Яндекс

- использование знаний и лидерства на российском рынке

To be or not to be

MBA 12 Регионы
12.02.2011г.

Слайд 1

Яндекс
Найдется все

Быть или не быть?

1. Google активно развивается в России.

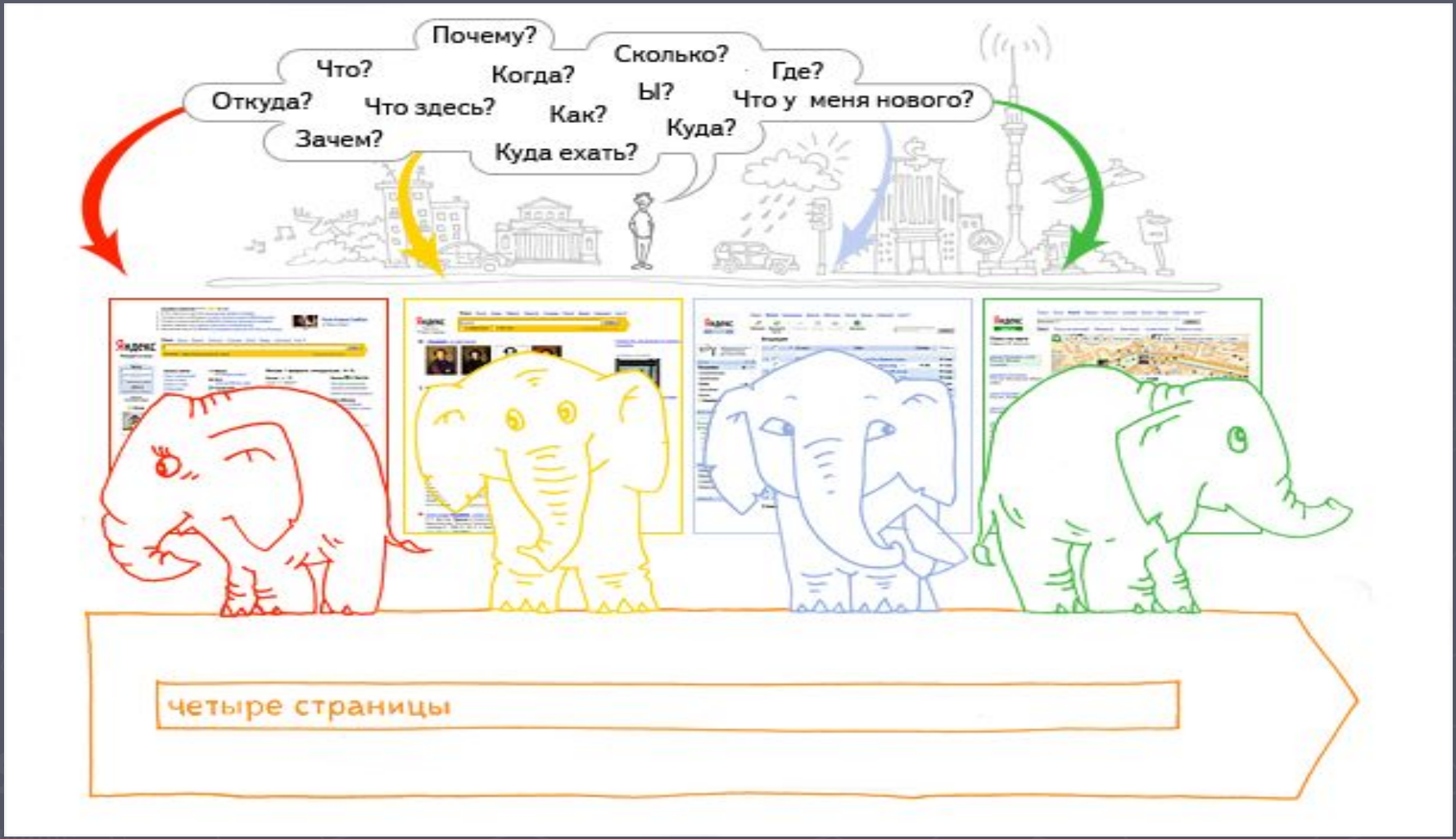
2. Google добивается успеха везде где начинает экспансию.

3. Google почти полностью вытесняет местные поисковики за один год.

4. Рынок предъявляет все более высокие требования к интернет - сервисам.

Слайд 2

Главная задача Яндекса — отвечать на вопросы



Яндекс
Найдется все

В XXI ВЕК с Yandex

Сохранение и развитие конкурентных преимуществ

Слайд 4

Сравнительный анализ продуктов, продвигаемых **Google** и **Yandex**

Яндекс
Найдется все

Продукт	Google	Yandex
Упорядочивание результатов поиска по PageRank	+	+
Почтовый сервис	+	+
Удаленная работа с документами	+	-
Карты, навигация	+	+
Операционная система для мобильных устройств	+	-
Ip – телефония (служба звонков)	+	-
Голосовой поиск	+	-
Аукционная система контекстной рекламы	-	+
Георекламa, собственная платежная система	-	+

Рынок мобильного поиска вырастет до $3,8 млрд. к 2012 г.

- Объем рынка мобильных поисковых сервисов во всем мире составит $3,8 млрд. к 2012 г., говорится в новом исследовании компании eMarketer.

- «Поисковые сервисы сообщают о резком увеличении мобильного поискового трафика, поэтому мы были вынуждены пересмотреть наш прогноз объема этого рынка к 2012 г.», — сказал Джон Гаунтт (John Gauntt), главный аналитик eMarketer.

Слайд 6

Я н д е к с
Найдется все

SWOT анализ

	Внутренняя среда	Внешняя среда
Сильные стороны		
Слабые стороны		

Требования к конкурентной стратегии деятельности Яндекс

-использование знаний и лидерства на российском рынке;

- приоритетное использование собственных финансовых ресурсов, а также средств, привлеченных на основе IPO для выкупа ослабевшего Rambler и выхода на рынок Китая;

- укрепление альянса с Facebook и Microsoft – Bing;

- расширение представленности на Белорусском, Украинском и Казахстанском рынках;

- активизация деятельности коллектива Яндекс по продвижению своих сервисов на рынок, а также для разработки недостающих интернет-сервисов.

Стратегический альянс Yandex и Google

Я н д е к с
Найдется все

Яндекс

+

Google™

=

Yangle ?

Слайд 8

Анализ альтернативных стратегий

Яндекс
Найдется все

Требования к конкурентной стратегии деятельности Яндекс	Важность требований (от 0 до 1)	Стратегические альтернативы и оценка их соответствия требованиям (от 0 до 5)			
		Стратегии роста	Стратегия удержания позиций на рынке	Стратегия ликвидации (продажа бизнеса)	Альянс с лидером мирового рынка - Google
1) Использование знаний и лидерства на российском рынке для наращивания своих позиций	0,33	5*0,33=1,65	2*0,33=0,66	0*0,33=0	0*0,33=0
2) Приоритетное использование собственных финансовых ресурсов, а также средств, привлеченных на основе IPO **для выкупа ослабевшего Rambler и выхода на рынок Китая.**	0,27	5*0,27=1,35	2*0,27=0,54	0*0,27=0	3*0,27=0,81
3) Укрепление альянса с Facebook и Microsoft – Bing в целях успешного противостояния Google.	0,15	4*0,15=0,6	5*0,15=0,75	0*0,15=0	0*0,15=0
4) Расширение представленности Яндекс на Белорусском, Украинском и Казахстанском рынках.	0,1	5*0,1=0,5	1*0,1=0,1	0*0,1=0	0*0,1=0
5) Активизация деятельности коллектива Яндекс по продвижению своих сервисов на рынок, а также для разработки недостающих интернет-сервисов.	0,15	5*0,15=0,75	3*0,15=0,45	0*0,15=0	5*0,15=0,75
Суммарная оценка по стратегической альтернативе	**1,0**	**4,85**	**2,50**	**0,0**	**1,56**

Стратегические рекомендации Yandex

	Необходимые действия
Стратегия усиления позиций на рынке	Поглощение ослабевшего Rambler для расширения доли рынка
	Развитие имеющихся конкурентных преимуществ на Белорусском, Украинском и Казахстанском рынках.
Стратегия развития рынка	Выход на рынок Китая за счет использования политических барьеров для американских компаний в Китае. Китайский рынок является вторым по величине после США. Целевая доля рынка – 50% от китайской доли Google (13,5%). Целевой доход Яндекс – 1,1 млдр.долл. Ресурсы: собственные финансовые ресурсы, а также средства, привлеченные на основе IPO.
Стратегия развития продукта	1. Предустановка поисковика Яндекс в сотовые телефоны и компьютеры для продвижения своих сервисов на рынок 2. Разработка и запуск сервиса «Службы звонков» по тарифам, сопоставимым со Skype.

Слайд 10

Прогнозируемый результат от реализации Yandex комбинации стратегий роста

Действия по реализации стратегий	Прогноз доходов в год, млн.долл.	Прогноз расходов в год, млн. долл.	Прогноз прибыли на 5 лет, млн.долл.
1. Поглощение ослабевшего Rambler (51%) для расширения доли рынка Необходимые инвестиции	416,67/0,568*0,111= **81,43**	81,43/1,1 = **74**	(81,43-74)*5 = **37,2** **56,3**
2. Выход на рынок Китая (50% от китайской доли Google) Необходимые инвестиции	2 272,9/0,5 = **1 136,5**	1 136,5/1,25 = **909,2**	(1 136,5 – 909,2)*5 = **1 136,5** **1 000, 0** (сопоставимо с поглощением Чешского оператора)
3. Расширение на 5% предустановки поисковика Яндекс в сотовые телефоны и компьютеры	60,73*5% = **3,04**	3,04/1,38 = **1,16**	(3,04-1,16)*5 = **9,4**
4. Разработка и запуск сервиса «Службы звонков» с целевой долей – 2%	5 900*2% = **118**	118/1,38 = **85,5**	(118-85,5)*5 = **162,5**
ВСЕГО	**1 338,97**		**1 345,6**

Доля амортизационных отчислений в доходах Яндекс	**11,54%**
Дополнительный денежный поток за 5 лет	1 345,6 + 1338,97*11,54%*5 – 1 056,3 = **1 061,9**
Увеличение стоимости бизнеса (по формуле Гордона) $S = \sum_{i=1}^{n} (CFi/(1+r)^i + \frac{CF_n}{(1+r)^n} * \frac{1+g}{r-g}$	**526, 2 млн.долларов**

Спасибо за внимание!

При подготовке презентации использовалась поисковая система Яндекс.

ЕСТЬ ВОПРОСЫ?

СПРОСИ Яндекс!