



ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ: ОНЛАЙН-ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Два главных эффекта цифровизации - появление новых инструментов ведения бизнеса в онлайн и повышение их эффективности, доступности. Развитие цифровых технологий, мобильного интернета обеспечивает самый широкий охват аудитории. В странах с наибольшим мобильным цифровым охватом уже сейчас на каждого жителя приходится несколько мобильных подключений. Соотношение эффективность/стоимость для рекламы и продвижения в интернет значительно выше, чем у традиционных медиаканалов(радио, телевидение, печать).

Фактически, такие успешные стартапы, как AirB&B, Uber—это рекламные платформы, дающие возможность малому и среднему бизнесу донести информацию о своих услугах до самого широкого круга клиентов.

Современные финансовые инструменты онлайн-платежей эффективно работают именно в интересах малого бизнеса – стоимость пользования ими не высока, но они позволяют значительно упростить ведение бизнеса. Инструменты таргетированной рекламы в социальных сетях, бухгалтерские программы, CRM–системы позволяют значительно снизить издержки ведения бизнеса, что критически важно для небольших компаний.

Опыт стран Европы интересен тем, что для них малый бизнес составляет существенную часть в валовом внутреннем продукте. Это развитый рынок с большим опытом применения малым бизнесом онлайн – инструментов.

Использование онлайн – инструментов компаниями малого и среднего бизнеса

	Франция	Италия	Германия	В.Британия	Голландия	Швеция	Польша	Ирландия	Испания
Демонстрация товаров/услуг	73%	78%	78%	83%	83%	81%	83%	76%	84%
Предоставлены инфо о компании (скидки, часы работы и пр.)	71%	66%	80%	84%	87%	77%	84%	79%	83%
Реклама и продвижение	71%	77%	82%	89%	77%	79%	86%	77%	88%
Коммуникации с клиентами поставщиками	67%	57%	63%	86%	72%	71%	79%	74%	84%
Продажа продуктов/услуг	42%	45%	45%	73%	74%	65%	64%	63%	70%
Управление бизнес-процессами (финансы и пр.)	10%	17%	22%	40%	36%	32%	35%	35%	46%
Прием/отправка платежей	25%	н/д	33%	62%	53%	57%	56%	55%	66%

Можно выделить 2 базовых подхода МСП:

- В Германии, Франции, Италии и дрс ориентацией малого бизнеса на реальное производство, у европейских лидеров разработки программного обеспечения и инновационных разработок (Ирландия, Швеция) онлайн – инструменты используют около 70% компаний.
- В экономиках, сосредоточенных, скорее, на финансовом сервисе и услугах, онлайн–инструменты играют для малого бизнеса более важную роль, поэтому их использует больший процент компаний. Также в этих странах значительно растет спрос на такие услуги, как онлайн-продажи и проведение платежей.

Важно отметить, что значительно большим спросом пользуются онлайн - инструменты для продвижения, информирования и общения с клиентом.

Для российской практики этот опыт позволяет выделить наиболее востребованные малым и средним бизнесом инструменты, связанные с рекламой и продвижением, демонстрацией товаров и услуг, информированием потребителей, коммуникациями с клиентами и поставщиками.