

ЭКОНОМИКА БЕСПЛАТНЫХ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТОВ

Коханик М.С.,
Орловский филиал РАНХиГС при Президенте РФ

Актуальность: на сегодняшний день основная масса информации и услуг в интернете бесплатные, вследствие чего создается впечатление, что интернет это некая совокупность проектов, существующих «за чужой счет». Однако это не так. Данный «миф» приводит к обогащению одних и к сокращению доходов других, что делает данную тему особенно актуальной.

Цель: описать интернет с экономической точки зрения, выяснить, каким образом происходит получение прибыли за счет бесплатных интернет-проектов.

Интернет – это не только сайты, это еще и огромная инфраструктура, состоящая из линий связи и серверов. На приобретение элементов инфраструктуры и на эксплуатацию (на зарплату обслуживающего персонала) требуются немалые деньги, которые интернет должен зарабатывать сам. Накопление денежных средств в интернете осуществляется несколькими способами. Одним из таких способов является абонентская плата, взимаемая с пользователей в пользу провайдера. Каждый, кто сталкивался с доступом в интернет, знает, что за него нужно платить. Но этим все не ограничивается. Чтобы пользователь мог разместить свою домашнюю страничку в интернете, провайдер, как правило, предоставляет клиентам услуги хостинга. Это значит, что пользователь может бесплатно разместить свой небольшой сайт на сервере провайдера. Однако если требуется разместить в интернете достаточно объемную информацию, то бесплатным хостингом уже не обойтись. В тех случаях, когда проект предъявляет очень высокие требования к хосту, необходим собственный интернет-сервер. А чтобы подключить к интернету свой сервер, приходится оплачивать круглосуточный доступ к нему. Все ведущие фирмы-производители имеют в интернете собственные сайты, которые, как правило, размещены на собственных интернет-серверах. Таким образом, при организации серьезного

сайта деньги взимаются не только с пользователей интернета за доступ к информации, но также с владельца сайта за размещение информации.

Еще одним распространенным способом получения прибыли в интернете является бесплатная реклама. Чтобы иметь возможность зарабатывать деньги на рекламе, владельцу сайта достаточно зарегистрировать свой сайт в какой-нибудь баннерообменной сети или в партнерской программе и установить на его страницах соответствующий HTML-код. Способы оплаты в данном случае различны. Некоторые рекламодатели платят владельцу сайта за каждый просмотр рекламы посетителями сайта (оплата за показы), некоторые – только за переход посетителя с сайта владельца на сайт рекламодателя (оплата за клики). Существуют и более сложные способы оплаты, например, процент от суммы покупки, совершенной посетителем с сайта владельца. Так называемые "бесплатные" баннерообменные сети и "бесплатные" системы визитинга на самом деле также относятся к платным услугам, которые работают по принципу бартерного обмена, а единицей обмена выступают показы или клики. С каждой бартерной сделки взимается комиссия в пользу системы в виде тех же показов или кликов, которые в дальнейшем продаются рекламодателям за реальные деньги. Показы и клики продают не только владельцы этих систем, но и владельцы сайтов, у которых на аккаунте накопилось достаточное количество показов или кликов.

Чтобы лучше разобраться, как происходит заработок на бесплатных интернет-проектах, рассмотрим конкретные примеры. Одним из наиболее ярких примеров, без сомнения, является корпорация Google. По данным статистики доход компании за 2011год составил 38 миллиардов долларов, что на 29% превышает показатель 2010года. Google предоставляет пользователям многообразные бесплатные интернет-услуги (картографический сервис, реклама, игры), и это приносит большой успех. По сообщениям Ларри Пейджа – одного из основателей компании, уже сейчас число мировой аудитории Google достигло 90 миллионов пользователей. Заполучив клиентов

путем предоставления бесплатных интернет-услуг, Google ненавязчиво привязывает их к своим платным программам. При этом бесплатные услуги весьма качественные, перспективные и часто не имеют прямых аналогов. Любопытно, что в борьбе с конкурентами Google применяет бизнес-модель, использованную в свое время Microsoft против Netscape. А именно: при выходе на рынок выпускается бесплатный продукт, по качеству не уступающий платным аналогам, и конкуренция с ним получается бессмысленной. Примером такого продукта может служить почтовый сервис Google Mail, предоставляющий беспрецедентный объем ящика, который постоянно увеличивается. Google при этом зарабатывает на рекламе AdSense, которая демонстрируется тем, кто работает через веб-интерфейс, и повышает лояльность пользователей в обмен на возможность свободного использования почтового клиента. Заполучив таким образом лояльных клиентов, Google начинает постепенно приучать их к платным продуктам, но и здесь действует очень продуманно и грамотно. Так, практически каждый может бесплатно зарегистрироваться на Google и получить свой персональный ключ Google API, который позволяет разрабатывать собственные приложения на основе сервисов Google, делать прямые запросы к базе данных Google, обходя веб-интерфейс. Однако совершенно не случайно бесплатный доступ к большинству сервисов через Google API ограничивается тысячей запросов в день. До тысячи запросов пользуйтесь, изучайте, разрабатывайте свой продукт, тестируйте, демонстрируйте. Однако ограничение по количеству запросов делает невозможным независимое коммерческое использование сервисов. Тут-то и срабатывает долговременная стратегия компании. При этом основной целью, которая преследуется Google при расширении сферы предоставляемых бесплатных программ, услуг и сервисов, остается привлечение все новых и новых пользователей.

Интересным примером того, как получать огромные финансовые средства в интернете и существовать за их счет, является всем известная Wikipedia. Эта энциклопедия, пожалуй, самый противоречивый интернет-

проект. Одни считают ее незаменимым источником полезной информации, другие же не находят в ней ничего стоящего. Тем не менее, доход Wikipedia за 2011 год составил 20 миллионов долларов, что говорит о существенном росте по сравнению с 2010 годом, когда доход был около 17 миллионов. Спрос на данную интернет-услугу увеличивается, даже несмотря на некоторые отрицательные оценки. Существование энциклопедии основано на том, что одни люди на волонтерской основе размещают там статьи, а другие имеют к ним совершенно бесплатный доступ. На сайте Wikipedia не присутствует никакой рекламы, и, казалось бы, откуда взяться всем этим миллионам?! Секрет в том, что подавляющее число денег поступает в виде пожертвований. Для сбора средств благотворительный фонд Wikimedia устраивает соответствующую кампанию. В среднем одно пожертвование включает от \$20 до \$30, то есть суммы далеко не большие. Также периодически поступают пожертвования в большем объеме: как правило, это гранты от благотворительных организаций. Но основу бюджета составляют всё же пожертвования от обычных людей, пользователей ресурса. Большую часть полученного дохода компания тратит на поддержание Wikipedia – пятого по посещаемости сайта в мире. При этом лишь некоторые ресурсы сохраняются, чтобы имелись средства на случай непредвиденных расходов, например, в ситуации экономического кризиса. Главной целью финансового менеджмента организации является не получение прибыли, а обеспечение безопасности Wikipedia. Тем не менее, сам факт функционирования энциклопедии на бесплатной для пользователей основе является не совсем верным, хотя бы потому, что для доступа к ней необходимо подключаться к интернету, а тут, как было отмечено ранее, все-таки придется платить.

Для того, чтобы потенциальные пользователи смогли лучше оценить возможности программы, разработчики часто распространяют демонстрационные версии своих продуктов. Такие версии, как правило, имеют ограниченный набор функций, либо ограничение на время использования и количество запусков программы. Условно бесплатные

продукты обычно предоставляют пользователю возможность ввода регистрационного кода, после чего все ограничения снимаются. Вот только, чтобы стать обладателем этого кода, нужно заплатить определенную сумму производителю данного продукта. Таким образом, демо-версии – это всего лишь хорошая уловка, на которую пользователи охотно ведутся. Как правило, создатели демонстрационных версий уверены в качестве своего продукта. Им было бы экономически не выгодно тратить лишние средства на заведомо некачественный товар. Клиент, осознавший для себя пользу ограниченно используемой программы, не может так просто отказаться от нее по истечении срока действия, поэтому вынужден платить.

Вывод: в интернете можно встретить огромное многообразие бесплатных интернет-проектов таких, как реклама, игры, различные сервисы, демо-версии, но фактически все они являются всего лишь источником функционирования большой инфраструктуры. Пользователи, сами того не осознавая, платят за то, что считают бесплатным для себя. Всё, что представляет для них интерес в интернете, стоит денег. Оплата осуществляется уже на самой изначальной стадии, тогда, когда становится необходим доступ в интернет. А дальше всё идет по нарастающей. Пользуясь компьютером или телефоном, мы платим за электроэнергию; реклама и демо-версии порой сбивают нас с толку, и мы оплачиваем то, что нам возможно не было нужно; наконец, за интернетом мы тратим свое драгоценное время, пусть не всегда впустую, но чаще всего так оно и есть. И куда бы наши предпочтения нас не завели, везде требуются деньги. Таким образом, с экономической точки зрения, пользователи являются не просто потребителями бесплатных интернет-услуг, но еще и их покупателями.

Список литературы:

1. Biolink [Электронный ресурс]: (с изм. и доп.) – Режим доступа: <http://www.biolink.ru/>. Дата обращения: 24.03.12.

2. «Секреты Google: как заработать на бесплатном» [Электронный ресурс]: (с изм. и доп.) – Режим доступа:

http://www.i2r.ru/static/677/out_23372.shtml Дата обращения: 24.03.12.

3. Александр Малахов, «Wikipedia изменила путь, по которому люди получают доступ к информации» [Текст], «Коммерсантъ», № 108 (4649), 17 июня 2011 г.

4. «Википедия просит у своих пользователей \$16 млн» [Электронный ресурс]: (с изм. и доп.) – Режим доступа: <http://www.kronos-office.ru/science/148-vikipediya-prosit-u-svoix-polzovatelej-16-mln.html> Дата обращения: 24.03.12.

5. «Условно бесплатные и Демо-версии» [Электронный ресурс]: (с изм. и доп.) – Режим доступа: http://www.rfcmd.ru/book_08/h14_3. Дата обращения: 24.03.12.