

Цифровая экономика России



Экономика Рунета в 2025 году подтвердила статус одной из крупнейших и наиболее устойчивых частей цифровой экономики России: по оценке РАЭК, ее совокупный объем достиг 38,4 трлн рублей, что на 28,1% выше уровня предыдущего года. Однако главный итог года заключается не только в впечатляющем росте, но и в качественном изменении самой логики развития: цифровой рынок все заметнее уходит от экстенсивного расширения к модели, в которой решающими становятся эффективность, глубина взаимодействия с пользователем и способность компаний удерживать и монетизировать уже сформированную аудиторию.

Обновленная модель исследования, использованная РАЭК, показывает стремление рассматривать Рунет не как набор отдельных интернет-сегментов, а как связанную экосистему, в которой электронная торговля, реклама, продвижение и ИКТ формируют единое экономическое пространство. В основе оценки лежат агрегированные данные ФНС, показатели крупнейших цифровых платформ, анализ пользовательского поведения и данные о государственных закупках, а прогноз на 2026 год строится по трем сценариям, что подчеркивает высокую зависимость цифрового рынка от общей макроэкономической среды и

регуляторных условий.

Структура экономики Рунета в 2025 году достаточно показательна. Основной вклад по-прежнему обеспечивает электронная торговля, объем которой достиг 23,2 трлн рублей, прибавив 40% за год. Сегмент рекламы и продвижения вырос до 1,57 трлн рублей, а сектор ИКТ, по предварительным данным, составил 13,6 трлн рублей. Это означает, что цифровая экономика в России развивается одновременно как потребительский рынок, как медиасреда и как технологическая инфраструктура, причем именно взаимосвязь этих уровней сегодня становится ключевым источником устойчивости.

При этом количественный рост больше не означает автоматического расширения аудитории. В 2025 году интернетом в России пользовались 105 млн человек старше 12 лет, а проникновение достигло 86%. Рынок приблизился к состоянию, когда резерв роста за счет новых пользователей в значительной степени исчерпан. Эту же логику подтверждает и сам отчет: электронная коммерция, как отмечают авторы, вышла на максимальный охват аудитории, а рынок переходит от расширения к развитию внутри текущей пользовательской базы. Именно поэтому центральный вопрос 2026 года формулируется уже иначе: не сколько новых людей придет в цифровую среду, а кто сумеет эффективнее работать с теми, кто уже присутствует в ней.

Этот сдвиг особенно заметен в электронной коммерции, которая остается главным драйвером Рунета. По данным ФНС, за несколько лет рынок вырос с 6,5 трлн рублей в 2021 году до 23,2 трлн в 2025-м. Но если раньше ключевым ресурсом был сам переход потребителей в онлайн, то теперь преимущество получают те платформы, которые умеют точнее управлять спросом, сокращать путь к покупке и объединять торговлю, контент и сервисы в единую пользовательскую среду. В этом контексте РАЭК выделяет социальную коммерцию как один из главных драйверов 2025–2026 годов.

Реализуется модель цифрового потребления, при которой покупка все реже начинается с рационального поиска и все чаще — с контента, рекомендаций и встроенного пользовательского сценария. В отчете в качестве примеров приводятся запуск платформы социальной коммерции во «ВКонтакте», развитие сервиса «Яндекс Ритм» и модель WB с короткими вертикальными роликами и мгновенным добавлением товара в корзину. Для бизнеса такая трансформация особенно важна в условиях дорогих заемных средств, ограниченных инвестиционных возможностей и усиливающегося регуляторного давления: когда расширяться становится сложнее, компании начинают интенсивнее извлекать ценность из уже существующего трафика.

Меняется и рекламный рынок. В 2025 году объем сегмента рекламы и продвижения достиг 1,57 трлн рублей, а наиболее быстрорастущим направлением стало e-retail-media, которое прибавило 58% и достигло 580 млрд рублей. Это не просто рост отдельного рекламного канала, а признак более глубокого сдвига: маркетплейсы перестают быть только инфраструктурой продаж и превращаются в самостоятельные медийные экосистемы, где внимание пользователя сразу конвертируется в коммерческий результат. На этом фоне показателен рост рекламных доходов крупнейших игроков: Ozon — 998 млрд рублей, РВБ — 281 млрд, Яндекс — 449,1 млрд, ВКонтакте — 98,3 млрд.

Параллельно усиливается технологическая основа цифрового рынка. ИКТ-сектор оценивается в 13,6 трлн рублей, а объем собственно ИТ-рынка достиг 3,865 трлн рублей при росте на 17,8%. Наиболее динамичными сегментами остаются программное обеспечение, ИТ-сервисы, оборудование для ИИ и генеративные нейросети, объем которых, по данным отчета, вырос в 4,45 раза и достиг 58 млрд рублей. Это позволяет говорить о том, что российская цифровая экономика в 2025 году развивается не только за счет торговли и рекламы, но и за счет ускоренного технологического насыщения, без которого дальнейшая конкуренция за пользователя была бы невозможна.

Цифровой рынок в России продолжает расти, но этот рост уже все в меньшей степени обеспечивается внешним расширением и все в большей — внутренней настройкой эффективности. Символично выглядит финальный вывод РАЭК: Рунет остается крупной и устойчивой системой. Но устойчивость здесь больше не означает простого накопления пользователей, сервисов и транзакций. В 2026 году она будет измеряться способностью компаний действовать в зрелой среде, где аудитория практически сформирована, конкуренция за внимание становится жестче, а выигрывают не самые быстрые в масштабировании, а самые точные в работе с данными, контентом, инфраструктурой и пользовательским доверием. Экономика Рунета — уже не история о фронтире цифрового роста, а история о переходе к зрелости, в которой главным ресурсом становится не масштаб, а качество управления им.

Материал РАЭК «Экономика рунета»