

Веб без правил

О своеобразии российского рынка сайтостроения.

Отечественный рынок веб-проектирования находится в первобытном состоянии. Это можно продемонстрировать на примере того, как создаются сайты для футбольных клубов премьер-лиги.

Как стало известно нашему корреспонденту, в настоящее время одна российская веб-студия трудится над сайтом российского футбольного клуба премьер-лиги. Цена проекта, как сообщил наш источник, «сопоставима со стоимостью нового сайта Пенсионного фонда РФ» (4,5 млн руб.). К сожалению, ни студию, ни клуб назвать мы не можем. Конкурс был закрытым, а договор на выполнение работ содержит запрет на передачу информации о проекте третьим лицам. Такая секретность, что можно подумать, речь идет об оборонном заказе.

Как выяснилось, и другие студии, разрабатывающие сайты для футбольных клубов, пообещали не рассказывать о том, сколько им заплатили за разработку (хотя на условиях анонимности информацией делятся).

Это тем более странно, что суммы трансферов и зарплат футболистов, как и другие статьи расходов, публично известны. Однако кто-то и почему-то заинтересован в том, чтобы засекретить информацию о расходах клубов на... веб-проектирование.

Это еще один -- и показательный -- пример того, что рынок услуг по разработке сайтов пребывает в диком, первобытном состоянии. Никто не знает, сколько в среднем должен стоить сайт со вполне определенной, хорошо формализуемой функциональностью.

Сайт футбольного клуба "Локомотив" появился в 1999 году. Спустя шесть лет, в 2005 году, по мнению газеты "Спорт-Экспресс", он стал лучшим среди футбольных интернет-ресурсов России.

По словам директора компании E-time (именно эта студия делала сайт для "Локомотива") Григория Овсепяна, в конце девяностых такие сайты стоили несколько тысяч долларов. Сейчас бюджет подобных проектов составляет уже сотни тысяч долларов. Проекты не стали сложнее, доллар на порядок не дешевел. С ценами на сайты произошло что-то вроде того, что случилось с ценами на московские квартиры.

Назвать точную стоимость сайта ФК ЦСКА в компании Mediahead (исполнитель заказа клуба) не смогли все из-за той же секретности, которая узаконена контрактом. Исполнительный директор Mediahead Леонид Захваткин говорит: "Если сейчас кто-нибудь захочет создать примерно такой же сайт, его смета составит от миллиона рублей".

Над сайтом казанского ФК "Рубин" трудится казанская же студия Gravia. И там стоимость проекта хранят в тайне, но на общие темы рассуждают уверенно. Говорят, например, что цены на веб-разработку в регионах ниже в полтора-два раза. "Москва является (или являлась) объективно более выгодным пространством для поиска профессиональных веб-студий, которые могут реализовать сложные корпоративные веб-проекты. Именитые заказчики работали со столичными, а часто и зарубежными разработчиками, платя больше, но с уверенностью в результате. Сейчас, когда и региональные студии вышли на должный уровень качества, им приходится идти на некоторые ценовые компромиссы, чтобы стимулировать внимание интересных заказчиков", -- поясняет генеральный директор Gravia Рустем Биктагиров. И приводит пример: месячная зарплата программиста в Казани составляет 15--30 тыс. руб. В Mediahead уверены, что в Москве программисты зарабатывают около 90 тыс. руб. в месяц.

Однако не все так страшно, можно разместить заказ и в Москве. По словам Леонида Захваткина, молодые студии готовы делать скидки именитым клиентам -- таким, в частности, как футбольный клуб премьер-лиги: "Обычно смета составляется следующим образом: мы рассчитываем трудозатраты программистов и дизайнеров, после чего к этой цифре прибавляется маржа в размере 20--100% (именно такой диапазон

обозначил г-н Захваткин. -- Ред.). Размер маржи зависит от размера компании, для которой мы собираемся делать сайт: чем компания больше, тем ниже маржа. Небольшие студии, как наша, готовы предоставлять скидки крупным клиентам, которые широко известны, только ради того, чтобы на сайте стояла метка о том, что его делали мы".

Ничего себе механизм ценообразования на довольно простую инженерную работу.

Хотя сайты футбольных клубов и стоят разных денег, на первый взгляд, выглядят они похоже. Новости, информация об игроках и тренерах, форум для болельщиков, турнирная таблица. В редких случаях -- некие изыски в виде возможности забронировать билеты, как на сайте ФК "Локомотив", или интернет-магазина, как на сайте ФК "Зенит".

Как говорят разработчики, все самое интересное (и самое дорогое) спрятано от глаз посетителя. "Конечно, на взгляд человека, который не интересуется ни футболом, ни веб-разработками, большинство сайтов футбольных клубов высшей лиги будут выглядеть одинаковыми по своему функционалу. Однако "под капотом" у дорогих проектов скрываются, например, сложные статистические системы, которые позволяют автоматически собирать информацию из различных источников, обрабатывать ее и выдавать пользователям уже в виде турнирных таблиц с результатами сыгранных матчей. Такие системы могут существенно увеличивать стоимость сайта, в основном их цена составляет 30--40% бюджета от всего проекта", -- говорит г-н Овсепян.

При этом статистические системы сейчас являются чуть ли не самым модным веянием среди российских клубов. Они установлены на сайтах "Локомотива", ЦСКА, казанского "Рубина". "Система позволяет получить наиболее полную информацию о конкретном вопросе, будь то статистика конкретного игрока или команды. Эта функция, несомненно, делает сайт более информативным и соответственно интересным для посетителей", -- говорит Рустем Биктагиров.

Из разговоров нашего корреспондента с завзятыми болельщиками выясняется, что за самой свежей информацией о спортивных результатах, достигнутых кумирами, люди спешат, во-первых, в сетевые форумы, а во-вторых, в спортивные СМИ. Официальный сайт клуба как источник оперативной информации используется болельщиками в последнюю очередь.

Работа упомянутой "статистической системы" выглядит следующим образом. После каждой игры протоколы матчей автоматически попадают в систему, и "по специально разработанному алгоритму" просчитывается статистика как команды в целом, так и каждого отдельного игрока. По словам г-на Овсепяна, выполнение такой работы вручную обошлось бы клубам гораздо дороже. "Сотрудникам пришлось бы считать вручную статистику каждого игрока премьер-лиги. Думаю, что для оперативного обновления информации потребовалось бы не менее десяти человек с окладом минимум в 30 тыс. руб.", -- уверен г-н Овсепян.

Чтобы понять «уникальную» сложность решенной веб-разработчиками задачи, объясним, что такое протокол матча. Это лист бумаги, на котором указаны: 1) составы команд и судьи; 2) результат матча с указанием минут, когда были забиты голы, и их авторов; 3) замены; 4) предупреждения и удаления. Все. Учесть, накопить и обработать эти сведения -- вовсе не сложная в программировании задача. Для сбора статистических данных о том, как футболист провел матч -- сколько пробежал, с какой скоростью, сколько раз владел мячом и т.д., -- существуют, заметим, иные технологии, никакого отношения к веб-проектированию не имеющие.

Другими дорогостоящими частями сайта футбольного клуба являются, как сказал нам Рустем Биктагиров, гостевая книга, интернет-магазин и дизайн сайта.

"Российский рынок веб-разработки очень субъективный. Каждая компания самостоятельно определяет свои цены. Например, такие именитые игроки, как студия Артемия Лебедева, могут обозначить цену и в несколько миллионов рублей за сайт, который мы могли бы сделать за сотни тысяч. Однако если клиент пришел к Лебедеву, значит, он готов платить сотни тысяч долларов за то, что его ресурсом займется именно Артемий", -- уверен Леонид Захваткин.

Приходится сделать вывод: цена заказа на российском рынке сайтостроения непредсказуема, как результат футбольного матча. И нет букмекера, чьи котировки хотя бы немного проясняли ситуацию.

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@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](#)