

РЫНОК СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ РОССИИ В 2008–2015 ГОДАХ

Компания J'son & Partners Consulting представляет основные результаты исследования рынка социальных сетей в России, проведенного в сентябре 2010 года. Данное исследование содержит анализ российского рынка социальных сетей, тенденции развития активной аудитории, объема рынка, моделей монетизации, основных социально-демографических категорий, а также прогнозы технологического развития, роста аудитории социальных сетей и развития рынка до 2015 года.

АКТИВНАЯ АУДИТОРИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В РОССИИ

По оценкам J'son & Partners Consulting, активная аудитория социальных сетей в России в 2009 году составила 31 млн. пользователей, что на 38% больше показателя 2008 года. Доля аудитории Интернета, пользующейся социальными сетями, постоянно возрастает и, по прогнозам J'son & Partners Consulting, достигнет к концу 2015 года 76,5% от общего числа интернет-пользователей в среднем (рис. 1).

Таблица 1

ПОЛЬЗОВАТЕЛИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

	2009	2015
Доля играющих в социальные игры, %	32,3	55,3
Доля использующих платные сервисы, %	8,5	25,7
Всего, млн. человек	31	76

Примечание: число пользователей в абсолютном выражении приведено на конец года, доли пользователей рассчитаны по средним значениям за период. Источник: J'son & Partners Consulting.

Увеличение уровня проникновения Интернета в России остается одним из основных драйверов роста аудитории социальных сетей, однако не единственным. Социальные сети становятся все более популярными среди интернет-пользователей всех возрастов, поскольку являются унифицированной площадкой, позволяющей заводить знакомства, общаться со своими друзьями и родственниками, а также приятно проводить время, играя в социальные игры, объединяясь в группы по интересам и используя развлекательные сервисы.

J'son & Partners Consulting ожидает дальнейший рост аудитории игр в социальных сетях: в 2009 году каждый третий пользователь социальной сети играет в игры, в то время как в 2015 году уже каждый второй пользователь будет являться игроком в социальные игры (табл. 1).

ОБЪЕМ РЫНКА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В РОССИИ

По оценкам J'son & Partners Consulting, в социальных сетях России объем рынка игр и платных сервисов в 2009 году составил 105 млн. долларов. По нашим прогнозам, рынок социальных сетей будет расти быстрыми темпами и к 2015 году достигнет 1506 млн. долларов. Доля доходов от продажи виртуальных товаров/услуг снизится с 73,2% в 2009 году до 65,4% в 2015 году, в то время как доля доходов от игр и приложений достигнет 34,6% (рис. 2).

По прогнозам J'son & Partners Consulting, доля пользователей социальных сетей, платящих за виртуальные товары/услуги, достигнет 25,7% в 2015 году по сравнению с 8,5% в 2009 году.

Основным объяснением такой тенденции является рост популярности онлайн-платежей. Сейчас пользователи в основном оплачивают виртуальные товары/услуги и игры в социальных сетях посредством SMS, однако платежные системы приобретают все большую популярность в России.

1

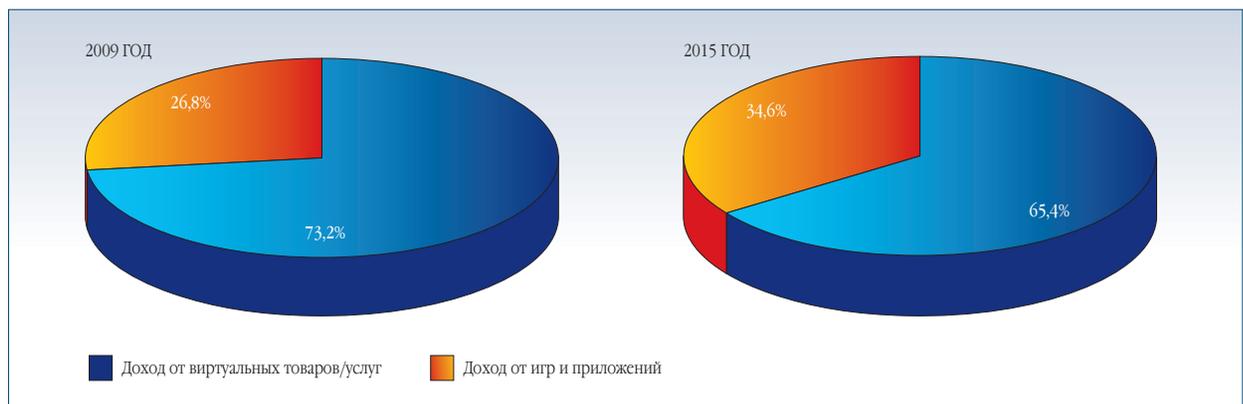


АУДИТОРИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В РОССИИ, 2008–2015 ГОДЫ

Примечание: число пользователей в абсолютном выражении приведено на конец года, доли пользователей рассчитаны по средним значениям за период.

Источник: J'son & Partners Consulting.

2



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВЫРУЧКИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Источник: J'son & Partners Consulting.

Переход от SMS-платежей на платежные системы (такие как банковские карты и электронные деньги) или уменьшение комиссий по SMS-платежам принесут дополнительный доход социальным сетям. Запуск неигровых приложений, например платного телевидения, музыкального и видеоконтента, наряду с совершенствованием пользовательского интерфейса также могут существенно увеличить долю платящих пользователей.

В ближайшие пять лет следует ожидать роста рынка социальных сетей в России. В качестве факторов, способствующих развитию рынка, можно выделить следующие:

1. Рост аудитории Интернет.

В конце 2009 года проникновение широкополосного доступа по домохозяйствам в России составило 30%, а к 2015 году может достигнуть 63%.

2. Расширение функционала социальных сетей, разработка новых приложений, улучшение существующих сервисов, персонализация.

3. Появление API (Application Programming Interface) для внешних сторон (разработчики приложений, сайты, клиенты и т.п.) и интеграция с внешними сайтами.

API для внешних сторон позволяет независимым ресурсам взаимодействовать с пользователями соци-

альной сети, запускать для них приложения и дополнительные сервисы на своей стороне, а также привлекать новую аудиторию.

4. Развитие платежных систем, в том числе рост проникновения банковских карт, распространение платежных терминалов, увеличение популярности оплат электронными деньгами.

Основными барьерами развития рынка онлайн-игр в России являются:

- низкий уровень проникновения сети Интернет в регионах: для сравнения – в Москве 62% домохозяйств имеют доступ к сети Интернет, а в регионах – всего 26%;
- относительно высокая стоимость телекоммуникационных услуг в регионах;
- все еще низкий уровень доверия к платежным инструментам и их слабое развитие, высокая доля SMS (характеризующихся большими комиссиями) в структуре платежей.

Несмотря на существующие барьеры развития влияние факторов роста, по мнению J'son & Partners Consulting, приведет к росту рынка социальных сетей до 1,5 млрд. долларов к 2015 году.