



VK на российском IT-рынке: обзор за 2022 год

В этом блоге мы собрали оценку рынков за прошедший год, на которых функционируют наши продукты, чтобы нашим инвесторам были понятнее перспективы развития VK. Презентацию с обзором данных рынков за 2022 год можно найти по [ссылке](#).

Интернет-аудитория

VK – один из лидеров по аудиторным показателям в Рунете. Пользователи наших сервисов составляют более 95% месячной аудитории Рунета¹. То есть практически все интернет-пользователи России – это пользователи сервисов VK.

Так, в 2022 году, по данным Mediascope, среднемесячное количество интернет-пользователей в России достигло 98,6 млн человек, что составляет 81% населения страны.² При этом 78% населения пользуется интернетом каждый день.²

В прошедшем году россияне проводили в интернете в среднем 3,5 часа в день, в 90% случаев использовался мобильный веб и приложения.² При этом в наших сервисах пользователи проводят в среднем больше 45 минут в день.

Большую часть времени в Рунете пользователи посвящают социальным сетям (21% от времени, проводимого в Сети), просмотру видео (18%), переписке в мессенджерах (15%) и онлайн-играм (10%).² Стоит отметить, что 98% интернет-пользователей России зарегистрированы в какой-либо социальной сети. При этом ВКонтакте и Одноклассники – лидеры по количеству зарегистрированных в них человек (86% и 63% от всех интернет-пользователей России, соответственно).³

Рынок рекламы

Одним из ключевых драйверов роста выручки VK традиционно является выручка от онлайн-рекламы. Так, например, по итогам 2022 года она увеличилась на 29% относительно 2021 года (и на 67% год к году в 1 квартале 2023 года).

По данным АКАР, объем рынка интернет-рекламы в России в 2022 году составил 325 млрд руб. По мнению Ассоциации, интернет-индустрия в целом успешно справилась с непростой ситуацией, которая сложилась в прошлом году и по итогам года фактически сохранила объемы рекламных бюджетов 2021 года. При этом лидеры рынка после ухода основных конкурентов продемонстрировали очень высокие темпы роста.⁴

Согласно оценке АРИР, в 2022 году объем рынка интерактивной рекламы в России составил 520 млрд руб. Ассоциация оценивала объем рынка по новой методологии: ввиду масштабных изменений ландшафта российской digital-отрасли, произошедших в 2022 году, к традиционным каналам интернет-рекламы были добавлены также инновационные (инвестиции в классифайды, Retail Media Ad, Influencer Marketing, нативная реклама, реклама в мессенджерах и пр.). При этом традиционные сегменты, которые включают в себя медийную и перформанс рекламу, продолжают занимать ключевую долю – более 60% рынка (324 млрд руб.).⁵

Видеосервисы и музыкальный стриминг

Мы активно развиваем музыкальные и видеосервисы: VK Музыку, VK Видео и VK Клипы, следим за основными тенденциями и ситуацией на этих рынках. Монетизация видеосервисов VK происходит по рекламной модели, потребители имеют бесплатный доступ к VK Видео и VK Клипам. Контент VK Музыки доступен пользователям как бесплатно – с ограничением фонового прослушивания и рекламой, так и по подписке – без ограничений (почти вся выручка сервиса формируется за счет подписки).

¹ С октября 2022 года, после консолидации Дзен

² Mediascope Cross Web (вся Россия, население 12+, Desktop&Mobile, 2022 год)

³ РАЭК, опрос населения России, возможен выбор нескольких вариантов ответа

⁴ АКАР, Объем рынка маркетинговых коммуникаций в 2022 году

⁵ АРИР, Объем российского рынка интерактивной рекламы в 2022 году

По нашим оценкам, в прошедшем году объем рынка музыкального стриминга в России составил 20 млрд руб.

Что касается рынка легальных видеосервисов в России, то, по оценке J'son & Partners Consulting, его объем по выручке в 2022 году превысил 86 млрд руб. Структура доходов рынка по потребительским сегментам выглядела так: 74% доходов приходилось на онлайн-кинотеатры, 14% – на социальные сети, 8% – на агрегаторы и инфосервисы, а оставшиеся 4% распределились между операторами и телеканалами.⁶

Структура выручки рынка легальных видеосервисов по моделям монетизации в прошедшем году выглядела следующим образом: большую часть выручки в размере 51 млрд руб. сгенерировала дистрибуция видео типа SVoD (Subscription Video on Demand), показав рост в размере 10% к 2021 году, с помощью AVoD (Advertising-based Video on Demand) рынок заработал 32 млрд руб., дистрибуция TVoD (Transactional Video on Demand) выручила 2 млрд руб., а EST (Electronic Sell-Through) – 1,5 млрд руб.⁶

Что касается платных подписок на видеосервисы, в 2022 году каждый пользователь в России имел в среднем 2,7 таких подписок, что примерно на 2% меньше, чем годом ранее.⁶

Корпоративное ПО, включая облачные сервисы

VK является активным участником рынка производства корпоративного программного обеспечения. Лицензионные продукты и облачные сервисы, на базе технологий VK, обеспечивают ключевые потребности бизнеса любого масштаба. Продуктовый портфель представлен линейкой облачных сервисов для разработчиков и работы с данными, решений для автоматизации финансовой и HR-функции, сервисов для коммуникаций, повышения продуктивности, автоматизации предприятий и бизнес-процессов. Основными драйверами в сегменте «Технологии для бизнеса» выступают решения для корпоративных коммуникаций на базе платформы VK WorkSpace и облачные сервисы для разработки и работы с данными VK Cloud.

Согласно нашей оценке, общий объем российского рынка коммуникационного программного обеспечения⁷ в 2022 году составил порядка 7,8 млрд руб., что на 90% больше, чем годом ранее. Тем не менее, средний темп роста рынка составляет 20% в год. По нашим прогнозам, к 2026 году объем рынка ПО для коммуникаций вырастет более чем в 5 раз и достигнет отметки в 41,2 млрд руб. Доля российского ПО может увеличиться в 14 раз, что демонстрирует смещение интереса рынка цифровых коммуникаций в сторону решений российских вендоров.

Что касается облачных и инфраструктурных сервисов, в прошедшем году рынок находился на стадии бурного роста и развития. Его объем, по оценке iKS Consulting, мог составить 86,6 млрд руб., показав рост 42% год к году. Основные сегменты рынка – PaaS и IaaS – оцениваются в 11,8 и 74,8 млрд руб., соответственно. Ранее iKS прогнозировал ежегодный темп роста рынка на уровне 27%, а сегмента IaaS в отдельные годы – до 32%.⁸ По оценке VK, объем рынка (IaaS и PaaS) к 2025 году может увеличиться до 238 млрд руб. (+175% к 2022 году) при прогнозируемом среднем темпе роста в 40% ежегодно.

Рынок образования

VK является активным игроком в секторе онлайн-образования. На данный момент VK консолидирует такие образовательные активы как Skillbox Holding Limited и Учи.ру, каждый из которых занимает одни из лидирующих позиций в своих подсегментах рынка онлайн образования в России (ДПО и детское образование, соответственно). У VK есть также несколько миноритарных инвестиций в EdTech сегменте.

Суммарная выручка топ-100 крупнейших EdTech-компаний России по итогам 2022 года составила около 87 млрд руб., показав рост на 18% год к году, по оценке Smart Ranking. Наиболее востребованными сегментами онлайн-образования стали ДПО (дополнительное профессиональное образование) и детское образование: на каждый сегмент пришлось около трети от общей выручки. Примерно по 10% принесли сегменты «бизнес», «платформы и разработчики» и иностранные языки.⁹

⁶ J'son & Partners Consulting, Рынок легальных видеосервисов в России (ЛВС). Итоги 2022 года

⁷ Данные рынка включают: рынок офисного ПО, ВКС и корпоративных мессенджеров. Оценка Компании основывается на данных J'son&Partner Consulting, Snews, Агентства инноваций, исследования Spectr

⁸ iKS Consulting. Российский рынок облачных инфраструктурных сервисов 2022

⁹ Smart Ranking, Edtech-рынок 2022

Для получения дополнительной информации обращайтесь:

Контакты для прессы

pr@vk.team

Контакты для инвесторов

ir@vk.team

О VK

VK — крупнейшая российская технологическая компания. Продукты и сервисы VK помогают миллионам людей решать повседневные задачи онлайн: ими пользуются больше 95% аудитории рунета. Проекты VK позволяют общаться, играть, осваивать новые профессии, слушать музыку, смотреть и снимать видео, продавать и находить товары и услуги, решать множество других задач. Компания также развивает набор продуктов и услуг для цифровизации бизнес-процессов — от интернет-продвижения и предиктивной аналитики до корпоративных соцсетей, облачных сервисов и автоматизации предприятий.