

Виртуальный "Круглый стол": Проблемы иркутского веба - 2002.

18 декабря стартовал первый в истории Иркутска виртуальный "Круглый стол". Он был посвящен проблемам развития иркутского веба.

К участию в Круглом столе привлечены известные иркутские интернет-разработчики. Все общение между участниками Круглого стола происходило только в виртуальном пространстве.

Организаторы Круглого стола - региональный портал БАБР.RU и газета "Computer Review".

Ведущая - журналист Елена Вяземская.

Участствуют:

Сергей Сизых, генеральный директор ООО Виртуальные технологии, ssj@virtech.ru

Анатолий Казакевич, директор ЗАО "Центр Веб - решений", ak@cwr.ru

Дмитрий Таевский, директор веб-студии "Рамина", шеф-редактор БАБР.RU, dt@irk.ru

Дмитрий Салко, руководитель веб-отдела ИГТПК, diagrun@irk.ru

1. Что Вы считаете основной проблемой современного регионального веба?

А.Казакевич:

Если говорить о существующих проблемах, то пожалуй основной - это малый процент "интернетизации" населения. К примеру в Москве, активных пользователей интернета около 10% от всего населения города. В Иркутске около 3% (именно активных и постоянных пользователей). Видим разницу, как минимум в 3 раза. Отсюда вытекают плачевные последствия:

- Низкая посещаемость региональных информационных сайтов (от 300 до 800 пользователей в сутки);
- Низкая посещаемость корпоративных сайтов фирм (от 3 до 100 человек в сутки);
- Большинство информационных интернет - проектов не окупаются, а если и окупаются то приносят мизерную прибыль.
- Плохая осведомленность предпринимателей о веб - технологиях. Как эффект - малое количество корпоративных сайтов (всего в Иркутске около 1 500 сайтов).
- Высококвалифицированные IT - специалисты уезжают в Москву, т.к. уровень заработка в Иркутске людей просто не устраивает. В Москве за ту-же работу предлагает на порядок больше.

Но эта проблема решается. Количество пользователей интернета ежедневно увеличивается. За 2002 год, я заметил рост количества пользователей на 25-40% (приблизительно). Проводятся различные мероприятия, популяризирующие интернет. Интернет - провайдеры предлагают все более эффективные тарифные планы.

С.Сизых:

У регионального интернета проблем много, но я считаю, что основная проблема одна - незрелость рынка.

Предприятия и организации пока не видят ощутимой коммерческой выгоды от создания интернет-представительств и информационных интернет-ресурсов.

Поэтому очень незначительное число компаний готовы вкладывать в эту сферу средства.

С другой стороны, у нас еще не очень много людей, использующих интернет. Возможно из-за того, что для многих это дорого.

К счастью, ситуация меняется на глазах. Положительная динамика роста интереса предприятий к созданию своих представительств в интернете внушает оптимизм. И электронный адрес становится таким же обязательным атрибутом делового человека, как и телефон.

Д.Таевский:

Я думаю, основная проблема в регионах - это то, что пользователи воспринимают сайты как какие-то буклеты. Клиенты не видят основное свойство сайтов и их основное отличие от печатной продукции - их интерактивность.

Вследствие этого сайты создаются так же, как обычно создаются буклеты. Основное внимание обращается не на функциональность сайта, а на его внешнюю привлекательность. Вследствие этого львиная доля затрат на разработку сайта относится на дизайн, за счет чего неизбежно страдает функциональность сайта.

И, как правило, после того, как сайт разработан, фирма про него просто забывает. Вернее, она помнит про его существование, указывает адрес сайта на своих буклетах и визитках, однако совершенно не занимается развитием сайта.

В этом есть и определенная вина веб-разработчиков. Сейчас их основная цель - заработать на клиенте как можно больше денег. Сделать это аккордно можно только на разработке. Дальнейшее "ведение" сайта - это, как правило, довольно трудоемкое и не такое рентабельное занятие, как собственно разработка, поэтому разработчики не акцентируют на этом моменте внимание заказчика. А заказчик, получив желаемое, не стремится в дальнейшем тратить деньги на поддержку сайта, в результате чего сайт становится действительно буклетом, теряя все преимущества Интернета. Обычно через год-два, когда сайт устаревает, фирме подворачивается очередной разработчик, который предлагает за большие деньги полностью переделать сайт, включая дизайн, содержание, программную оболочку. Хуже всего, если фирма поддается на уговоры и делает сайт в Macromedia Flash. После этого она остается на "крючке" у разработчика, который может в любой момент уйти, оставив совершенно непригодный к любой модернизации сайт.

На самом деле сайт будет работать только тогда, когда им занимаются систематически, контролируют посещаемость, следят за содержанием и его актуальностью, занимаются рекламой сайта.

Д.Салко:

Проблема в том, что он региональный ;)

Читали "Глобуснет" на "Русском Журнале" (<http://www.russ.ru/netcult/globus/>) ? В чем проблема интернета там? Правильно, в пользователях, то есть в их отсутствии.

Вот и у нас точно также.

Проблема одна, но из нее вытекает множество других: и веб развивается плохо и фирмы денег на сайт не дают (а зачем им сайт, если их бизнес в этом регионе)

- Эй, ребята, давайте сделаем сайт!

- Да ну, зачем он нам, вашим интернетом пользуется два с половиной человека.

Или еще:

- Может каналчик расширим до нашего города, а?

- Да и этот-то забит наполовину.

Это все, конечно, утрированные примеры.

2. Почему в Иркутске практически нет рекламы в Интернет?

Д.Салко:

Как я понимаю вопрос о том, почему нет оплаченной рекламы, а не обменной. Обменная-то есть.

Ответ на второй вопрос вытекает из ответа на предыдущий. Итак, что мы имеем: мало пользователей. Именно в местном вебе, на местных ресурсах. Максимум собирает, пожалуй, Бабр, АС Байкал ТВ и Сибскана.ру (когда идут игры). Экспресс, Кулер и ВВВуман не берем в расчет - у них географически смешанная аудитория. Ах да, забыл, есть еще Замок ИФ (по неофициальным данным - самый посещаемый ресурс Иркутска). Маленькая аудитория, думают предприниматели, маленький эффект. Замок ИФ и Сибскана - аудитория очень специфична, не всякая реклама там будет работать. Близкие к интернету предприниматели это понимают, а далекие - не верят в интернет-рекламу вообще - у них, конечно же нет сайта - так что же им рекламировать (чистый офлайн без посредника - сайта - не берем в рассмотрение, поскольку этот вариант не работает). АС Байкал ТВ - слишком загнули цены. Близкие к интернету люди это понимают, далекие - см. выше. Теперь Бабр: портал с довольно-таки чистой географически сфокусированной аудиторией, нормальными ценами на рекламу. Там реклама есть (хотя бы vesti.irk.ru).

С другой стороны - почему нет рекламы? А кого рекламировать-то? Не верит тот же БВК в привлекательность сети, раз не рекламирует в интернете свои новые тарифные планы. А сайтов, у которых бизнес чисто виртуальный практически нет (или совсем нет). В любом случае офлайн предпочитает наружку (условно - больше эффекта за те же деньги), а у онлайн нет денег на покупку рекламы.

Д.Таевский:

Я бы не сказал, что ее практически нет.

Ее не было в прошлом году. В этом году ситуация изменилась. Например, на БАБР.RU стоит очередь из рекламодателей. Насколько я знаю, с сайтами WWWoman.irk.ru и Cooler.it ситуация не хуже.

То, что ее не было еще в прошлом году - свидетельствовало о невысоком развитии Интернета в Иркутске. Сейчас происходит естественный процесс, во-первых, общего увеличения числа пользователей Интернет, а, во-вторых, увеличения числа корпоративных пользователей, подключенных по выделенному каналу. Раз есть корпоративные пользователи - значит, есть и интерес у рекламодателей.

Здесь надо смотреть в общем плане - что способствует общему развитию Интернет (а, следовательно, и Интернет-рекламы) в регионе? У нас есть хороший пример - Новосибирск, где коммерческая Интернет-реклама работала еще три года назад. Как говорит один из известных деятелей новосибирского Интернета Александр Ларьяновский, развитие Интернета в Новосибирске связано как с объективными причинами: развитой инфраструктурой самой сети за счет Новосибирского Академгородка, высоким уровнем развития малого и среднего бизнеса; так и с субъективными: пониманием, что Интернет - это такой же бизнес и подходить к нему необходимо как к обычному бизнесу, вкладывая деньги и получая прибыль.

Большая проблема иркутского веба - это несерьезный подход разработчиков сайтов к своему бизнесу. Разработка даже очень серьезных сайтов происходит как бы по наитию, без каких-либо бизнес-планов, маркетинговых исследований, анализа рынка. Просто захотелось сделать сайт - и его делают. А уже потом, после того, как сайт сделали и запустили, начинают думать о его аудитории, раскрутке, рекламе. И вообще о том, нужен ли такой сайт. Ситуация примерно аналогичная той, если начать выпускать журнал уровня, цены и тиража Космополитена где-нибудь в Усть-Куте.

Можно, конечно, "угадать" свою аудиторию и выйти на гребень популярности, как это произошло с сайтом WWWoman. Однако в этом успехе - львиная доля таланта разработчика и ее удачи. В общем же случае, для того, чтобы рекламодатель захотел размещать рекламу на сайте, сайт необходимо спланировать не менее серьезно, чем новую газету или журнал.

Сделать сайт просто потому, что захотелось, и потом сидеть и ждать набега рекламодателей - это просто смешно и несерьезно.

А.Казакевич:

На самом деле, реклама есть. Но ее мало. В основном реклама не корпоративных сайтов, а интернет проектов (СМИ, сервисы и т.д.). В пример взять, сейчас идет платная рекламная кампания vesti.irk.ru. Аналогично, наш проект Виртуальный Иркутск (www.virk.ru) периодически размещает платную рекламу. На мой взгляд, это нормальная тенденция. Если посмотреть мировой рынок рекламы, то основная доля приходится именно на рекламу "IT для IT". Но доля рекламы "корпоративных сайтов" растет.

Конечно основной фактор того, что рекламы мало, это малое количество аудитории. Можно сравнить. Возьмем печатное СМИ, еженедельное, тираж 50 000. Условно, 50 000 человек покупает эту газету и читает. Возьмем интернет сайт, допустим Виртуальный Иркутск (входит в топ5 посещаемых сайтов Иркутска). В среднем, ежедневно просматривают 1 500 страниц. Т.е. в неделю около 10 000 страниц. Но это количество загруженных страниц пользователем. Каждый пользователь смотрит больше, чем одну страницу. В среднем 3-4. Т.е. еженедельно это около 3 000 пользователей. Разница с печатным СМИ - в 15 раз. Естественно, рекламодателю проще разместить свою рекламу в печатном издании или в бегущей строке по ТВ. Он получил сразу хороший отклик от рекламы. Но опять же, это не для всех товаров и услуг. Некоторые услуги продвигаются значительно лучше через интернет, нежели через "офлайн" СМИ.

По поводу стоимости рекламы. Существуют разные мнения. Кто-то говорит, что реклама в интернете очень дешевая, кто-то говорит - слишком дорогая. На самом деле, стоимость размещения рекламы в интернете, не дороже стоимости размещения на ТВ или в прессе. Если конечно, говорить о стоимости одного контакта человека с рекламой. Плюс, интернет предлагает более четкую статистику, возможность настройки "точечной" рекламы.

Интернет - это всего - лишь дополнительный вид медиа. У него есть своя специфика, как и у каждого медиа.

Мое мнение - реклама в Иркутском интернете есть. Ее количество увеличивается и даже пытается сформироваться рынок интернет - рекламы.

С.Сизых:

Вопрос сформулирован не очень корректно. Почти любой корпоративный сайт или веб-страничка рекламируют своего владельца. Не всегда это хорошо получается. Более того, некоторые странички можно рассматривать как антирекламу.

Если говорить о рекламных площадках в иркутском интернете, тогда можно согласиться с тем, что на этих площадках платной рекламы мало. В Иркутске есть информационные ресурсы и интернет-сервисы с неплохой посещаемостью, на которых можно размещать рекламную информацию. Но объем платной рекламы на этих ресурсах не очень большой. Возможно, из-за того, что рекламодатели не очень хорошо представляют себе, что они получат с рубля, потраченного на интернет-рекламу.

3. Сейчас много говорят о том, что разработка веб-сайтов в регионах стала нерентабельной, что рынок "перекрывается" студентами, которые готовы делать сайты за несколько сотен рублей. Что, по-Вашему, ждет этот бизнес в ближайшем будущем?

Д.Салко:

Я тоже когда-то был "студентом, готовым сделать сайт за несколько сотен рублей". Да, признаться, эти сайты столько и стоили. Студенты занимают свою нишу на этом рынке, профессиональные разработчики - свою. Серьезным компаниям нужен серьезный сайт, серьезный выхлоп от сайта и такие студенты не могут обеспечить ни того, ни другого. Московским студиям региональный клиент не интересен. Так что местные фирмы среднего пошиба пойдут к местным же разработчикам. Мелкие клиенты запросто могут обратиться и к "студентам". Что ждет бизнес? Развиваться будет, никуда он не денется.

Д.Таевский:

Совершенно согласен. В Иркутске разработка крупными студиями действительно нерентабельна, именно с этим связан процесс "ухода" веб-студий от провайдеров и реструктуризации рынка веб-разработок, который наблюдается в настоящее время.

У крупных студий, при всех их достоинствах (стабильности, гарантиях и т.д.) имеются очень большие накладные расходы на аренду помещений, зарплату сотрудников, выделенный канал в Интернет, оборудование и многое другое. Студент же сидит дома, работает в Интернет, как правило, на папины деньги, зарплата ему не нужна, налоги он не платит. Сайты, которые могут делать одиночки - не такие уж плохие, как пытаются показать некоторые деятели веб-рынка. Например, такие известные иркутские сайты, как "Иркутский экспресс", БАБР.RU, Вирк, разрабатывались командами из двух человек, а популярнейшие даже в рамках России Cooler и WWWoman создавались и ведутся одиночками.

Спасательным кругом для веб-студий является только повышение цен на свои услуги, однако и здесь они не могут конкурировать с одиночками. Поэтому крупные студии в условиях Иркутска (то есть априори низких цен

на разработку) совершенно нерентабельны. Выживают только мелкие студии или одиночки.

А.Казакевич:

Я бы не согласился с этим утверждением. Разработка веб - сайтов, в принципе рентабельна. Но эта рентабельность очень сильно "плавает" вверх низ. Лидеры рынка - не такие уж большие компании. Штат - 6-8 человек, плюс порядка 10-15 внештатных сотрудников (на примере ЗАО "Центр Веб - решений" www.cwr.ru). Спрос довольно хаотичен. В этом месяце, к тебе может придти два заказчика на \$800, а завтра придет 3 заказчика, с проектами по \$4 000. Соответственно, планировать загрузку технических специалистов и обороты компании достаточно сложно.

Так называемые "студенты" действительно являются основными конкурентами у профессиональных компаний. Прежде всего, частные лица предлагают более дешевое ценовое решение. И это понятно. Человек работает один дома. У него нет затрат на аренду, на качественный доступ в интернет. Налоги не платятся. Ну и самое "страшное", что с таким конкурентом нельзя договориться. "Студентов" очень много. Но сегодня, уже многие компании понимают, что разработка у частных лиц низкокачественна. Заказчик не получается никаких гарантий. Почти каждая фирма, проходит два этапа:

1) Фирма находит частное лицо или сотрудника фирмы, так называемого "компьютерщика". Ему платится \$100-250 и он делает, нечто похожее на сайт, с бесплатных хостингом на narod.ru. Через 4-6 месяцев, заказчик понимает, что сайт у него никуда не годиться. Реклама, которая появляется у него на сайте ему не нужна. Отзывы клиентов фирмы от сайта - отрицательные.

2) После этого, заказчик переходит на второй этап. У него уже есть конкретные бизнес - задачи, которые можно решить с помощью интернета. Вот после этого, заказчик выбирает специализированные серьезные компании, и обращается к ним. И уже стоимость решения в \$1 000 - \$2 000 является нормальной. Т.к. при грамотном подходе, анализе задач и качественной разработки - задачи решаются, и сайт начинает приносить фирме доход. Да, кстати, те \$200, которые он заплатил пол года назад "студенту" улетают просто на ветер, т.к. предыдущая "разработка" просто удаляется.

Некоторые клиенты минуют 1-ый этап, и сразу переходят ко второму. И приходят к профессионалам.

На мой взгляд, рынок "студентов" останется, но его доля постоянно будет уменьшаться. Да и многие частные лица набираются опыта, и постепенно переходят работать в серьезные компании.

С.Сизых:

Думаю, что рентабельность веб-разработок от наличия "студентов" на этом рынке никак не зависит. Студенты "перекрыть" весь рынок не могут. Существуют разные категории заказчиков, которым нужны сайты разного уровня. Сайты, которые делают студенты или начинающие веб-студии, относятся к самому нижнему уровню и обычно представляют собой статические странички. Фактически, начинающие веб-дизайнеры и программисты получают возможность учиться на чем-то реальном. И если заказчиков устраивают результаты их работы, значит все нормально.

Однако, если у предприятия есть потребность в создании нормального интернет-приложения, интегрированного в бизнес, если устойчивая работа сайта является критичным условием для бизнес-процессов, то в этом случае никто студентам заказывать сайт не будет. Ведь не заказывают же проектирование заводов студентам или группам студентов?

Компания "Виртуальные технологии" ориентируется в своей деятельности именно на такие "продвинутые" предприятия и "сложные" интернет-приложения. И в этом сегменте рынка веб-сайтов мы никак не пересекаемся со студентами.

Ну а что касается рентабельности бизнеса, то в нашем регионе он никогда и не был рентабельным. Но в последние год-два наметились очевидные положительные тенденции.

4. У некоторых наблюдателей создается впечатление, что между иркутскими веб-студиями нет конкуренции. Каждая веб-студия пытается искать заказчиков случайным образом, наудачу, без стратегического и маркетингового планов. У каждой веб-студии потенциально равные возможности, и поэтому клиенту без разницы, к какой студии обращаться. Что Вы думаете по этому поводу?

Д.Салко:

Конкуренция существует между фирмами с примерно равными возможностями. Причем не потенциально равными, а реально, на сегодняшний день равными.

Потенциально равные возможности - это бред! Есть студии с большим опытом и наработками, которые создавались годами, а есть новички, у которых этого всего нет. И если к этому новичку придет крупный клиент, которых захочет очень навороченный сайт, то скорее всего новичок не сможет ему ничем помочь, а только несколько месяцев проморочит голову.

Теперь по поводу ведения бизнеса: маркетинговые планы, стратегия - все это замечательно работает в условиях развитого рынка данных услуг, чего нельзя сказать о рынке иркутского веб-девелопмента.

Ну и о том как ищутся заказчики: вообще, я полагаю, что это тайна лубой студии, но рискну предположить, что 50-60% заказов - это заказы от/через личных знакомых.

А.Казакевич:

Ну, это только у некоторых наблюдателей. "Битва" за крупные и серьезные заказы есть. Проводятся тендеры, заказчик выбирает, оценивает выполненные работы... У некоторых фирм, уже есть более-менее известные торговые марки. Клиент начинает понимать, какие сайты хорошие, а какие - плохие. Конкуренция есть реальная. За последний год, конкуренция уже почти перешла из ценовой, в качественную. Т.е. основополагающим фактором, для многим заказчиков становится качество продукта, а не его цена. И это радует.

Как пример, этой осенью проводился тендер (не буду говорить название фирмы). Разбег ценовых предложений, был от 10 000 руб, до 75 000 руб. Самое что интересное, выбрали за 75 000 руб., а не за 10 000. Разница в 7 раз.

Д.Таевский:

На самом деле иркутские веб-студии имеют несколько разный уровень - какие-то попроще, какие-то посерьезнее.

Хотя, конечно, рынок услуг в области веб очень слабо развит, и выбор клиента обычно останавливается не на той студии, которая реально качественнее работает, а на той, которая лучше умеет себя подать.

Известны случаи, когда пара-тройка молодых людей, работающих в FrontPage и не умеющих программировать, назывались красивым именем и получали хорошие заказы только за счет правильного обращения с клиентом.

На сегодняшний день, если смотреть на вещи реально, ни у одной иркутской веб-студии нет громкого имени. Нет так называемого "бренда". И, судя по всему, в ближайшее время не будет.

Что касается конкуренции. У веб-студий нет работ высокого уровня, поэтому с точки зрения клиента они действительно одинаковые - им всем нечего показать, нечем "похвастать". А работ высокого уровня нет, потому что клиенты не требуют сайтов высокого качества и за соответствующую цену. Получается замкнутый круг.

С.Сизых:

Конкуренция между студиями существует, так как региональный рынок не может их загрузить работой на 100%. Но конкуренция не очень жесткая. Обычно штат сотрудников студии маленький и состоит из технических и творческих работников. Профессиональных управленцев и продавцов в студиях нет. Поэтому вопросы стратегии и маркетинга решаются на примитивном уровне.

Не соглашусь с тезисом о потенциально равных возможностях студий. Есть веб-студии, в которых работают только веб-дизайнеры, есть софтверные компании, у которых веб-студии являются одним из подразделений или веб-дизайн является одним из направлений работ. Веб-сайты нужны разные. Если говорить о сайтах, в которых работают сложные программные комплексы и реализованы сложные базы данных, то многие веб-студии такие сайты разработать не смогут. Такого рода сайты должны создаваться специалистами в области информационных систем, а не веб-дизайнерами. Работы по веб-дизайну в этом случае занимают незначительную часть от всего объема работ над сайтом.

5. Как Вы оцениваете иркутскую информационную среду, информационные сайты городского и

областного уровня? Какие у этих сайтов проблемы? В чем Иркутск лидирует?

С.Сизых:

Иркутский интернет давно уже вышел из стадии младенчества. Появляются новые ресурсы, которые представляют интерес как для региональных пользователей интернета, так и для посетителей из других регионов.

Думаю, что у существующих ресурсов есть две основные проблемы:

- отсутствие или очень низкая доходность;
- отсутствие грамотных контент-менеджеров.

Вторая проблема, скорее всего, является следствием первой.

Д.Салко:

Для начала определимся что такое городской и областной уровень в рамках этого вопроса. Итак, городской - это нацеленный на город, областной - на область. Если подходить к ответу на вопрос с этой позиции, то с областными ресурсами у нас туговато. Разве что каталоги местного разлива (и то - не все), ну, и, пожалуй, еще некоторые сервисы дружининского Irkutsk.ru. Ну и еще совсем чуть-чуть Бабр.ру. Это областной уровень. Оценка ему, как областному - два с минусом! Не работают сайты на область, не работают! Но вот зато если их рассматривать как сайты городского масштаба - тут уже оценка значительно повышается.

Это все вызвано достаточно высоким уровнем конкуренции: сайты телекомпаний, сайты газет, информационно-политические интернет-проекты - все борются за постоянного посетителя.

Проблемы городских сайтов могут быть только в одном - в окупаемости: заботиться о посетителях и проблему неоперативности и достоверности большинство более-менее решать научилось.

Сайтов областного уровня у нас нет - а те, которые я перечислил изначально какие-то не очень областные. А раз сайтов нет, то и проблем тоже.

Д.Таевский:

Иркутская информационная среда оценивается одним словом: "Стихийно". В условиях отсутствия интереса к информационному наполнению со стороны провайдеров информационные сайты разрабатываются не в соответствии с маркетинговыми планами, а стихийно, под влиянием импульса. Это, конечно, в первую очередь традиция, связанная с конкуренцией двух когда-то ведущих порталов Irkutsk.ru и "Иркутский экспресс". Однако сейчас времена изменились, и провайдерам необходимо менять свой взгляд на информацию.

Иркутск однозначно лидирует в области персональных проектов. Cooler, WWWoman. Chat.irk.ru - это сайты, которые разрабатывались конкретными людьми и служат чем-то вроде клубов по интересам. Подобного я не видел ни в одном городе.

А.Казакевич:

По сравнению с другими городами России, в Иркутске ситуация благополучная. Существует как минимум два живых портала (virk.ru, rubabr.com), существует достаточное количество интернет - СМИ, организованных на базе офлайн СМИ (ТВ, газеты). По количеству и качеству, ситуация в принципе нормальная. Но проблем хватает. Основная проблема информационных сайтов - это окупаемость. Доходы от интернет рекламы пока низкие, посещаемость сайтов не очень высокая.

По поводу отличия Иркутска от других городов. Я думаю, Иркутск лидирует в количестве игроков и конкурентов на рынке информационных интернет - проектов. Даже взять интернет фестиваль "Интернить-2001". Из Иркутска приехало 9 веб-разработчиков. Это самое большое количество из представителей регионов на Интернити.

6. Ваш прогноз на развитие Иркутского веба в 2003 году?

А.Казакевич:

Я думаю, появится рынок интернет рекламы. В очередной раз увеличится качество и количество

разрабатываемых проектов. Частные и мелкие студии (1-2 человека) будут присоединяться к более крупным структурам. Не ожидаю появления новых мощных информационных проектов, хотя могут появиться новые компании веб - разработчики. Интернет уже перестает быть игрушкой и он начинает превращаться в бизнес в котором уже сейчас появились деньги.

Д.Таевский:

Судя по всему, изменится структура рынка разработки сайтов. Произойдет четкая дифференциация на фирмы, разрабатывающие дорогие сайты, и одиночек, разрабатывающих все остальное.

Рост числа домашних и офисных сетей, снижение стоимости выделенных каналов приведет к потребности загружать эти каналы внутренней, провайдерской информацией. Однако, по моему мнению, провайдеры еще не готовы разрабатывать серьезные внутригородские хранилища информации.

Должен вырасти рынок Интернет-рекламы и Интернет-СМИ.

Я надеюсь, что конкурсы "Золотой Бабр" и "Серебряная нерпа" пройдут и в 2003 году.

С.Сизых:

Я думаю, что в 2003 году у иркутского веба неплохие перспективы.

Предполагаю, что будет происходить не только количественный рост числа сайтов, но и качественное улучшение существующих сайтов. Станет популярной услуга реинжиниринга существующих сайтов.

Возрастет роль систем контентного сопровождения сайтов. Впрочем, статические сайты тоже будут востребованы.

Увеличится количество заказов на разработку сложных корпоративных сайтов, в которых будут реализованы механизмы поддержки бизнес-процессов.

Считаю, что основной задачей для разработчиков в новом году является создание и развитие интересных региональных информационных ресурсов и интернет-сервисов, которые стали бы популярными и полезными для региональных пользователей.

Д.Салко:

"Бабр" будет крепнуть, его посетители будут все счастливее и счастливее. Остальные городские порталы умрут. Кто-нибудь серьезно возьмется и создаст иркутский городской форум, появится пара-тройка крепких интернет-сообществ (или существенно модернизируются существующие). Начнется жесткая конкуренция среди сайтов СМИ. Должен появиться хотя бы один не узкопрофилированный прибыльный интернет-магазин. Ожидаю открытия множества разных интернет-сервисов. Всплеск интернет-рекламы. Да, и наконец - выборы ведь недалеко - политики в интернете развернутся, мало не покажется.

Автор: Артур Скальский © Babr24.com ИНТЕРНЕТ, ИРКУТСК 👁 22660 23.01.2003, 18:52 📌 353

URL: <https://babr24.com/?ADE=5630> Bytes: 27695 / 27339 Версия для печати

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [Джем](#)
- [ВКонтакте](#)
- [Одноклассники](#)

Связаться с редакцией Бабра в Иркутской области:

irkbabr24@gmail.com

Автор текста: **Артур
Скальский.**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: @bur24_link_bot
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)

