



Влияние Интернета на российскую экономику.

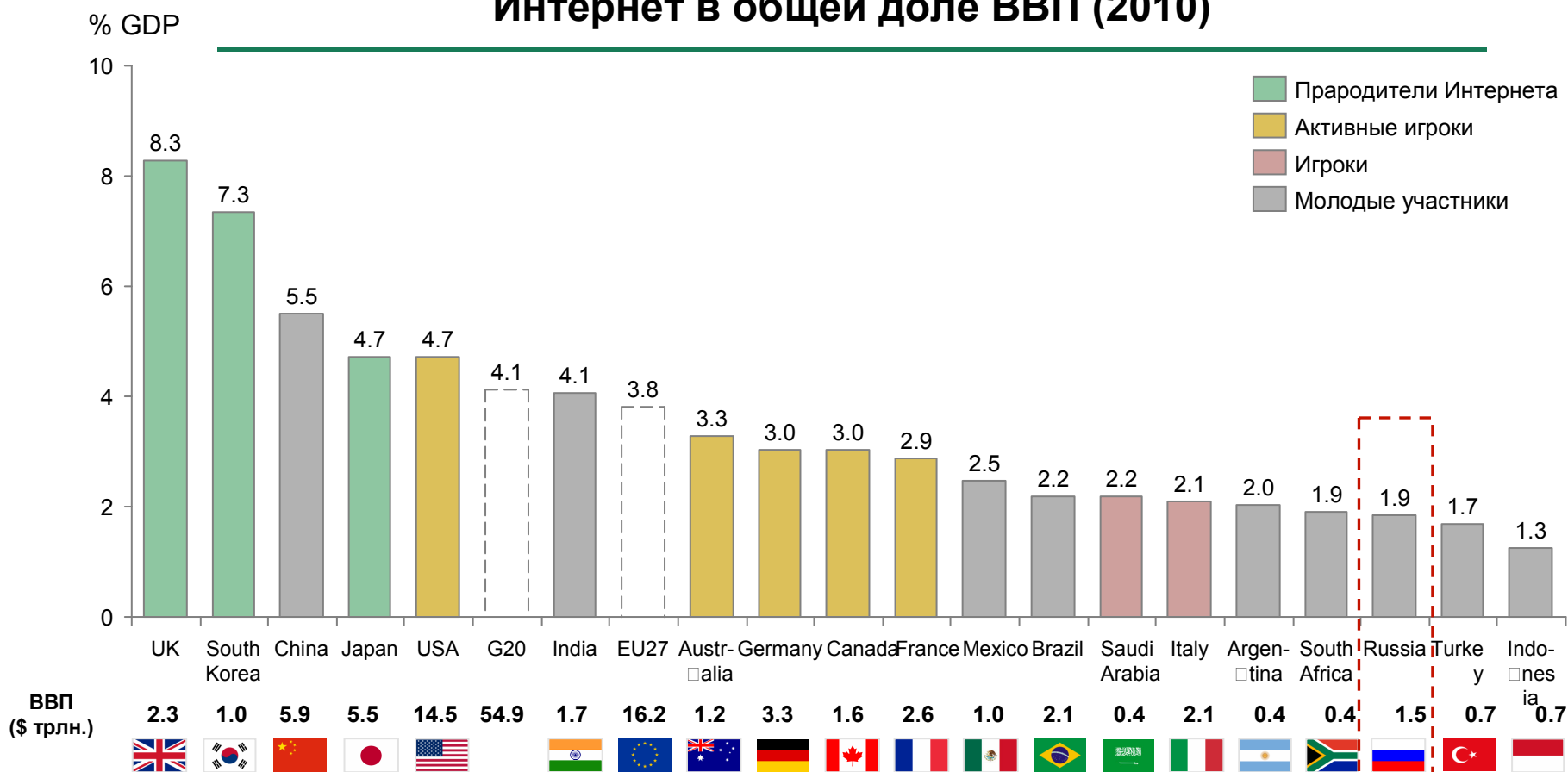
Интернет и малые и средние предприятия

19 марта 2012

THE BOSTON CONSULTING GROUP

Вклад Интернета в ВВП для стран большой двадцатки составляет от 1.3% (Индонезия) до 8.3% (Великобритания)

Интернет в общей доле ВВП (2010)

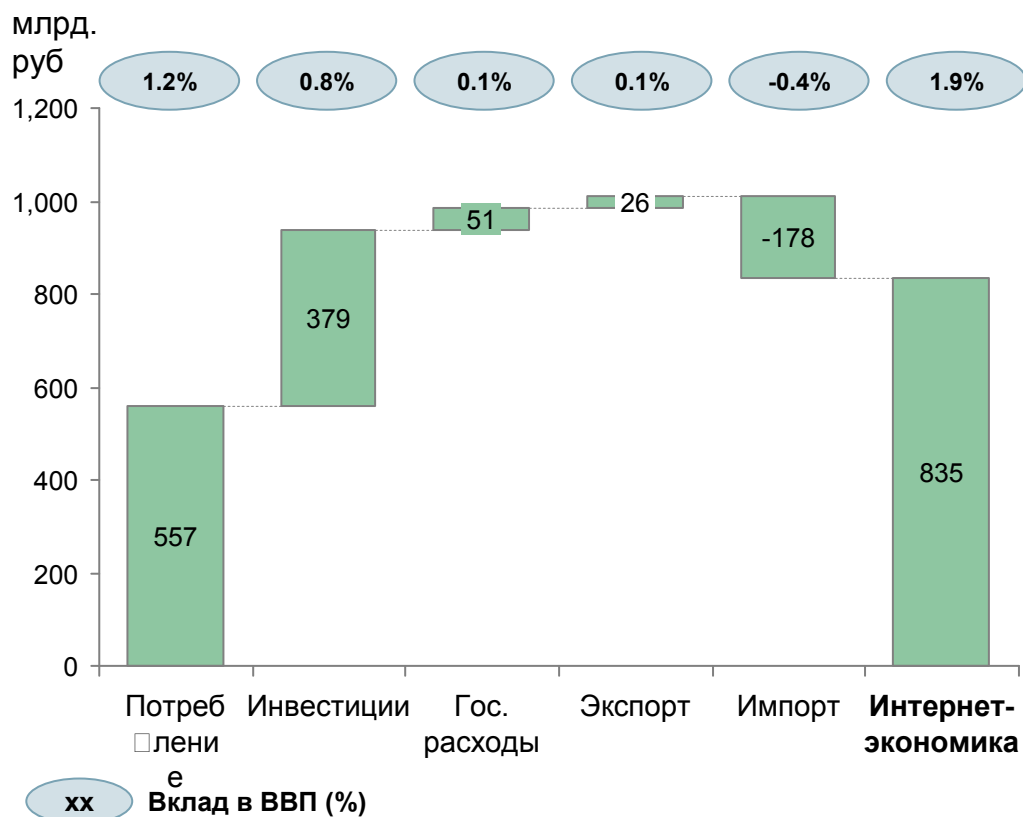


Во многих странах Интернет уже вносит существенный вклад в экономику

Источник: EIU, OECD, Страновые статистические агентства, анализ BCG

В России прямой вклад пока обеспечивается в основном за счет потребления населением

Прямой вклад в Интернет ВВП



- 30% рост по сравнению с 2009 г.
- Ожидается мин. рост ~20% в ближайшие 5 лет

Сравнения с другими странами

Потребление населением включает в себя электронную коммерцию и траты на доступ

- В России соотношение ~50/50 против 80/20 в Великобритании
- Соотношение будет меняться по мере того как бизнес будет уходить в Интернет

В Инвестициях пока преобладают крупные телеком-компании

- Составляют ~30% от Интернет экономики против менее 10% в Дании и Великобритании
- Частные компании составляют ~40% от всех инвестиций, в развитых странах, где бизнес уже активно использует Интернет – около 70%

Гос. расходы в России пока менее 10% от всей Интернет экономики

- В Чехии и Польше – около 12-14%
- В Великобритании и Испании - более 20%

Интернет является мощным рычагом для модернизации экономики и повышения эффективности

Компании начинают осознавать возможности Интернета

Электронная коммерция B2B

- ~ **\$82 млрд** (объем товаров, купленных с использованием Интернета в 2009 году)
- ~ **\$7.5 млрд** или ~122 тыс. транзакций на специальных платформах

Реклама в Интернете

- Затраты на рекламу в Интернете составляют 11%, что пока меньше, чем в Турции и Китае
- Ожидается 28% рост

Эффект на производительность

- **более 30%** компаний отмечают сокращение издержек за счет Интернета
- **у более 10%** повышение производительности труда
- ~**3%** прямой экономии за счет электронного документооборота

ROPO

- ~33 \$ млрд. или 5% покупок, (Бразилия 4%, США 10%)

Несколько примеров преобразования отраслей за счет использования Интернета

Ритейл

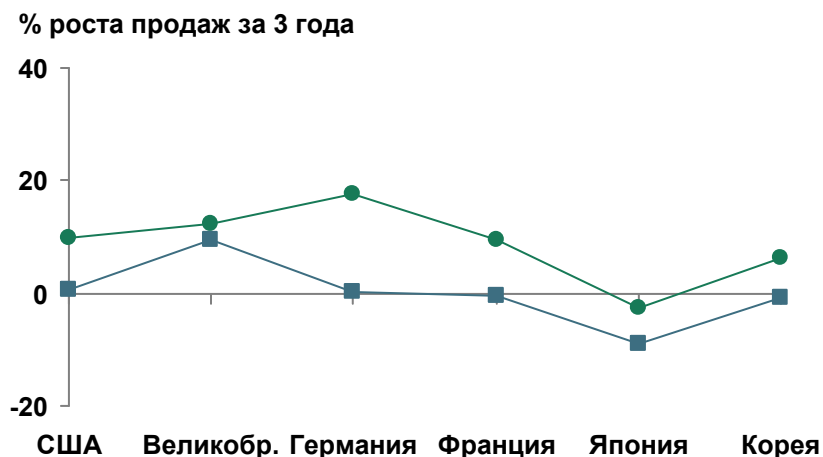
- Интернет трансформирует процессы, связанные с продажами и **открывает новые каналы общения с клиентами**
- Интернет трансформирует различные **бизнес-процессы**: продажи, логистика, маркетинг существенно отличаются при ведении бизнеса онлайн
- Появляются **новые бизнес-модели**, меняющие отрасль, например B2B2C

Туризм

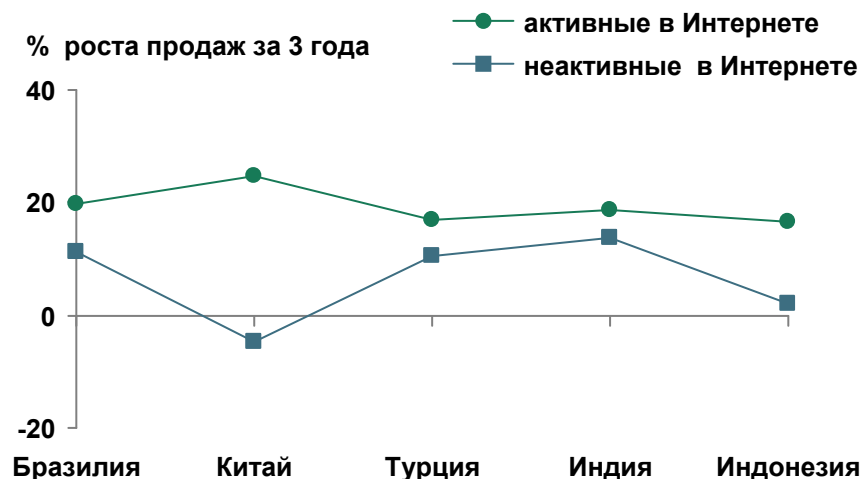
- Интернет уменьшает роль посредников, что **повышает прозрачность и эффективность рынка**
- Более **независимое и осведомленное принятие решений** населением в силу более полной информации

СМБ(SME) выигрывают от пользования Интернетом, особенно в развивающихся странах

Развитые страны



Развивающиеся страны



7 главных преимуществ Интернета для СМБ

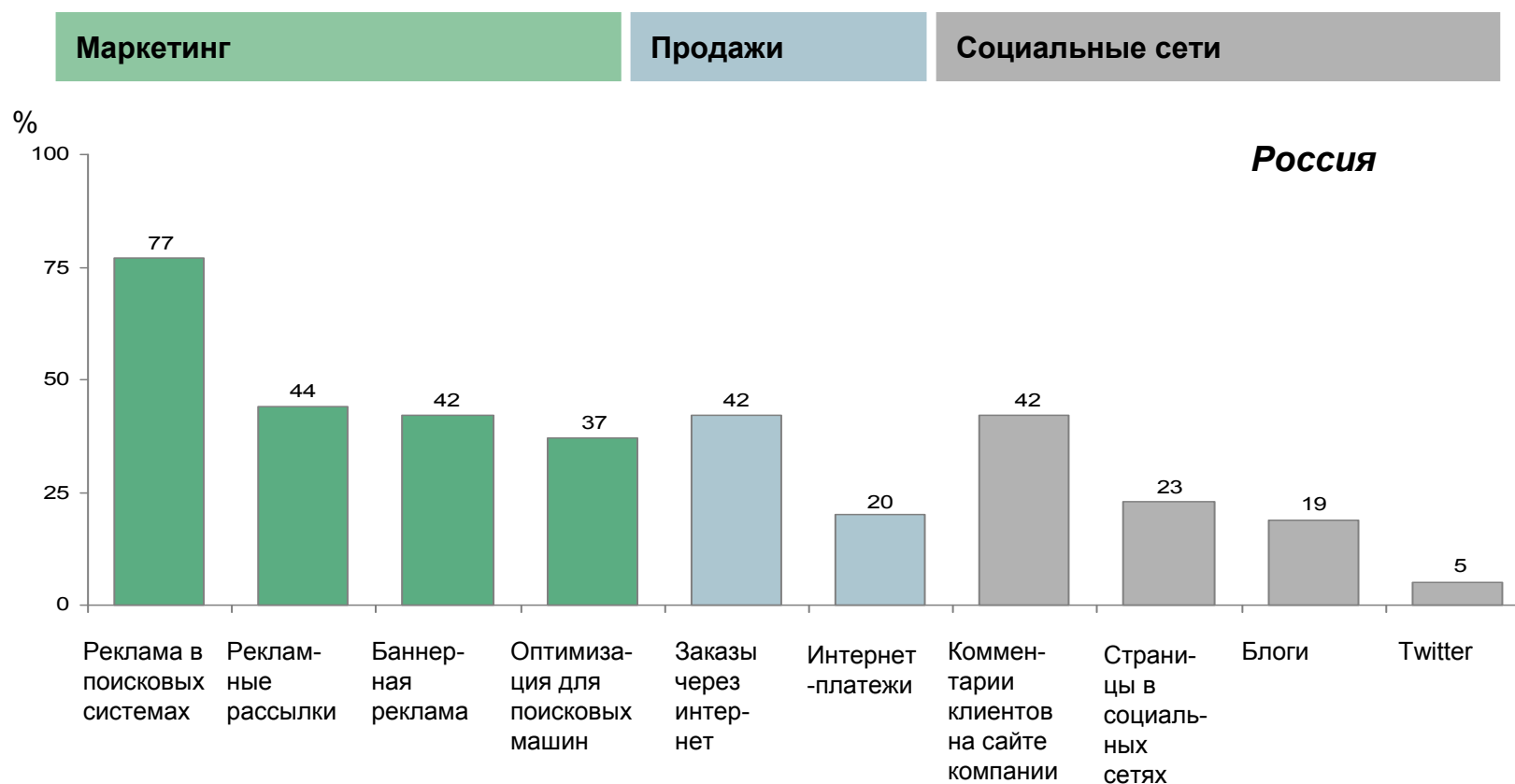
- Обратная связь с клиентом
- Более эффективная коммуникация клиенту
- Оптимизация бизнес-процессов

- Доступ на новые рынки
- Таргетированный маркетинг
- Упрощение процесса подбора персонала
- Снижение издержек на маркетинг

**Доля СМБ в экономике России ~ 25%
против ~50% в развитых странах**

Источник: исследование SME; анализ BCG.

Интернет-активные СМБ пользуются Интернетом для рекламы в поисковых системах и электронных рассылках



**Пример эффекта
Интернета для
активных компаний**

- **10% Интернет-активных компаний продают за рубеж**
- **8% выручки от международных продаж**
- **50% присутствуют в нескольких регионах**

Примечание: Процент Интернет-активных СМБ, которые используют тот или иной интернет-канал
Источник: Опрос более 700 средних и малых предприятий ; анализ BCG

Xxxx-xx/Footer

Нехватка средств и времени – основные препятствия для компаний в России, не пользующихся Интернетом

Препятствие

- ★ У нашей компании нет средств для разработки интернет-предложения
- ★ У наших сотрудников нет времени на поддержание интернет-сайта
- Работать в интернете небезопасно
- Нет объединения компаний отрасли, где можно обсудить общие проблемы
- У наших сотрудников недостаточно знаний или подготовки
- ★ Нашим клиентам не нужен интернет-сайт
- Мы не знаем, как интернет может помочь развитию нашего бизнеса
- У сотрудников нет доступа к компьютеру
- Мы не верим, что присутствие в интернете может помочь нашему бизнесу
- Мы не знаем, к кому обратиться и с чего начать
- Низкая скорость интернета (отсутствие ШПД) в нашем регионе

★ Основное препятствие для всех компаний

Источник: Опрос более 700 средних и малых предприятий ; анализ BCG

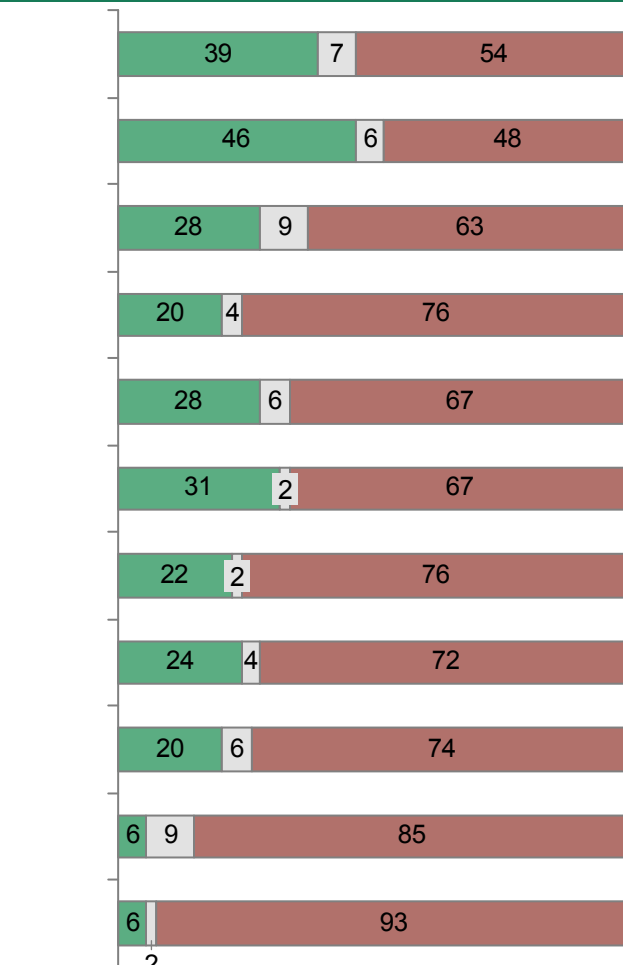
XXXX-xx/Footer

Неактивные в Интернете СМБ



■ Не согласен ■ Ни то, ни другое ■ Согласен

СМБ без Интернет-присутствия



■ Не согласен ■ Ни то, ни другое ■ Согласен

Примеры успешных в Интернете международных СМБ компаний



Vilofarm (Дания)

- Товары для фермеров (напр., корма)
 - Продажи через Интернет с 2005 г.
 - В 2007 переориентировались на Интернет продажи
- С тех пор доля продаж через Интернет в общем объеме выросла с 10% до 70%
 - Используют Интернет как для взаимодействия с клиентами, так и для закупок
 - Простой удобный интерфейс для клиентов



Winkler (Чехия)

- Продажа цветов
 - Открылись в 1994
 - Создали сайт в 1997
- Более половины заказов – через Интернет
 - Около трети – зарубежные заказа
 - Покупка цветов на голландском Интернет-аукционе : ниже цены, более высокое качество



World Wide Worms (Великобритания)

- Спектр товаров для садоводов (начинали с червей)
- Расположены в маленькой деревне (менее 100 человек)
- С использованием Интернета из маленького семейного бизнеса компания выросла в оборотах до 2,5 млн. фунтов
- Используют Интернет как для продажи собственных товаров, так и для автоматизации операций (бух. учет, упр. запасами с использованием облачных технологий)

Примеры российских компаний успешных в Интернете



Hipclub

Hipclub – онлайн-клуб, предлагающий своим членам скидки на отели, туры, специальные программы и другие туристические продукты. Предложения от Hipclub интересны тем, что они проводятся в режиме закрытых клубных распродаж (private flash sales), что позволяет получать цены на 50–70% ниже тех, что доступны на открытых туристических площадках. Такие специальные акции получены в результате прямых переговоров компании с теми, кто предлагает туристические продукты, что обеспечивает их уникальность и эффективность как для потребителей, так и для партнеров. Компания продвигает себя исключительно в Интернете и ориентируется на активных интернет-пользователей.

Год основания: 2010

На фото: Ирина Рейдер, Михаил Рейдер, основатели



Rubashka na zakaz

Интернет-ателье «Рубашка на заказ» шьет и продает рубашки по индивидуальным меркам клиента, предлагая широкие возможности выбора модели, цвета и материала. Компания представлена только в Интернете, при этом мерки заказчика вводятся в специальный онлайн-конструктор, что позволяет экономить время покупателя. Менее чем за два года компанией было продано более 12 000 рубашек, а сам сайт посетило почти 600 тысяч человек.

Год основания: 2009

На фото: Василий Мунтян, основатель