

ВЕБ-РАЗРАБОТЧИКИ РОССИИ 2009 - 2010 г.

Исследование CMS Magazine/«Рейтинг Рунета»



Сергей Бесшабашнов

директор по развитию «Рейтинг Рунета»
sb@businessreklama.ru



Анатолий Денисов

главный редактор CMS Magazine
denisov@businessreklama.ru

До сих пор многие заказчики спрашивают: почему одна компания делает сайт за 50 тыс. руб., а другая — за ту же сумму в долларах, ведь результат-то один? Если такой вопрос возникает, значит, все еще неясно, какие студии могут быть причислены к числу лидеров, а кто просто набивает себе цену. И есть необходимость в структурирующих рынок обзорах.

В данном исследовании мы собрали результаты работы CMS Magazine за последние полгода: опросы более 500 из 2500 зарегистрированных на сайте компаний, статистику информеров, результаты собственных исследований и трудов наших партнеров. Все данные по отдельности можно проверить в информерах на сайтах cmsmagazine.ru и ratingruneta.ru. Лишь небольшая часть цифр (объем рынка и число участников) получена путем обоснованных экспертных оценок, так как технического пути определить эти показатели пока не существует.

Представленный нами обзор помогает сориентироваться в среде веб-разработчиков. А для профессионалов рынка собранная информация — это возможность оценить себя со стороны и определить свое место в конкурентной среде.

Успехов в делах!

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	2
Рынок	4
Обзор	4
Число и география участников	5
Объем	6
Цены	7
Лидеры	8
Веб-разработчики	8
Seo-компании	8
Портрет типичной веб-студии	9
Обороты	9
Основные источники доходов	10
Число сотрудников	10
Уровни заработной платы специалистов	11
Возраст	12
Количество активных проектов в портфеле	13
Каналы продвижения	13
Системы управления содержимым сайта	14
Методология	15
Итоги	15

РЫНОК



ОБЗОР

Российскому рынку веб-разработки 15 лет, его историю принято считать от основания компаний WebDesign, впоследствии ставшей студией Артемия Лебедева, и X-Project. В этом недетском возрасте рынок становится все более сформированным. Круг лидеров остается более-менее постоянным на протяжении нескольких лет, и только подъем спроса на нишевые услуги позволяет выбиться наверх ранее неизвестным компаниям. Хотя каждую неделю появляются новые студии, лишь немногим новичкам удается выжить.

Главным драйвером веб-разработки и связанных услуг остается рост аудитории Рунета. Благодаря проникновению широкополосного доступа в регионах, развития мобильных и беспроводных сетей передачи данных, число пользователей интернет в России быстро увеличивается. По данным опросов ВЦИОМ, в 2010 г. уже 23% россиян пользуются интернетом ежедневно. Годом ранее эта цифра составляла 15%, а 4 года назад — всего 5%.

Рост аудитории стимулирует рекламодателей к совершенствованию своих сайтов и увеличению бюджетов на digital-продвижение. Компании разрабатывают новые средства контакта со своими потенциальными потребителями и стараются размещать свои рекламные сообщения там, где их аудитория проводит большую часть своего времени: на отраслевых, развлекательных и новостных порталах, в блогах и социальных сетях. Вместе с повышением уровня конкуренции в интернет-продвижении растет потребность в профессиональных исполнителях, способных предложить эффективный ответ на задачи рекламодателей.

Веб-студии, сумевшие за счет качества услуг и успешного позиционирования закрепиться в сегменте решений для крупных заказчиков, смогли удерживать цены и не потеряли объем бизнеса.

ЧИСЛО И ГЕОГРАФИЯ УЧАСТНИКОВ

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

Половина студий прописана в столицах

Распределение веб-разработчиков по расположению офиса

Город	
Москва	38%
Санкт-Петербург	12%
Екатеринбург	5%
Новосибирск	4%
Ростов-на-Дону	2%
Самара	2%
Нижний Новгород	2%
Челябинск	2%
Казань	2%
Барнаул	2%
Владивосток	2%
Ульяновск	2%
Пермь	2%
Тула	1%
Уфа	1%
Краснодар	1%
Омск	1%
Тверь	1%
Волгоград	1%
Иваново	1%
Остальные	16%

Источник: опрос «Рейтинга Рунета»

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.

В каталогах CMS Magazine на апрель 2010 г. было зарегистрировано около 2500 веб-студий и 250 компаний, специализирующихся на SEO. 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 на прочие российские города-миллионники.

ОБЪЕМ РЫНКА

Объем рынка услуг разработки и поддержки веб-сайтов в Рунете составил по итогам 2009 г. около 7,2 млрд руб. Это оценка основана на результатах

анкетирования и сборе данных о выручке российских веб-компаний. Так, среднестатистическая компания за 2009 г. получила от своих заказчиков 6,5 млн руб. (см. раздел «портрет типовой студии: обороты»).

Для сравнения:

- контекстная реклама 10,5 млрд руб.;
- медийная реклама 9 млрд руб.;
- платные сервисы 6,6 млрд руб.;
- оптимизация 6 млрд руб.;
- цифровой контент 5,7 млрд руб.;
- ce-recruitment 1,2 млрд руб.

Источник: оценки РОЦИТ

По прогнозам участников рынка, за 2010 г. объем рынка разработки и поддержки вырастет на 51%.

ЦЕНЫ

Стоимость разработки сайтов сильно варьируется в зависимости от расположения заказчика и исполнителя. Больше 100 тыс. руб. корпоративные ресурсы стоят только в нескольких наиболее интернетизированных городах. В остальной части России средние расценки, как правило, не превышают 60-80 тыс. руб. Разница обусловлена более низкими затратами студий с одной стороны и меньшими финансовыми возможностями заказчиков в регионах с другой. Впрочем, в каждом городе, в том числе в Москве, есть компании, готовые сделать сайт за 15-30 тыс. руб. или даже бесплатно, при условии его дальнейшего продвижения в течение полугодия. Впрочем, и в столице, и в регионах есть крупные корпорации и госструктуры, которые заказывают сайты за 3 млн руб. и выше.

Цены на услуги по поисковой оптимизации сайтов также значительно варьируются от города к городу. В Москве средний чек составляет 35 тыс. руб. рублей в месяц, в Санкт-Петербурге уже 22 тыс. руб., а в других регионах в среднем 15 тыс. руб. При этом стоимость продвижения в конкурентных тематиках выше, и в некоторых случаях превышает 100 тыс. руб.

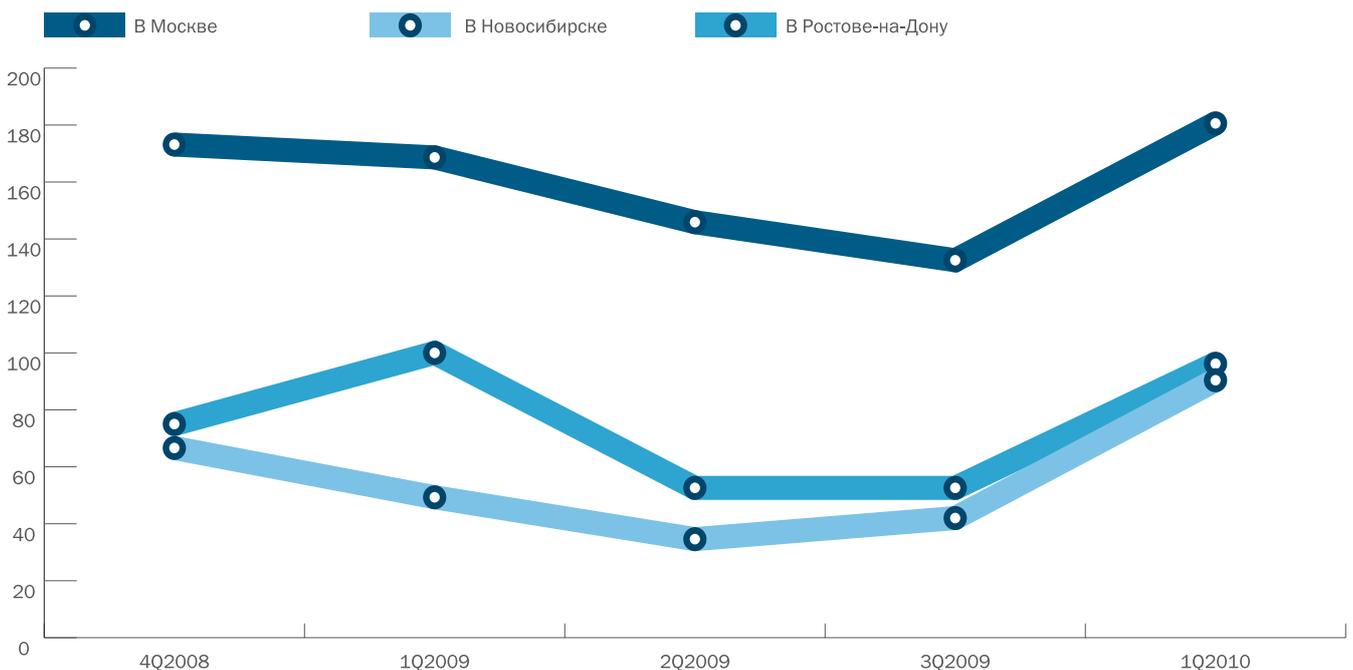
В 2009 г. динамика цены на услуги веб-студий была негативной. Демпинг оставшихся без заказов фирм и ориентация заказчиков на недорогих исполнителей привели к тому, что в Москве стоимость среднестатистического корпоративного сайта упала на 24%, с 173 тыс. руб до 132 тыс. руб. И в большинстве

регионов наблюдалась аналогичная или даже более пессимистичная динамика. Виновниками такого быстрого падения стали небольшие студии, многие из которых снизили официальные расценки. Фирмы, работавшие с крупными корпоративными заказчиками пострадали от кризиса в меньшей степени — они не снижали прайсовую стоимость услуг, а лишь шли на уступки в переговорах с индивидуальными заказчиками.

С началом 2010 падение в регионах продолжилось, но в Москве цены скорректировались наверх до 180 тыс. руб. за корпоративный сайт, что позволяет рассчитывать на будущее оздоровление и на остальной территории России.

Москва дает установку на оздоровление

Динамика цен на разработку корпоративного сайта



Источник: ежеквартальные опросы CMS Magazine и данные информеров

ЛИДЕРЫ

ТОП-10 ВЕБ-СТУДИЙ ПО ВЕРСИИ ПРОЕКТА «РЕЙТИНГ РУНЕТА»

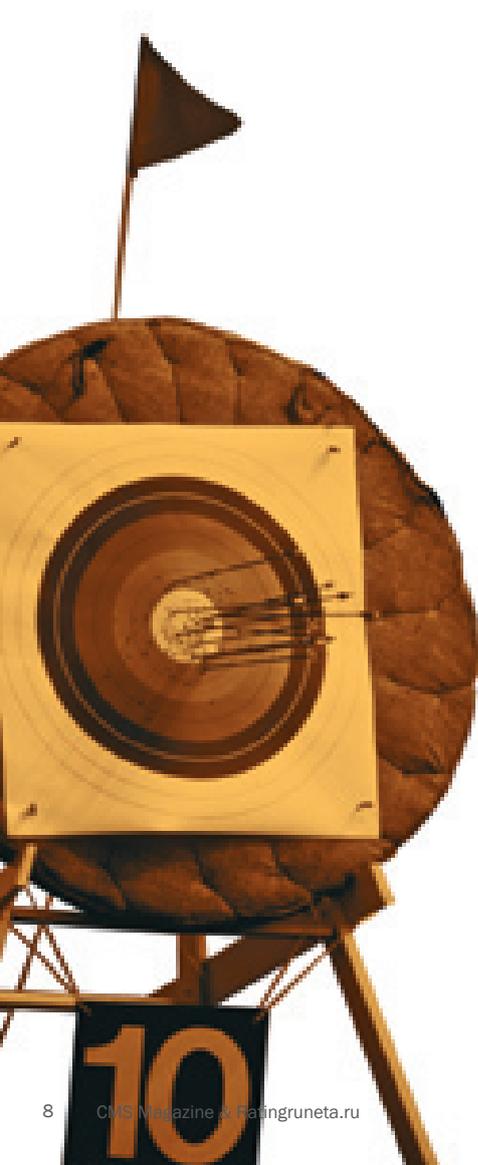
№	Компания	Проектов	Балл
1	Actis Wunderman	123	3.26
2	Студия Артемия Лебедева	116	2.87
3	РБК СОФТ	84	2.85
4	Айтекс	777	2.10
5	Текарт	176	1.78
6	Astronim*	164	1.34
7	Группа МАХАОН	40	1.30
8	Quantum Art	41	1.17
9	АИСТ	46	0.96
10	Articul Media	33	0.94

Топ-100 веб-разработчиков Рунета смотрите на ratingruneta.ru/web

ТОП-10 SEO-КОМПАНИЙ ПО ВЕРСИИ ПРОЕКТА «РЕЙТИНГ РУНЕТА»

№	Компания	Проектов	Балл
1	Demis Group	1 119	16.62
2	Корпорация РБС	721	11.54
3	Матик	273	4.00
4	i-Media	180	3.97
5	Трилан	370	3.41
6	Текарт	100	3.21
7	VIPRO	133	2.38
8	Webcom Media	131	2.29
9	SEO complex	42	2.15
10	TRINET	102	2.08

Топ-50 поисковых оптимизаторов Рунета смотрите на ratingruneta.ru/seo



ПОРТРЕТ ТИПИЧНОЙ СТУДИИ



ОБОРОТЫ

Москва — самый привлекательный рынок среди городов России. Расположенные в Центральном ФО студии собрали за 2009 г. в два-три раза большую выручку, чем их коллеги из следующих по уровню развития округов — Сибирского и Северо-западного. Отчасти высокие показатели Москвы обусловлены результатами расположенных в ней крупнейших digital-агентств, чьи обороты измеряются десятками и сотнями миллионов рублей, а «среднестатистические» студии вовсе не могут похвастаться 11 млн в год.

Но даже без учета компаний-лидеров, потенциал столицы по числу заказчиков и их готовности платить намного превышает возможности любого региона. Взлет не одной региональной фирмы обусловлен тем, что в свое время они смогли выйти на заказчиков из Москвы и продавать им услуги по принятым в столице ценам, а для выполнения заказов привлекать местных специалистов с региональными зарплатами. Высвобожденные деньги позволили быстро масштабировать бизнес, активно продвигаться и выбирать интересных заказчиков, не расходовать ресурсы на бесперспективные разовые проекты.

Город, где деньги лежат

Среднестатистическая выручка компаний за 2009 г. по территории

Центральный ФО	11 076 549
Сибирский ФО	5 521 244
Северо-западный ФО	3 885 000
Уральский ФО	3 491 023
Приволжский ФО	2 299 923
Южный ФО	1 094 444
Дальневосточный ФО	750 000
Средний уровень по России	6 534 462

Источник: опрос CMS Magazine

На маркетинге в соцсетях зарабатывает 1% студий

Услуги которые принесли агентствам наибольший доход в 2009 г.

Разработка новых сайтов	84%
Поддержка и развитие существующих сайтов	48%
SEO (поисковое продвижение сайтов)	36%
Собственные Интернет-проекты	14%
Агентские продажи медийной и контекстной рекламы	6%
Консалтинг	3%
SMM (вирусный маркетинг, продвижение в социальных медиа)	1%

Источник: опрос CMS Magazine

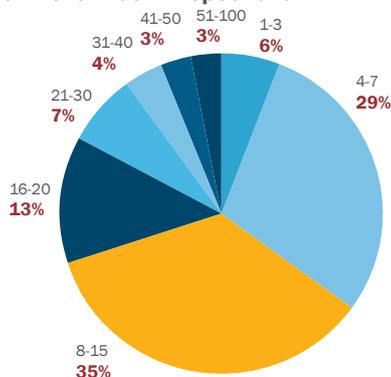
ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ДОХОДА

По итогам 2009 г. 84% веб-студий получили основной доход от разработки новых сайтов и поддержки существующих. Сайт, будь это корпоративная визитка или интернет-магазин, все еще остается главным генератором прибыли и центром рекламной кампании для большинства фирм.

Однако в будущем значение разработки будет снижаться — в Москве и других более интернето-развитых регионах ее доля в доходах компаний уже ниже, чем в среднем по России. На этом фоне возрастает роль услуг по развитию сайтов, консалтинга и агентских продаж контекстной рекламы. Расцвета платного консалтинга уже в 2010 г. ждет около 9% руководителей студий. Почти половина руководителей ожидает, что акценты будут смещаться в пользу продвижения, в первую очередь его основной составляющей — поисковой оптимизации. Кроме того, они прогнозируют рост интеллектуальных и new-wave услуг.

В 70% компаний работает меньше 15 сотрудников

Распределение российских студий по численности персонала



Источник: опрос «Рейтинга Рунета»

Маловероятно, что изменения будут резкими, особенно на фоне посткризисной бережливости заказчиков. Поэтому 78% фирм считают, что в ближайшее время разработка так и останется для них главным источником дохода.

ЧИСЛО СОТРУДНИКОВ

В типичной российской веб-студии на постоянной основе работает менее 15 человек. Таких небольших фирм 70%. В регионах множество компаний состоит из 4-7 или даже 1-3 человек, включая директора. В Москве выше доля крупных игроков, где занято более 30 сотрудников, а в каждой 20-ой столичной компании штат превышает 50 специалистов.

В число базовых сотрудников студий входит административный персонал, одна или две команды разработчиков и люди, отвечающие за качество проектов. Когда студия начинает расти, в первую очередь набирают новых программистов и продавцов, дизайнеров, SEO-продвиженцев и менеджеров проектов: происходит репликация производственной цепочки.

Верстальщики и контент-менеджеры необходимы студиям в значительно меньшей мере, поэтому их зарплаты на 30-40% ниже остальных специалистов. Кроме того, для выполнения части технических работ студии часто привлекают фрилансеров. Среднестатистическая веб-студия сотрудничает с 6 внештатными специалистами.

Самый «штучный товар» — директора по маркетингу, технические и арт-директоры. Ими, как правило, становятся совладельцы компаний и самые лояльные им сотрудники. Лишь 3-6% компаний собираются нанимать функциональных директоров со стороны.

УРОВНИ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ СПЕЦИАЛИСТОВ

Специалисты, на которых строится производственная цепочка веб-студии, менеджер проектов, дизайнер и программист, получают примерно одинаковое жалование: около 40-45 тыс. руб в месяц в Москве и по 20-25 тыс. руб. в развитых регионах. Дизайнеры и SEO-продвиженцы, от усилий которых в чуть большей степени зависит удовлетворенность заказчика, опережают коллег по уровню доходов на 10%. Кроме того, этим специалистам традиционно проще найти подработку на стороне.

Менеджеры по продажам зарабатывают в среднем меньше сотрудников производственных отделов, что обусловлено внутренними ограничениями веб-дева: большинство студий не может поставить разработку дорогих сайтов на поток. Са-

К кому веб несправедлив

Среднероссийские зарплаты по специальности

Специальность	зарплата, руб
Дизайнер	32 034
Программист	29 808
Менеджер проектов	30 823
SEO-специалист	32 278
Технический дизайнер	30 667
HTML-верстальщик	22 123
Контент-менеджер	16 779
Менеджер по продажам	29 402
Директор по маркетингу и PR	43 810
Арт-директор	51 204
Технический директор	49 010

Источник: опрос CMS Magazine

мыми «бедными» остаются специальности контент-менеджера и html-верстальщика.

Как и в случае с ценами на услуги, уровень заработной платы специалистов сильно отличается от региона к региону. Столичный программист получает столько же или даже больше, чем, например, арт-директор в Казани. Это было и остается одной из основных причин «утечки мозгов» из регионов.

Зарплата менеджеров проектов по городам России



Источник: опрос CMS Magazine

ПОРТРЕТ ТИПИЧНОЙ СТУДИИ

ВОЗРАСТ

Большая часть принявших участие в исследовании веб-студий работает уже не один год. Молодых компаний в возрасте до 3 лет 20%, 38% фирм оказывают свои услуги уже 4-6 лет, и еще 38% агентств — это ветераны Рунета с опытом более 7 лет.

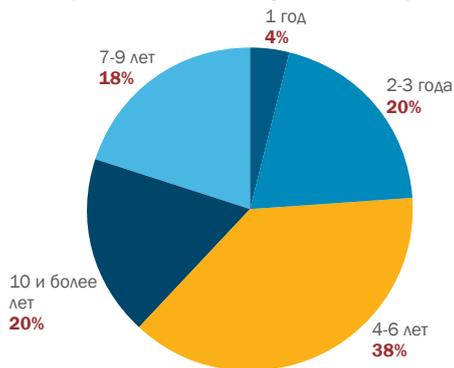
Свежезарегистрированных фирм в реальных рыночных условиях, конечно же, больше, но лишь немногие из них участвовали в исследовании. Всего 4%

опрошенных признались в том, что им еще не исполнилось и 1 года.

Аналогичная ситуация с SEO-компаниями. Несмотря на то, что продвижение как услуга моложе разработки, компании-лидеры занимаются SEO уже очень давно. Некоторые из SEO-фирм в прошлом были обычными разработчиками и учитывают в ответах свой общий стаж в отрасли. Поэтому 21% компаний указали что работают больше 10 лет, и лишь немногим моложе «Яндекса».

Младенцам здесь не место

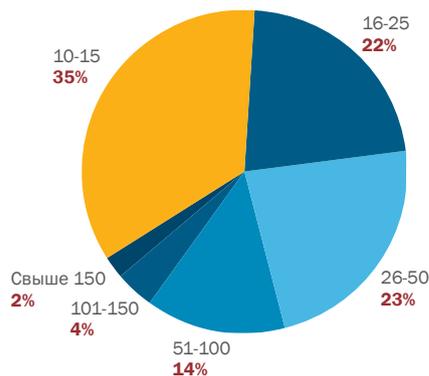
Распределение веб-студий по возрасту



Источник: опрос «Рейтинга Рунета»

На чем сидим

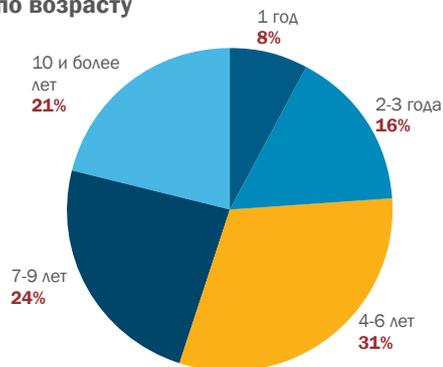
Активный клиентский портфель



Источник: опрос «Рейтинга Рунета»

Продвигают одни старики

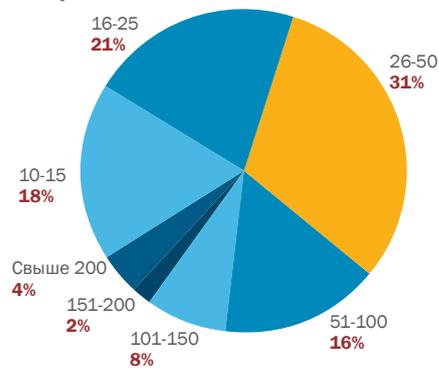
Распределение SEO-компаний по возрасту



Источник: опрос «Рейтинга Рунета» в рамках проекта ТОП-50 SEO-компаний

Треть фирм оптимизирует больше 26 сайтов

Количество активных проектов на продвижении



Источник: опрос «Рейтинга Рунета» в рамках проекта ТОП-50 SEO-компаний

КОЛИЧЕСТВО АКТИВНЫХ ПРОЕКТОВ В ПОРТФЕЛЕ ВЕБ-СТУДИИ

Разработка сайта занимает у студии около 38-40 календарных дней. Порталы и сервисы требуют большего времени, а корпоративные визитки часто удается сделать быстрее. Кроме того, сроки увеличиваются, когда сайт необходимо согласовывать на специальных комиссиях в крупных корпорациях и государственных организациях. В итоге за квартал типовая веб-студия с учетом мелких работ сдает до 6-7 новых проектов или по 2 сайта в месяц.

Разброс объемов активного клиентского портфеля студий довольно велик. Около трети фирм пока выполнили не более 10-15 веб-ресурсов. 22% студий ушли недалеко и поддерживают 16-25 сайтов. 23% могут похвастаться более чем 50 сайтами, но выше этой планки понимаются немногие.

В сфере SEO среднее количество проектов, с которыми одновременно работает компания, распределяется более равномерно. А поскольку поисковая оптимизация требует ежедневного внимания (иначе сайт заказчика потеряет свои позиции в выдаче), у SEO-компаний больше постоянных клиентов на абонентском обслуживании, чем у разработчиков.

Война за выдачу

На какие каналы продвижения студии направят основную часть маркетингового бюджета

Медийная и контекстная реклама	54%
SEO (поисковое продвижение сайта)	54%
PR в интернете и печатных СМИ	53%
Участие в конференциях, выставках	36%
«Холодные» звонки, прямые продажи	32%
SMM (вирусный маркетинг, продвижение в социальных медиа)	27%
Реклама в печатных СМИ	10%

Источник: опрос CMS Magazine

КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

Утверждение «реклама-двигатель торговли» для веб-студий неверно. Предлагая сложные b2b-услуги, они получают подавляющую часть новых заказов по рекомендациям коллег и знакомых, а также по ссылкам на выполненных сайтах. Для 89% фирм это основной источник клиентов.

Второй по значимости источник клиентов — выдача в поисковых системах. 54% фирм направляют на SEO и контекст большую часть своих маркетинговых бюджетов. Около половины фирм считают эффективным каналом продвижения пиар, но только 31% участвует в выставках, дискуссиях и рейтингах на профессиональных порталах. На продвижении в социальных сетях акцентируется 27% студий. 32% вкладываются в организацию традиционного отдела продаж с телемаркетологами и «холодными» звонками, а 12% пристально следят за тендерами государственных структур и крупных корпораций.

На последнем месте по популярности такой канал продвижения как реклама в печатных СМИ. Размещать ее собираются 10% веб-студий.

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ CMS

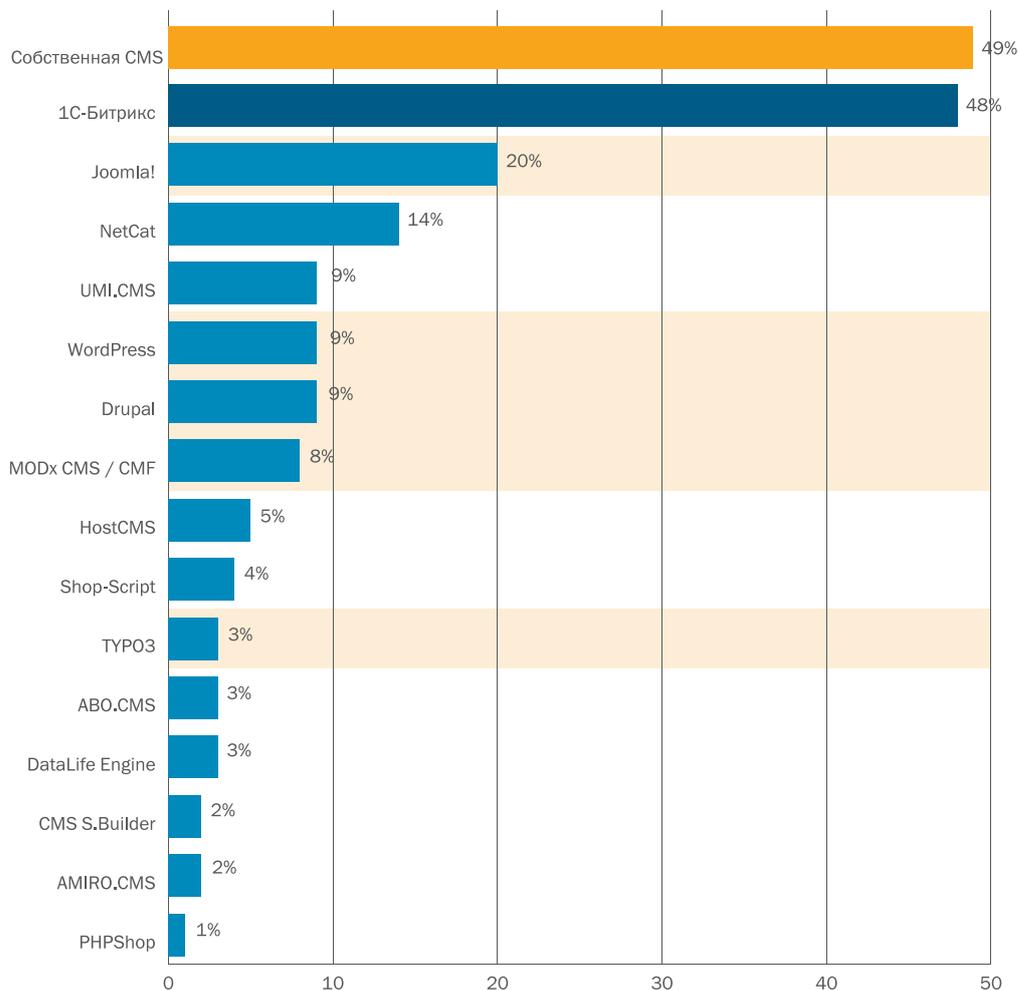
Благодаря маркетинговым усилиям разработчиков CMS, в первую очередь 1С-Битрикс и NetCat, коммерческие системы управления содержимым сайта теснят бесплатные продукты и кустарные разработки. В общей по России статистике «коробки» все еще уступают аналогам, но в Москве их используют уже 56% веб-студий.

Разработчики коммерческих движков апеллируют к желанию заказчиков

иметь надежную и независимую CMS и, следовательно, возможность без ущерба для бизнеса сменить подрядчика по веб-услугам. С этой идеей они продвигаются и в регионах. Но там ограничивающим фактором выступает размер бюджета на разработку сайта. В Москве 12-25 тыс.руб. на CMS потеряется в 180 тыс. руб., которые заказчик заплатит веб-студии. Но, например, в Казани или Челябинске цена «движка» съест 25-40% бюджета. Неудивительно, что в этих городах популярность коммерческих CMS несколько ниже.

Битрикс, NetCat и UMI.CMS вытягивают рынок «коробок»

Используемые веб-студиями CMS



Источник: опрос «Рейтинга Рунета»

*Цветом выделены свободно распространяемые CMS/CMS с открытым кодом

КРАТКИЕ ИТОГИ

Российский рынок разработки и поддержки :

- 2000 компаний
- 7,2 млрд руб. — объем в 2009 г.
- В 2010 г. может вырасти на 51%

Типичная российская веб-студия:

- Расположена в Москве, работает более 4 лет
- Годовой оборот более 6,5 млн руб.
- В штате 8-15 человек
- Делает сайты стоимостью около 180 тыс. руб.
- Активный клиентский портфель — от 10 до 50 сайтов
- Продвигается с помощью SEO и контекстной рекламы
- Использует коммерческую CMS или CMS собственной разработки

ИСТОЧНИКИ

В настоящем обзоре были использованы материалы опросов, проведенных CMS Magazine и «Рейтингом Рунета» в Марте 2010 г. В них приняли участие 567 респондентов — руководителей веб-студий. Ценовые информеры с текущими уровнями цен на услуги по разработке сайтов доступны на cmsmagazine.ru и ratingruneta.ru. Данные за предыдущие периоды расположены в разделе «Исследования».

«Рейтинг Рунета» и CMS Magazine — проекты интернет-агентства «Бизнес Реклама» (www.businessreklama.ru).

Редакция выражает благодарность

Генеральному спонсору: Microsoft

Официальным спонсорам: NetCat, UMI.CMS, S.Builder, ABO.CMS, Atilekt CMS, REG.RU

Региональным партнерам: Амадо, Астроним*, ВебПроекты, РуПромо, Смарт Системс, Студия ЯЛ, Сумма технологий, Cetera, DEXTRA, DIERA.RU, ITECH.group, IT-Studio, Kinetica, Media5, Proactivity Group, Spider Group, TRINET, TWINS.

Информационным партнерам: Эксперт-Онлайн, Sostav.ru, РОЦИТ, The Moscow Times, Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР), PC Magazine, Subscribe.ru, Advertology.ru, Re-Port, Art Directors Club (ADCR), Marketing.by, Руформатор, Searchengines.ru, SeoPult.TV и другим.