



# *Actis Systems Asia*

e-business solution provider

## **Анализ рынка CRM-решений и готовность Казахстана к вступлению в информационную экономику**

**Александр Родионов**

**Сентябрь 2001 г.**



## Синергетика – наука о самоорганизующихся структурах

**Синергетика** занимается рассмотрением общих принципов возникновения и развития самоорганизующихся структур в рамках междисциплинарного подхода.



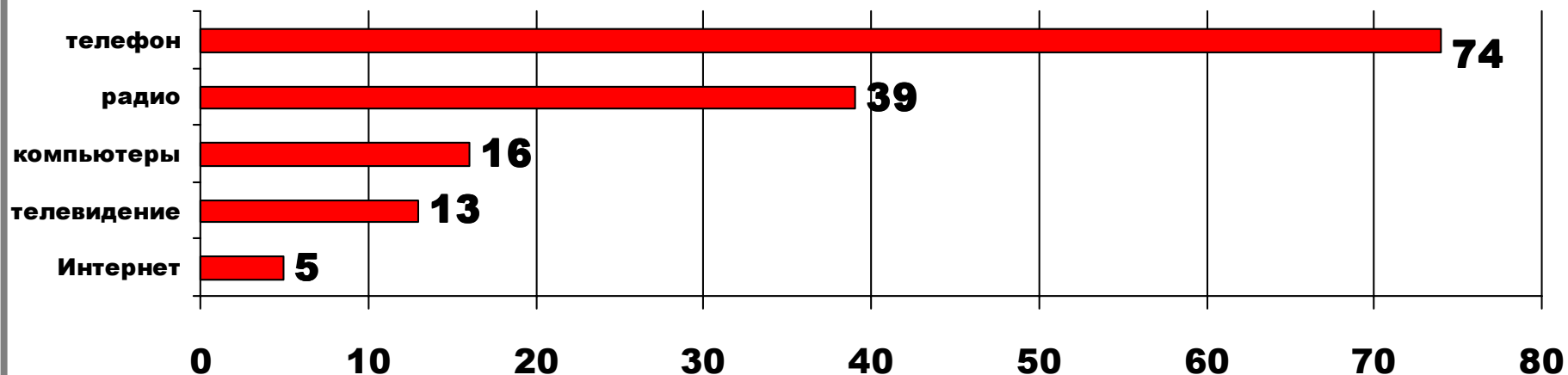
Главный **принцип маркетинга** — не просто пассивно предлагать новый товар потенциальным покупателям, а активно воздействовать на их потребности и предпочтения, продвигать этот товар, убеждая их в том, что он им жизненно необходим, что без него они не смогут обойтись. Внутренним содержанием маркетинга и рекламного бизнеса является информационное программирование потенциальных покупателей, формирование у них информационно заданных (не всегда четко осознаваемых ими) предпочтений на покупку данного нового товара, которые возбуждают соответствующее желание для приобретения данного товара.



## **Информатизация общества и экономики**

**Сегодня информатизация, которая базируется на передовых информационных технологиях, развитии систем телекоммуникаций, оптико-электронной и космической связи, на степени овладения научными знаниями и информационными ресурсами, становится главным условием существования конкурентоспособной рыночной экономики.**

**Количество лет, потребовавшееся информационным и телекоммуникационным технологиям на охват ими 50-ти миллионов пользователей**



**Источник: International Telecommunications Union, 1999 .**



## **Возникновение и становление электронного бизнеса**

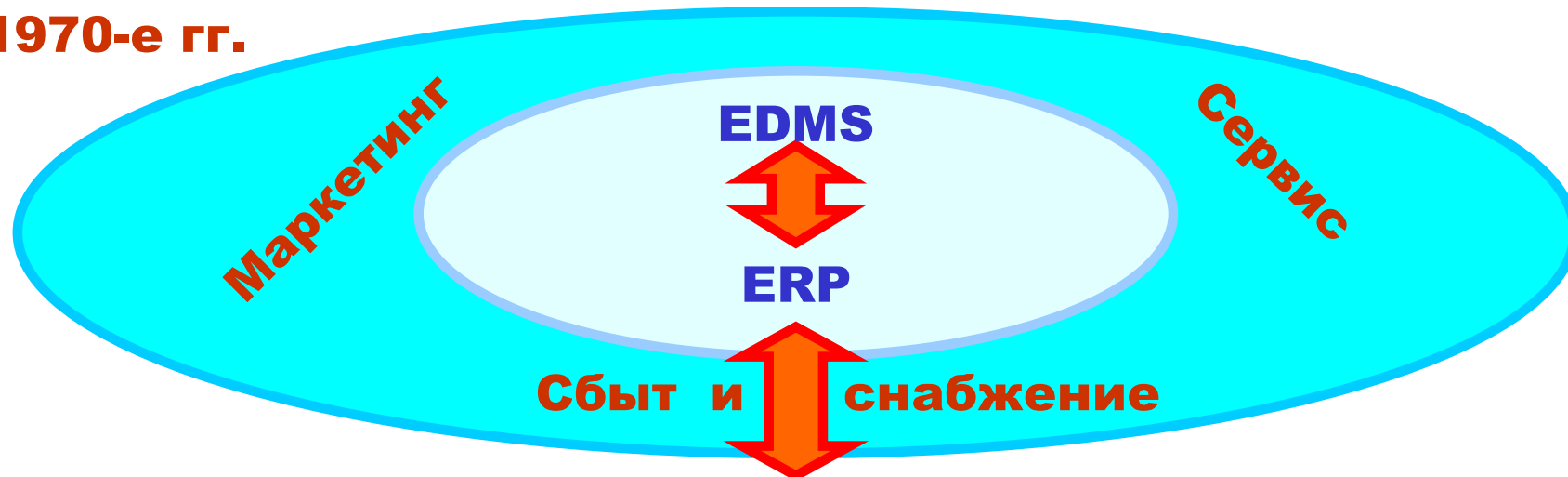
**Периодизация генезиса электронного предпринимательства по типу доминирующей коммуникационной инфраструктуры**

<b>Тип доминирующей коммуникационной инфраструктуры</b>	<b>Годы</b>	<b>Средства коммуникации</b>	<b>Лидеры бизнеса</b>
<b>аналоговая (нецифровая) телекоммуникационная</b>	<b>20-е гг. XIX в. –50-е гг. XX в.</b>	<b>телеграф, телефон, радио, телевизор</b>	<b>AT&amp;T, Bell Telephone, BBC</b>
<b>информационно-телекоммуникационная</b>	<b>60–80-е гг. XX в.</b>	<b>компьютер, телекс, факс, спутники связи</b>	<b>IBM, Western Union Telegraph Com.</b>
<b>компьютерно-медиагизированная</b>	<b>с 90-е гг. XX в.</b>	<b>Интернет, электронная почта, мобильная связь</b>	<b>America-On-Line, Microsoft, Cisco, Yahoo</b>



Определение электронного бизнеса на современном этапе

1970-е гг.



**Электронная коммерция (EDI)**

**Электронный бизнес** — интеграция систем, процессов, организаций, каналов обмена информации, рынков и цепей, создающих стоимость, в которых использование семейства протоколов Интернета и связанных с ним телекоммуникационных сетей, информационных технологий и методологий играет ключевую роль в одной или нескольких стадиях предпринимательской деятельности.



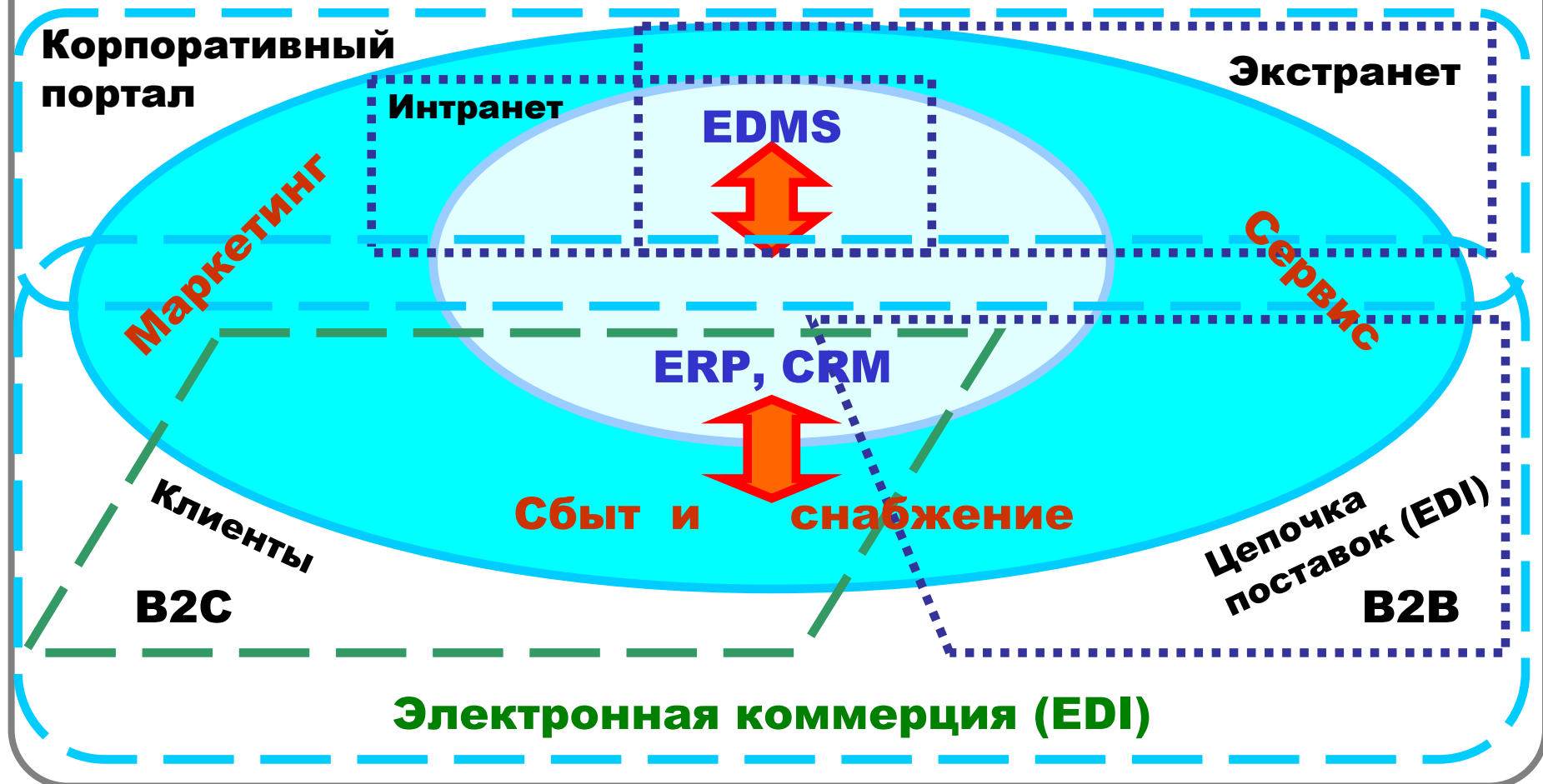
**Actis Systems Asia**

e-business solution provider

# Развитие электронного бизнеса в эпоху Интернета

## Развитие электронного бизнеса на современном этапе

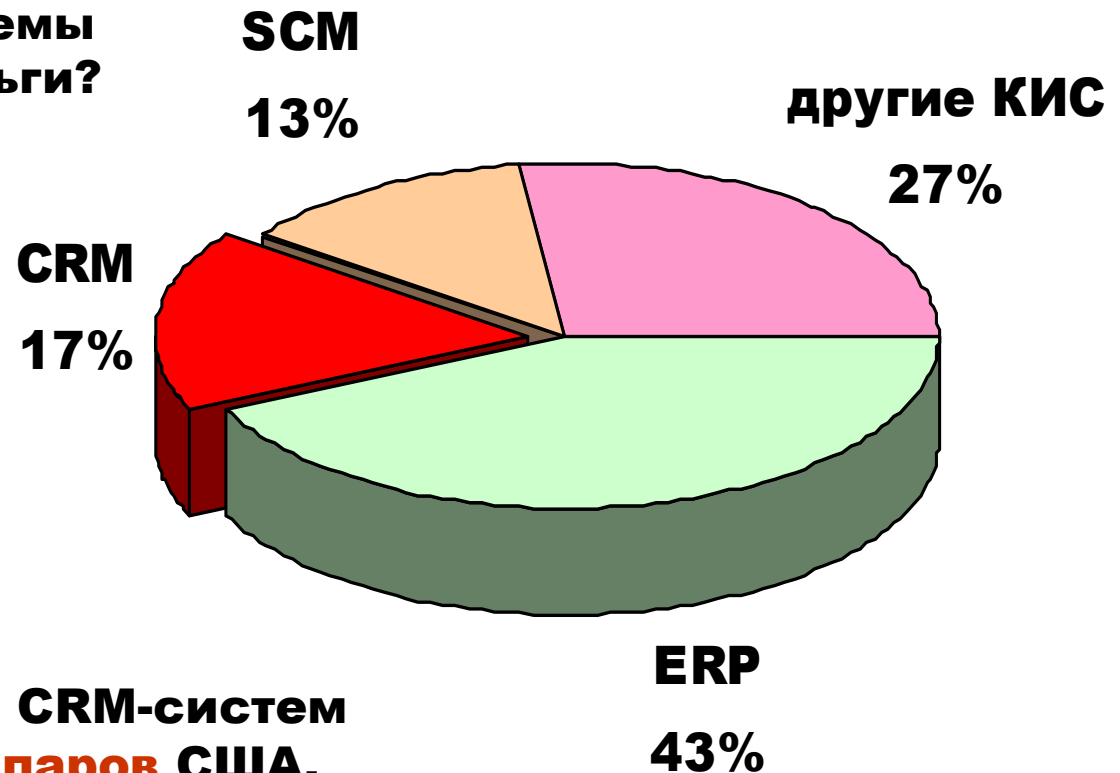
**1990-е гг.**





**Корпоративные информационные системы**

**На какие корпоративные  
информационные системы  
предприятия тратят деньги?**



**В 1999 г. объем рынка CRM-систем  
составил 3,7 млрд долларов США.**

**По прогнозам экспертов в 2002 г. он достигнет 11,5 млрд  
долларов США. Годовой прирост составляет 40-55%.**

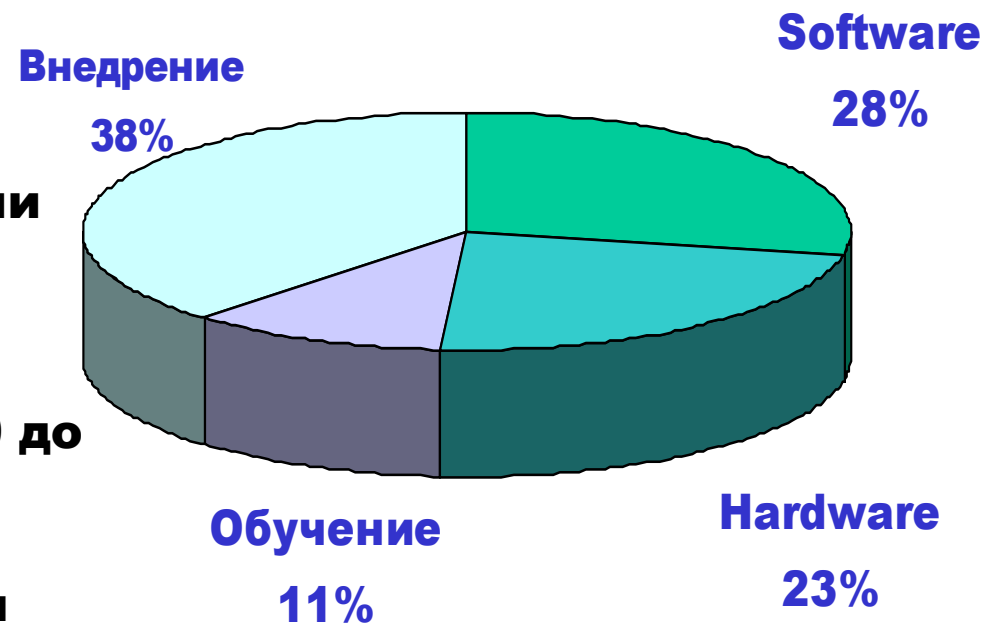


## CRM-системы (Customer Relationship Management)

### Портрет пользователя CRM-систем

- принадлежность к отрасли с высокой рыночной конкуренцией;
- использование технологии персональных продаж;
- на одного менеджера по продажам приходится от 10 до 100 клиентов;
- достаточно длинный цикл продаж.

### Распределение затрат на CRM-систему





## **Готов ли Казахстан к ведению электронного бизнеса?**

**Несмотря на то, что осознание перемен произошло повсеместно, далеко не все страны последовали новой парадигме развития.**

**В результате «электронного разделения» мира происходит расслаивание на два яруса, когда передовые страны отрываются от остальных за счет бурного развития новых отраслей.**

**Последствия такого разделения могут быть катастрофичны для стран «второго яруса».**

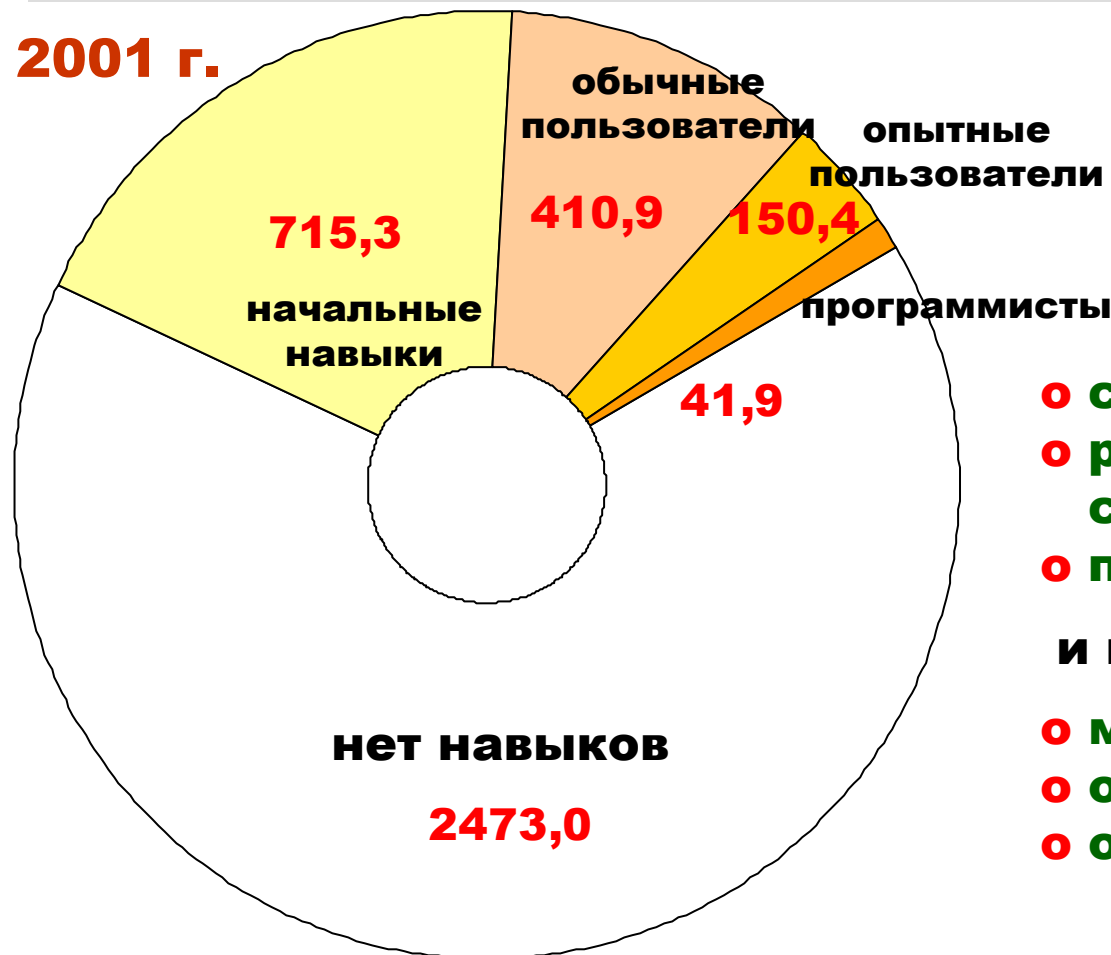
**Для вхождения в Информационный Мир необходимо:**

- ✓ широкий доступ к информационно-телекоммуникационной инфраструктуре,**
- ✓ правовое обеспечение электронного бизнеса, желательно государственная поддержка на начальных этапах,**
- ✓ квалифицированные кадры, способные к восприятию новых форм бизнеса,**
- ✓ наличие компаний, осуществляющих внедрение информационных технологий и методологий в практику предпринимательской деятельности.**



## Структура населения по уровню навыков, тыс. чел. \*

**2001 г.**



**В Казахстане высокий уровень навыков работы с компьютером имеют:**

- студенты – 87%;
- руководители и специалисты – 59-53%;
- предприниматели – 44%;

**и в возрасте:**

- младше 20 лет – 80%;
- от 20 до 30 лет – 53%;
- от 30 до 40 лет – 38%.

\* Население крупных городов Казахстана с численностью жителей более 100 тыс. чел. от 18 лет и старше.



## **Активная аудитория**

**Те, кто регулярно посещает Интернет минимум раз в неделю.**

## **Регулярная аудитория**

**Все посетители Интернета регулярно посещающие его хотя бы один раз в месяц.**

## **Максимальная аудитория**

**Все посетители Интернета, включая тех, кто имел хотя бы единичный опыт посещения Интернета.**

## **Коммуникационное окружение**

**Те, кто не имеет опыта работы в Интернете, но у кого среди друзей есть хотя бы один регулярный посетитель Интернета.**

## **Население вне зоны Интернета (аудитория + окружение)**

**Те, кто не имеет опыта работы в Интернете, но у кого среди друзей нет хотя бы одного регулярного посетителя Интернета.**



**Actis Systems Asia**

e-business solution provider

## Измерение аудитории и окружения Интернета в 2001 г.

### Активная аудитория

**3,7% ± 0,6%** от населения \*  
или **138,9 ± 22,7** тыс. человек.

### Регулярная аудитория

**5,3% ± 0,8%** от населения  
или **200,2 ± 30,3** тыс. человек.

### Максимальная аудитория

**10,4% ± 1,2%** от населения  
или **393,0 ± 45,5** тыс. человек.

### Коммуникационное окружение

**42,5% ± 1,4%** от населения  
или **1612,7 ± 53,1** тыс. человек.

### Население вне зоны Интернета (аудитория + окружение)

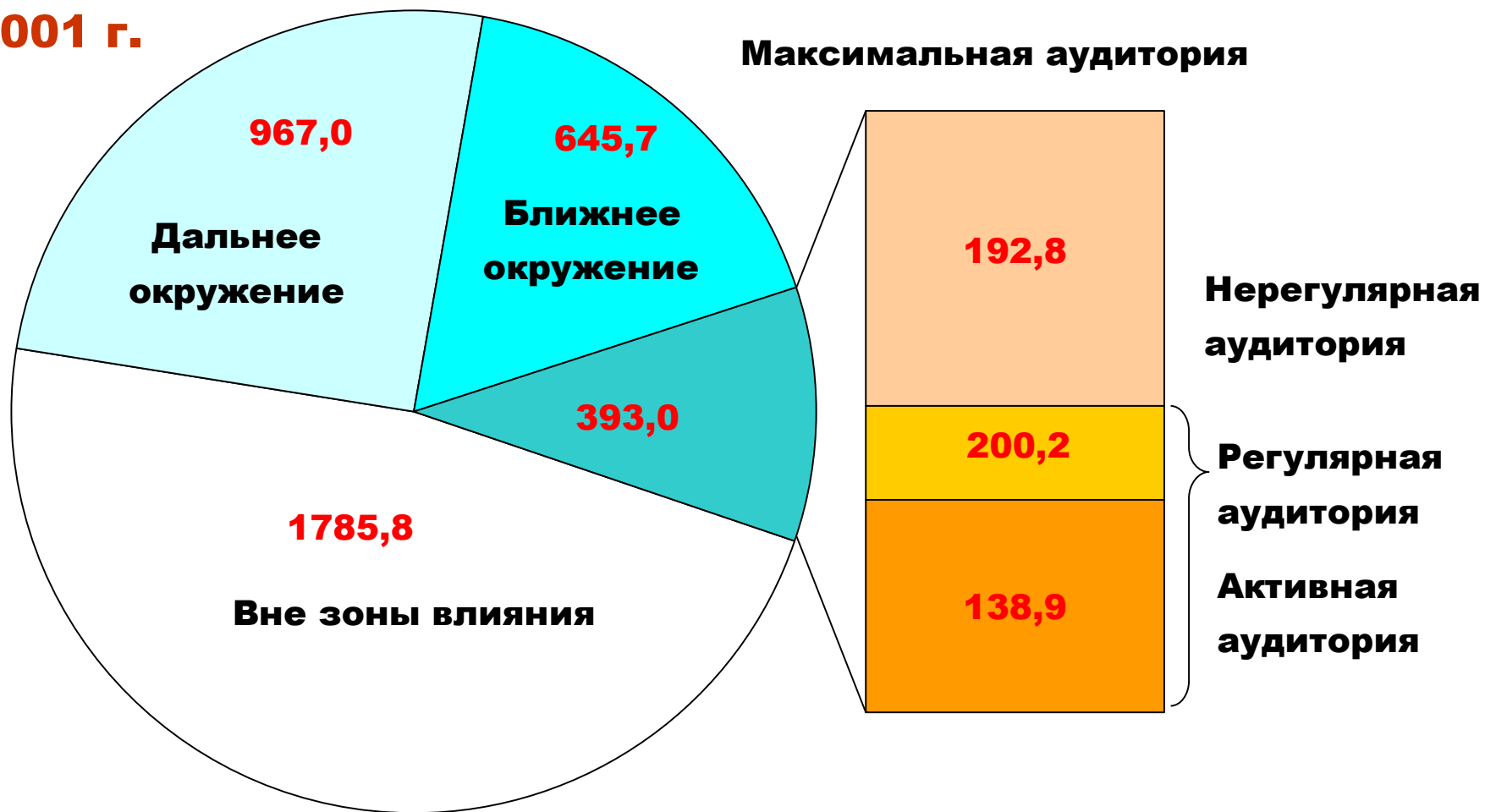
**47,1% ± 1,4%** от населения  
или **1785,8 ± 53,1** тыс. человек.

\* Население крупных городов Казахстана с численностью жителей более 100 тыс. чел. от 18 лет и старше.



**Аудитория Интернета в Казахстане (взрослое население), тыс. чел.**

**2001 г.**





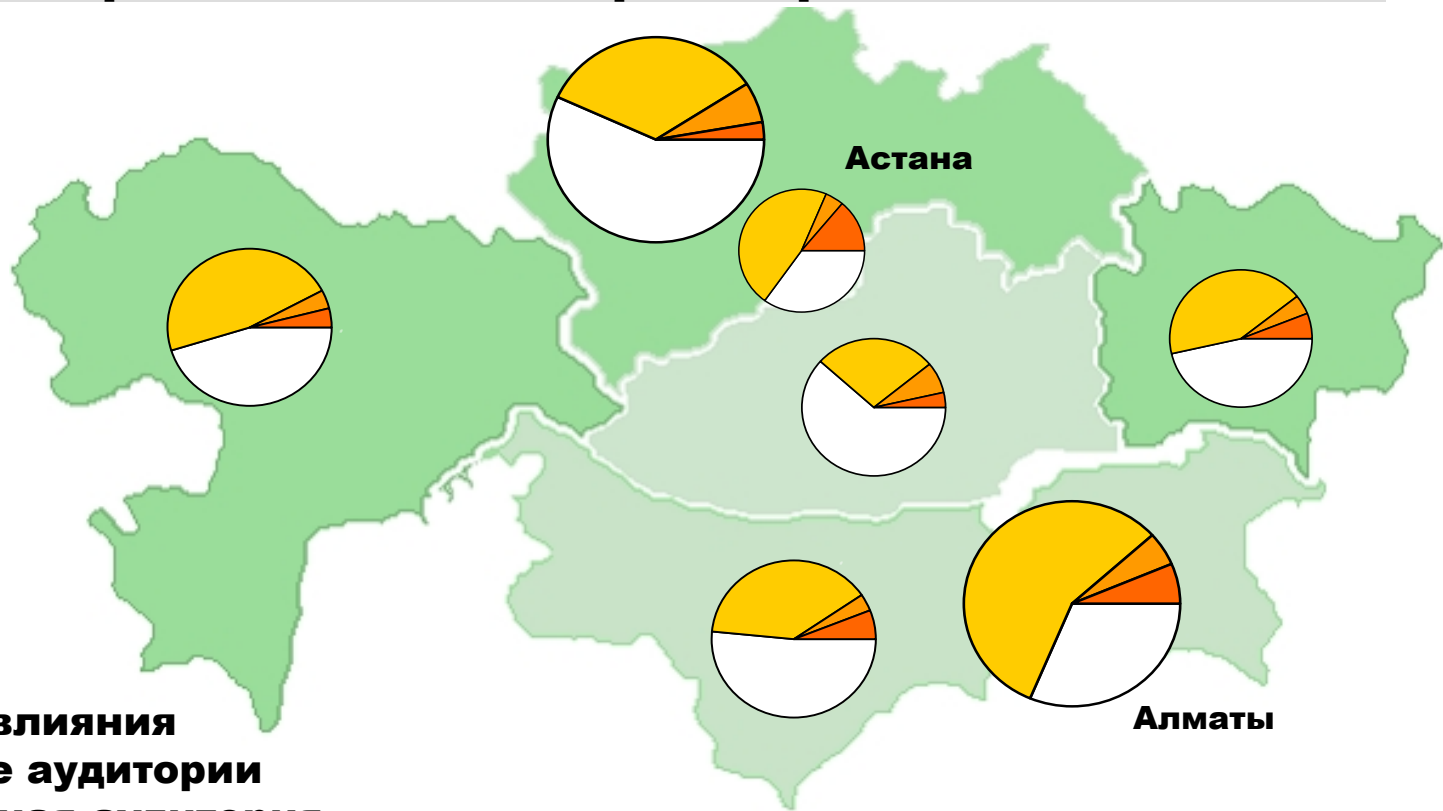
**Компьютерная грамотность и Интернет в регионах Казахстана**

**2001 г.**

**Компьютерная грамотность, %**



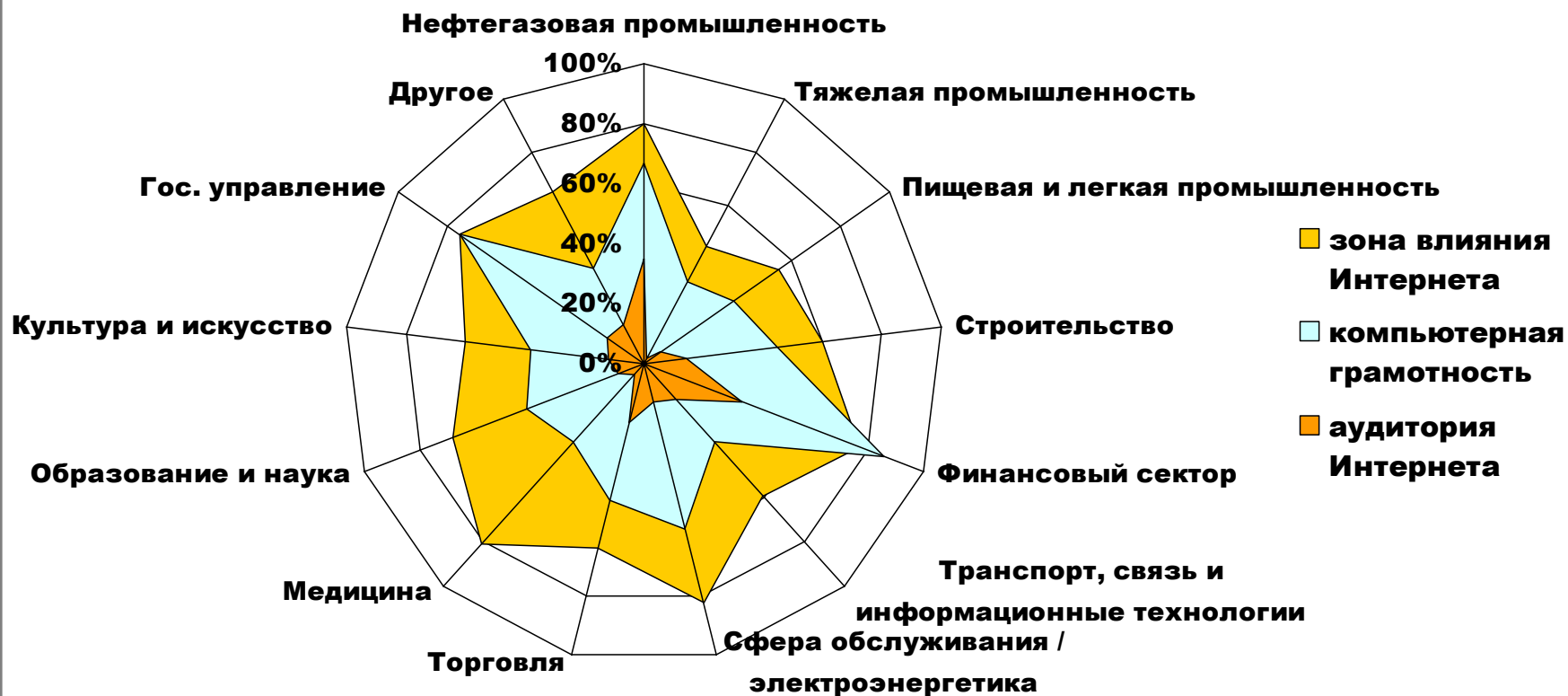
**Интенсивность обращения к Интернету, %**



**Максимальный вес зона влияния Интернета имеет в Алматы, Астаны. Затем идут крупные города Западного и Восточного Казахстана. Менее всего зона Интернета имеет влияние в городах Северного Казахстана. Коэффициент локализации 29,5%.**



## Использование Интернета и компьютеров

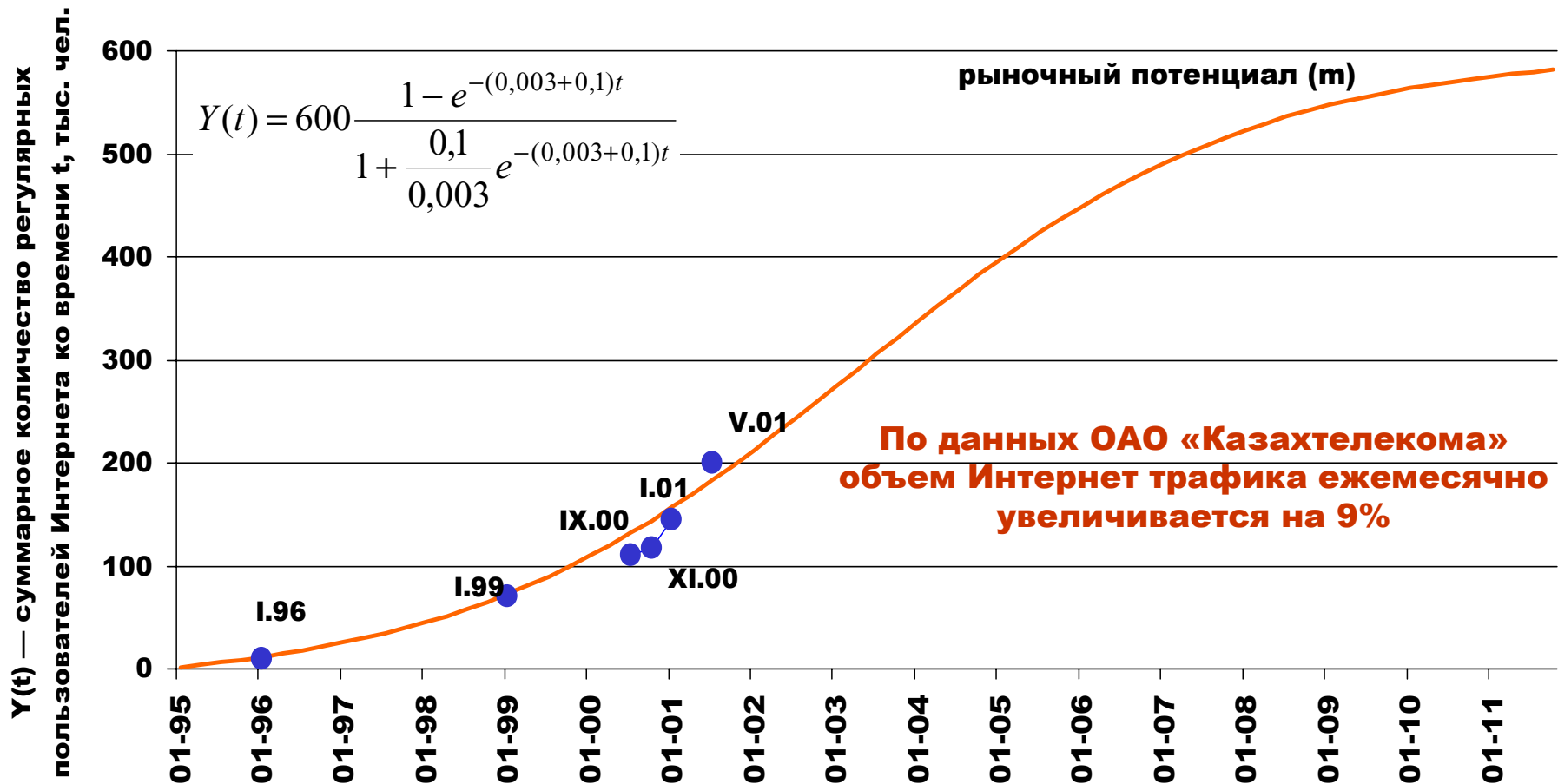


**Наибольший уровень компьютерной грамотности имеют кадры финансового сектора, органов государственного управления и нефтегазовой промышленности. Коэффициент концентрации – 15,4%.**

**Максимальная доля аудитории Интернета отмечается в финансовом секторе и на предприятиях нефтегазовой промышленности. Коэффициент концентрации – 29,5%.**



## Диффузионная модель регулярной аудитории в 1995-2011 гг.



Через несколько лет доля регулярной аудитории в нестоличных крупных городах достигнет удельного веса характерного для Алматы и Астаны за счет зоны влияния Интернета, имеющей навыки работы на компьютере.



## **Перспективы электронного бизнеса и CRM-систем в Казахстане**

**За последние годы в **Казахстане**:**

- ✓ создана базовая информационно-телекоммуникационная инфраструктура для ведения электронного бизнеса;**
- ✓ имеются подготовленные кадры, обладающие начальным опытом работы с системами, поддерживающими ведение электронного бизнеса;**
- ✓ в регионе появились компании способные осуществить внедрение корпоративных информационных систем;**
- ✓ правительство рассматривает электронный бизнес в качестве одного из приоритетных направлений развития народного хозяйства.**

**В целом, электронный бизнес в Казахстане находится в **стадии готовности**, в ходе которой ряд отраслей к приступила к интеграция систем, процессов, организаций, каналов обмена информации, рынков, в которых используются семейство протоколов Интернета и связанных с ним технологий.**



# *Actis Systems Asia*

e-business solution provider

**Дополнительная информация**

**Вопросы - Ответы**

**Александр  
Родионов**

**ar@actis.kz**

**+7 3272 32-32-29**

**about.all.kz**

