурсах, в мобильных приложениях, на телевидении, радио, в социальных сетях и новостных журналах, а также на газетных носителях).

3. Рынок видеорекламы (формат рекламы, размещаемой в интернет-сети). Она направлена на продвижение товаров и услуг, предоставление информации о товаре или об услуге, с целью увеличения объемов продаж.

4. Рынок контент-маркетинга (стратегия, основанная на публикации в профильных средствах массовой информации, блогах и других каналах релевантного для целевой аудитории контента, который повышает интерес и спрос на товар или услугу).

5. Рынок web-разработки и мобильной рекламы.

Общий вклад сегмента маркетинга и рекламы в ВВП Российской Федерации в 2021 году составил 432,5 млрд. руб., что на 24% больше, чем было в 2020 году. Об этом говорится в исследовании РАЭК «Экономика Рунета 2021-2022», представленном на РИФ 2022.[2]

Ниже на рисунке 1 показана динамика сегмента интернет-рекламы и маркетинга с 2013 по 2021 годы.

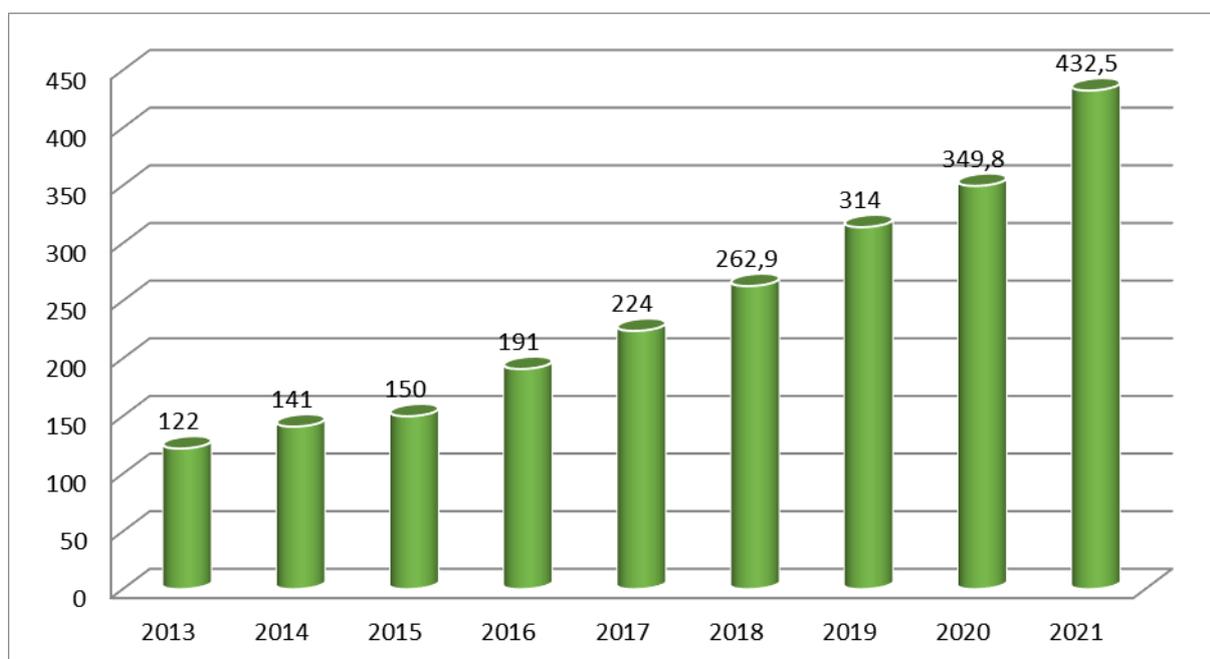


Рис. 1. Динамика сегмента интернет-рекламы и маркетинга 2013-2021. – <https://raec.su/>.

В 2013 году объем данного сегмента составлял 122 млрд. рублей

За весь период исследований, начиная с 2013 года, объемы сегмента интернет-рекламы и маркетинга выросли почти на 255 % (со 122 млрд. рублей в 2013 году до 432,5 млрд. рублей в 2021 году).

На рисунке 2 представлен общий вклад цифровой экономики в ВВП Российской Федерации в 2021 году (млрд. рублей)

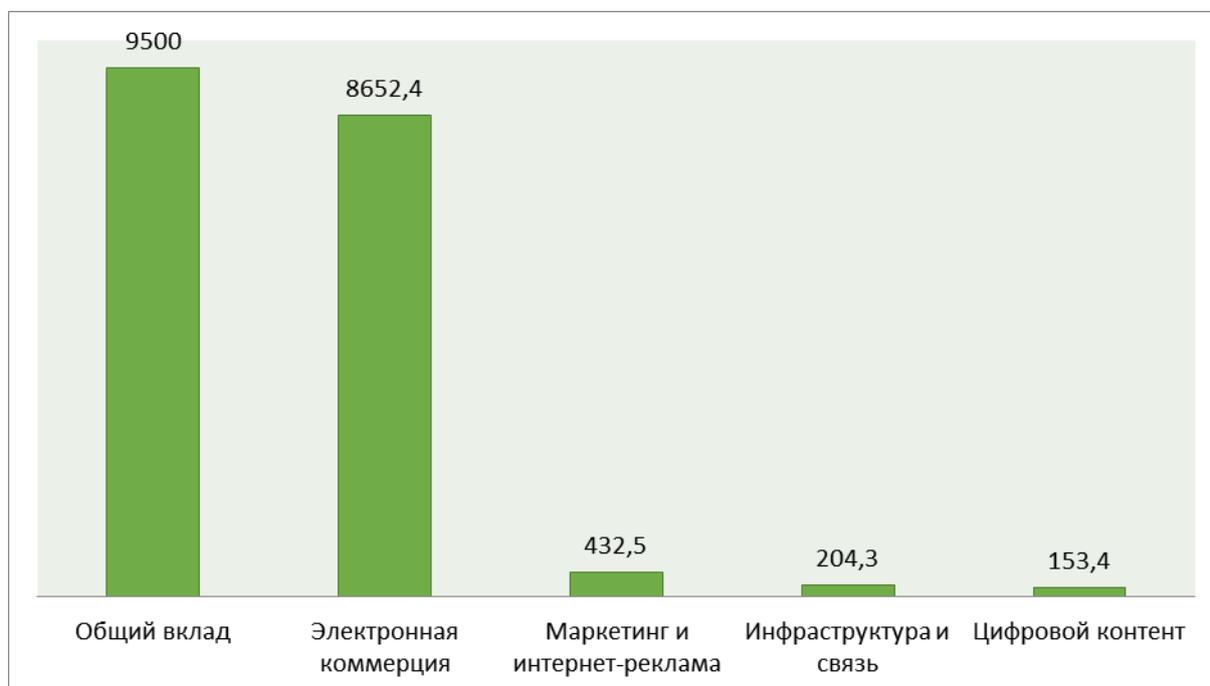


Рис. 2. Вклад цифровой экономики в ВВП Российской Федерации в 2021 году – <https://raec.su/>.

- Общий вклад цифровой экономики в ВВП страны составил 9,5 трлн руб., увеличившись по сравнению с 2020 годом почти на 42%;

-Вклад сегмента электронной коммерции вырос до 8,7 трлн руб., что на 44% больше, чем годом ранее;

-Вклад инфраструктурного сегмента составил 204,3 млрд руб., что на 34% больше, чем результат 2020 года;

- Вклад сегмента цифрового контента достиг 153,4 млрд руб., увеличившись по сравнению с предшествующим годом на 24%. [2]

«По прогнозам РАЭК, в 2022 году онлайн-реклама сократится вдвое. Главные причины: заморозка и отмена рекламы российских брендов, уход с рынка крупнейших зарубежных рекламодателей, сокращение «топовых» рекламных площадок (Google остановил продажу рекламы в РФ, запрет на работу Facebook<sup>1</sup> и Instagram\*, ограничение работы TikTok, уход Criteo). Эксперты ассоциации также допускают частичное восстановление рынка во второй половине года и выделяют как фактор поддержки отрасли помощь со стороны государства: налоговые льготы, льготы по страховым взносам, субсидии на фонд оплаты труда». [2]

В 2022 году объем цифрового контента снизится на 55-60%. В первую очередь на отрицательную динамику повлияют: уход зарубежных игроков (Netflix, Megogo, Spotify, Supercell, Wargaming и др.); сложности с оплатой покупок и подписок на зарубежных игровых и видео платформах; сокращение объемов кинематографического контента в связи с отказом крупнейших мировых киностудий (Warner Bros., 20th Century Fox, Walt Disney Pictures и др.) показывать премьеры фильмов в России, удалением музыкальных альбомов зарубежных исполнителей и сокращением доступа к зарубежной игровой индустрии. [2]

Вследствие перечисленных факторов наблюдается серьезный рост нелегального использования контента — в марте 2022 года трафик на торрент-трекеры увеличился на 21%. Пользователи скачивают контент, который после ухода зарубежных игроков и поставщиков контента стал заблокирован или недоступен. [2]

Перезапустить цифровой сегмент от воздействия негативных факторов помогут: производство собственного контента и распространение его отечественными онлайн-кинотеатрами; разработка и продвижение отечественного программного обеспечения; переход пользователей в российские сервисы; дополнительные меры государственной поддержки создателей и производителей контента.

Динамика вклада цифровой экономики в экономику Российской Федерации остается положительной в основном за счет сегментов электронной коммерции и инфраструктуры, которые продолжают показывать уверенный рост. Помощь интернет-экономике также должны оказать меры поддержки IT-отрасли.

Одно из ключевых событий на рынке интернет-рекламы – вступление в законную силу изменений о единой системе учета рекламы в интернете. Свое влияние также оказывают изменения, внесенные в Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе», в котором добавляется пункт «Реклама не должна: *содержать информацию, пропагандирующую либо демонстрирующую нетрадиционные сексуальные отношения и (или) предпочтения, педофилию, смену пола*». [4]

По нашим прогнозам, в период с 2023 по 2025 годы общий вклад цифровой экономики в экономику России будет расти.

Наряду с государственными мерами поддержки IT-компаний, например:

- льготное кредитование проектов по разработке и внедрению российских IT-решений;
- гранты на разработку и внедрение отечественных IT-продуктов;
- упрощенный порядок трудоустройства иностранных высококвалифицированных IT-специалистов;
- мораторий на проведение плановых проверок (за отдельными исключениями) и другие, предусмотрены различные меры поддержки IT-специалистов, такие как:
- льготные условия ипотечных кредитов;

---

\* Запрещенная в Российской Федерации.

\* Запрещенная в Российской Федерации.

- отсрочка от срочной военной службы для IT-специалистов;
- бесплатное получение дополнительного IT-образования (курсы повышения квалификации, курсы переподготовки и др.);
- потребительский кредит для IT-специалистов по сниженной ставке.

По национальному проекту «Цифровая экономика» практически каждая отечественная IT-компания может претендовать на гранты и субсидии либо же воспользоваться программой льготного кредитования. Представителям малого и среднего бизнеса доступна скидка на российское ПО, которое они могут интегрировать в свои бизнес-процессы.

Меры поддержки IT-отрасли, которые власти продолжают вводить в период санкций и ведения политических битв, должны помочь цифровому сегменту России продолжить развиваться.

### **Список использованной литературы**

1. Ометова Д.А. Реклама в реалиях цифровой экономики: цифровой маркетинг [Текст]/ Пуляк А.// Скиф. Вопросы студенческой науки. – Санкт-Петербург, 2019 – Номер 11(39). – с. 473-477.
2. Российская ассоциация электронных коммуникаций [Электронный ресурс]. URL: <https://raec.su/> (дата обращения: 20.04.2023).
3. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы;
4. Федеральный закон от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»;
5. Эффективность экономики России: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/11186> (дата обращения: 18.04.2023)

### **References**

1. Ometova D.A. Reklama v realijah cifrovoj jekonomiki: cifrovoj marketing [Tekst]/ Puljak A.// Skif. Voprosy studencheskoj nauki. – Sankt-Peterburg, 2019 – Nomer 11(39). – s. 473-477.
2. Rossijskaja asociacija jelektronnyh kommunikacij [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://raec.su/> (data obrashhenija: 20.04.2023).
3. Ukaz Prezidenta Rossijskoj Federacii ot 09.05.2017 g. ? 203 O Strategii razvitija informacionnogo obshhestva v Rossijskoj Federacii na 2017 – 2030 gody;
4. Federal'nyj zakon ot 13.03.2006 g. ? 38-FZ «O reklame»;
5. Jeffektivnost' jekonomiki Rossii: Federal'naja sluzhba gosudarstvennoj statistiki [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/11186> (data obrashhenija: 18.04.2023)

© Суханов К. К., Никифорова В. Э., 2023