УДК 338.1

Анализ внешней среды для создания е-бизнеса (интернет-бизнеса)

А. Ю. Юнкман

*ООО «До 16-ти», г. Омск, Россия*

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный технический университет»,*

*г. Омск, Россия*

***Аннотация* - данная статья посвящена первым шагам на пути к созданию е-бизнеса, а именно, анализу внешней среды. Цель – выявить совокупность факторов, оказывающих влияние на развитие и создание е-бизнеса. Исследования основываются на теоретических взглядах современных специалистов. В данной статье рассматриваются следующие моменты: е-бизнес, киберспорт и его особенности, основные технические средства киберспорта. Основными методами изучения данной темы выступают PEST– и SWOT– анализ.**

***Ключевые слова –* е-бизнесс, киберспорт, виртуальные товары.**

1. ВВЕДЕНИЕ

Сотни тысяч призовых, миллионы фанатов по всему миру, щедрая спонсорская поддержка, и путешествия по всему миру — все это можно получить став самым успешным киберспортсменом в мире. На данный момент киберспорт уже настолько развит, что его вполне можно выбрать основной профессией на определенное время. Но что же это такое? [1, 5]

Киберспорт - (вне СНГ -  *e-Sports*) — игровые соревнования с использованием компьютерных технологий, где компьютер моделирует виртуальное пространство, внутри которого происходит состязание.

В свою очередь, основным техническим средством киберспорта выступают виртуальные товары - нематериальные объекты, которые приобретаются пользователями [социальных сетей](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%B5%D1%82%D1%8C_(%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82)), [виртуальных миров](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B8%D1%80%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BC%D0%B8%D1%80) и [онлайн-игр](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%BD%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D0%BD-%D0%B8%D0%B3%D1%80%D0%B0). Виртуальные товары могут использоваться только в специфической виртуальной среде, соответственно не имеют материальной ценности в реальном мире. Усложнение управления современными предприятиями, формирование вертикально интегрированных структур, усиление конкуренции требует более тщательных решений [6, 7].

1. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Совокупность факторов, оказывающих влияние на развитие крайне важна, а потому, создание е-бизнеса следует начать именно с анализа внешней среды. Для выполнения анализа внешней среды будем использовать такие инструменты как стратегический PEST– и SWOT– анализ. В рамках исследование необходимо построить матрицы PEST– и SWOT– анализа.

1. ТЕОРИЯ

SWOT и PEST-анализ отличны друг от друга. PEST- анализ позволяет изучить весь рынок, в то время как SWOT рассматривает, в каком положении бизнес-единица находится в условиях этой рыночной среды, какая концепция или идея есть у того или иного продукта. В основном, PEST-анализ используют для более глубокого изучения внутренней среды компании уже после проведения SWOT-анализа.

SWOT анализ – это метод первичной оценки текущий ситуации основанный на рассмотрении её с четырёх сторон:

* Strengths – сильные стороны;
* Weaknesses — слабые стороны;
* Opportunities – возможности;
* Threats – угрозы/

Сильные и слабые стороны – это ваша внутренняя среда, то что вы уже имеете на текущий момент времени. Возможности и угрозы – это факторы внешней среды, они могут произойти, а могут и нет, это зависит в том числе и от ваших действий и решений.

PEST анализ является аббревиатурой следующих показателей отрасли:

* P (Political) — факторы политико-правового окружения компании. При анализе политико — правового окружения отрасли, рынка или страны рекомендуется ответить на вопросы относительно ключевых изменений в области политической стабильности и правового регулирования;
* E (Economical) — факторы экономического состояния рынка;
* S (Socio — cultural) — факторы социального и культурного состояния рынка;
* T (Technological) — факторы, характеризующие технологический прогресс в отрасли. Данная группа факторов требует детального анализа, так как в эпоху технологического процесса именно изменение в технологии может кардинально изменить устоявшееся состояние рынка.

При проведении PEST анализа, желательно описывать не только текущее состояние каждого фактора, но и прогнозировать его изменение на ближайшее годы [3].

1. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРЕМЕНТОВ

В ходе исследования была построена матрица PEST–анализа (табл.1).

Таблица 1

Матрица PEST–анализа е-бизнеса

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Группа факторов | Факторы | Описание |
| (P) Политические факторы | Законодательство РФ | В ближайшее время ожидается создание закона «О компьютерных играх и виртуальной продукции» |
| Законодательство Китая | С 2009 года торговля на виртуальных площадках объявлена нелегальной |
| Политика игорного бизнеса | Хотя многие компании занимаются обменом  [фиатных денег](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B8%D0%B0%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%8C%D0%B3%D0%B8) на виртуальные товары, такая практика запрещена в большинстве популярных онлайн-игр |
| (Е) Экономические факторы | Экономический рост | Популярность киберспорта растет, а вместе с ней растет и спрос на виртуальные товары. Таким образом, можно прогнозировать поступательный рост спроса на оказываемые услуги в течение ближайших 3-5 лет. Это означает, что вход на рынок в данный момент и постепенное расширение своего присутствия является крайне благоприятным |
| Налогообложение и Налоговый Кодекс | ИФНС №14 по г.Москве ввела НДС 18% |
| (S) Социальные факторы | Образование | Данная сфера не требует специального образования |
| Демографические показатели | Рост числа молодежи и подростков, а 90% вовлеченных в киберспорт составляют именно они. Это говорит о том, что спрос на виртуальные торговые площадки будет расти |
| Распределение доходов | Получение полной чистой прибыли (т.к. не облагается налогом) |
| (T) Технологические фактор | Динамика развития компьютерных и информационных технологий | Развитие компьютерных и информационных технологий и все большая их доступность так же предполагают постоянное повышение спроса на виртуальные торговые площадки |

Далее проведен SWOT-анализ нашего е-бизнеса, нагляднее он представлен в таблице 2.

Таблица 2

Матрица SWOT – анализа е-бизнеса

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА | (S)  ПРЕИМУЩЕСТВА | (W)  НЕДОСТАТКИ |
| S 1. Многогранность услуг:   * торговля перекупом * торговля собственными товарами * услуги аренды   S 2. Отсутствие необходимости в аренде торговых помещений  S 3. Отсутствие отчислений на выплату з/п  S 4. Отсутствие расходов на организацию товаров и транспортировку  S 5. Вся деятельность организации осуществляется одним лицом  S 6. Небольшой расход времени | W 1. Ограниченность целевой аудитории  W 2. Запрет данного бизнеса на территории Китая  W 3. Ограниченность сбытовых интернет-игр  W 4. Индивидуальность политики игорного е-бизнеса  W 5. Отсутствие необходимости в специальном образовании |

Продолжение табл. 2.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА | (S)  ПРЕИМУЩЕСТВА | (W)  НЕДОСТАТКИ |
| S 7. Отсутствие необходимости в специальном образовании  S 8. Прирост людей юного возраста  S 9. Популяризация е-спорта  S 10. Отсутствие на данном этапе законодательных ограничений  S 11. Отсутствие налогообложения в любых регионах, за исключением Московской области  S 12. Равенство выручки и чистой прибыли  S 13. Развитие компьютерных и информационных технологий |  |
| ВНЕШНЯЯ СРЕДА | (O)  ВОЗМОЖНОСТИ | (T)  УГРОЗЫ |
| O 1. Расширение ассортимента  O 2. Выход на всероссийский и мировой рынки  O 3. Внедрение системы мониторинга подобных площадок  O 4. Участие в международных выставках и конкурсах (виртуальных торговых площадок)  O 5. Дистанционное управление своим бизнесом из любой точки земного шара  O 6. Получение необлагаемой налогами прибыли | T 1. Негативные перемены законодательного уровня  T 2. Негативные перемены в НК РФ  T 3. Приток конкурентов |

В таблице 3 представлены разработанные стратегии, для каждой из них указана сокращенная запись параметров, из которых образована стратегия. При этом использованы наиболее значимые на наш взгляд факторы.

Таблица 3.

Стратегии, разработанные на основе данных SWOT-анализа

|  |  |
| --- | --- |
| Стратегии вида SO | Стратегии вида WO |
| SO: S1 S10 S11 O1 O2 – расширение масштабов деятельности как на уровне видов услуг так и на региональном и мировом уровнях. | WO: W4 W5 O1 O3 O4 – индивидуальность политики игорного бизнеса и его доступность мы компенсируем опять же при расширении спектра услуг, а так же |
| Стратегии вида ST | Стратегии вида WT |
| ST: S1 S1 T1 T2 T3 – Варьирование деятельности в зависимости от законодательства, использование гибкости деятельности как инструмента устранения конкурентов | WT: W4 W5 T1 T2 T3 – к сожалению внос изменений в законодательную базу – вне нашей компетенции, так же, как и влияние на политику проектных игр. Но это не означает полной невозможности осуществления деятельности. Благодаря очень гибкой структуре нашей бизнес идеи допустимы всевозможные направления развития проекта в сфере киберспорта. |

1. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

По результатам PEST–анализа было выявлено следующее:

1. Положительные стороны:

* популяризация e-спорта обуславливает рост спроса на виртуальные товары, что свидетельствует о своевременности и благоприятности выхода на рынок;
* данный бизнес не требует образования и специальных навыков;
* полученная прибыль не облагается налогами (за искл. Моск. обл.)
* постоянное развитие компьютерных и информационных технологий так же способствует росту спроса на торговые площадки

1. Отрицательные стороны:

* запрет данного бизнеса на территории Китая;
* введение НДС в Московской области;
* издание в скором времени закона «О компьютерных играх и виртуальной продукции», разработка которого, возможно, так же повлечет за собой изменения Налогового законодательства РФ.

При оценке значимости параметров SWOT-анализа определены следующие параметры:

Параметр S1. Широкий спектр услуг является достаточно выгодным качеством в организации любого бизнеса. Данное свойство позволяет быть конкурентоспособным на рынке, а так же придает гибкость, при различных вариациях спроса;

Параметр S2. Отсутствие необходимости в аренде торговых помещений избавляет нас от дополнительных расходов;

Параметр S3. Так же избежать дополнительных расходов позволяет, и отсутствие выплат заработной платы;

Параметр S4. Еще одним приятным фактором, позволяющим нам избежать лишних затрат, является отсутствие расходов на организацию товаров и транспортировку. Так как весь наш товар виртуален и не имеет материально-вещественной формы;

Параметр S5. Исполнение обязанностей одним лицом не требует расходов на найм различных специалистов;

Параметр S6. Е-бизнес в сфере е-спорта требует минимального времени для реализации своей деятельности, что позволяет параллельное ведение ряда проектов;

Параметр S7. Отсутствие необходимости в специальном образовании делает бизнес киберспорта доступным для всех, что отводит в сторону все преграды со образовательной стороны;

Параметр S8. Прирост молодежи, говорит об увеличении спроса на услуги, сопровождающие е-спорт. Так как именно юная часть людей, составляет 90% киберспортсменов.

Параметр S9. Киберспорт, как мейнстрим нашего времени, так же обуславливает рост спроса на услуги виртуальных площадок;

Параметр S10. Отсутствие законодательных ограничений, дает полную свободу относительно действий в пространстве торговых интернет-площадок;

Параметр S11. В любых регионах и странах, кроме Московской области, киберспорт не облагается налогами. Вследствие отсутствия законодательной базы и отсутствия е-спорта на территории РФ как официального вида спорта;

Параметр S12. Отсутствие налоговых вычетов позволяет выручке и чистой прибыли находиться в постоянном балансе;

Параметр W1. К сожалению, наши услуги актуальны только для определенного сектора людей – участников и фанатов e-спорта.

Параметр W2. Отсутствие возможности сотрудничества с Китаем.

Параметр W3. Н данный момент количество крупных игр для реализации нашей бизнес идеи не так велико.

Параметр W4. Так как игровая политика каждого проекта индивидуально, разработчиками могут вводиться определенные ограничения, не позволяющие в полной мере осуществлять деятельность торговых площадок;

Параметр W5. Отсутствие необходимости в специальном образовании в нашем случае является не только плюсом, но и минусом. Этот фактор делает бизнес киберспорта доступным для всех, что способствует появлению весомого количества конкурентов;

Параметр O1. Расширение ассортимента всегда позволит нам быть конкурентоспособными и гибкими к изменению спроса;

Параметр O2. Выход на всероссийский и мировой рынки поможет нам добиться весьма впечатляющих показателей;

Параметр O3. Внедрение системы мониторинга подобных площадок особенно выделит нас из данной отрасли, аналогов такой системы в сфере киберспорта нет;

Параметр O4. Участие в международных выставках и конкурсах (виртуальных торговых площадок) позволит выигрывать неплохие средства, а так же будеь способствовать пиару нашей компании;

Параметр O5. Дистанционное управление своим бизнесом из любой точки земного шара опять же делает его очень гибким и мобильным;

Параметр O6. Получение максимальной прибыли в следствии отсутствия налоговых обязательств.

Параметр T1. Предложение властей создания закона «О компьютерных играх и виртуальной продукции» ставит под угрозу киберспорт. Это может повлечь за собой ряд ограничений, в следствии которых е-спорт потеряет свою уникальность и статус «легких денег», что в свою очередь повлечет за собой снижение спроса на киберспорт и виртуальные атрибуты, его сопровождающие;

Параметр T2. Изменения в законодательстве РФ, скорее всего, приведут к негативным изменениям в НК РФ. Вероятно осуществление налоговых сборов, что заметно сократит чистую прибыль;

Параметр T3. И конечно же, как и в любой другой отрасли, нельзя исключать риск появления более привлекательных и опытных конкурентов. [2, 4]

На основе созданной SWOT-матрицы спрогнозированы стратегии четырех типов:

1. стратегии вида SO – объединение сил и возможностей
2. стратегии вида ST – использование сил для предотвращения угроз
3. стратегии вида WO – использование возможностей для преодоления слабостей
4. стратегии вида WT – устранение слабостей и угроз
5. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате PEST–анализа, мы можем сделать вывод о преобладании положительных сторон, но, несмотря на это слишком велик процент непредсказуемости поведения игорного е-бизнеса на территории РФ, после издания соответствующих законов.

Е-бизнесс совершенно разнообразен и выбор стратегий напрямую зависит от его целей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Свон М. Блокчейн: Схема новой экономики / М. Свон // Манн. – 2017г. – с.214
2. Басовский, Л. Е. Современный стратегический анализ / Л.Е. Басовский. // ИНФРА-М. 2015г. - 256 c
3. Калинина Н. М. Практическое применение методов интегрированного контроллинга в процессе управления по отклонениям // Научные исследования: от теории к практике : материалы II Междунар. науч.–практ. конф. (Чебоксары, 12 февр. 2015 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. – С. 254-258.
4. Калинина Н. М. Применение инновационных технологий управления в налоговом администрировании: налоговый контроллинг / Н. М. Калинина, И. С. Метелев // Налоги и финансовое право. – 2013. - № 5. - С. 151-158.
5. Когденко, В.Г. Экономический анализ: Учебное пособие / В.Г. Когденко. // ЮНИТИ. – 2015г. - 392 c.
6. Храпова Е.В. Интегрированный подход к организации внутрифирменного планирования // Российское предпринимательство. – 2011. – №11-2. – С.61-66.
7. Храпова Е.В. Использование имитационных моделей в процессе внутрифирменного планирования деятельности предприятия // [Инновации](https://elibrary.ru/contents.asp?issueid=644095). 2006. [№ 7](https://elibrary.ru/contents.asp?issueid=644095&selid=12915537). С. 117-118.