**РАЗРАБОТКА И АНАЛИЗ Е-БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ФРАНЧАЙЗИНГА**

И.В. Квиндт

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

*г. Омск, Россия*

***Аннотация – проанализирована возможность внедрения е-бизнеса на примере франчайзинга.***

***Ключевые слова – е-бизнес, франчайзинг, PEST-анализ, SWOT-анализ, конкуренты.***

I. ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время очень активно развивается бизнес. Для поддержки бизнеса компании используют различные программные обеспечения. Одной из таких программ является 1С:Предприятие.

На данный момент у 1С нет достойных аналогов по соотношению цена / качество / масштабируемость / настраиваемость (особенно с выходом ERP). В отечественных альтернативах 1С, как правило, невозможно вносить изменения, а зарубежные достаточно дорогие. Так же в зарубежных аналогах 1C очень не торопятся вносить изменения, связанные с изменением законодательства.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Разработка и анализ е-бизнеса на примере франчайзинга.

III. ТЕОРИЯ

С появлением глобальной сети и ее доступностью появилась возможность открывать новые перспективы и возможности.

С помощью Интернета предприниматели получили шанс расширить свою деятельность, провести маркетинговые исследования и изучить реакцию потребителя на товар. Благодаря электронному бизнесу получилось снизить издержки, расширить производство и клиентскую базу, а также выйти за границы своей страны.

На данный момент большую популярность получило направление франчайзинг.

Франчайзинг — вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона передает другой стороне за плату право на определенный вид бизнеса, используя разработанную бизнес-модель его ведения. Это развитая форма лицензирования, при которой одна сторона предоставляет другой стороне возмездное право действовать от своего имени, используя товарные знаки и/или бренды франчайзера.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРЕМЕНТОВ

1 этап: Разработка бизнес – идеи.

Наша бизнес идея: 1С франчайзи - фирма, которая входит в сеть «1С:Франчайзинг»: оказание комплексных услуг по автоматизации бухгалтерского учета: помощь в выборе программного обеспечения, продажа программ 1С, установка, обновление, настройка, внедрение, консультации.

Оказывать услуги планируем через удаленное подключение к клиенту.

Форма е-бизнеса:

бизнес-бизнес (B2B);

бизнес-потребитель (B2C).

Отличительные особенности: индивидуальный подход к каждому клиенту.

2 этап: Анализ внешней среды организации.

Когда речь идет о существенных инвестиционных вложениях или принятии решений о стратегии дальнейшего компании, безусловно, необходимо понимать, что в случае неблагоприятного развития ситуации потери могут быть огромными, вплоть до полного прекращения деятельности. Поэтому в обязательном порядке проводится анализ изменений, которые происходят в макросреде: PEST-анализ.

Проведем данный анализ для предложенного нами бизнеса (табл. 1).

Таблица 1

Матрица PEST-анализа е-бизнеса

|  |  |
| --- | --- |
| № п/п | Значимые факторы внешней среды, которые могут оказать влияние на деятельность предприятия |
|  | 1. Политические факторы |
| 1 | Налоговая политика (тарифы и льготы) |
| 2 | Нет определенной государственной политики для наших услуг. Отсутствие поддержки со стороны государства |
| 3 | Подверженность решений руководителей предприятия мнению более высокого руководства |
| 4 | Вероятность участия страны в военных действиях |
|  | 2. Экономические факторы |
| 1 | Высокая суммарная налоговая нагрузка на предприятие и возможность ее усиления |
| 2 | Отсутствие ясных перспектив в развитии экономики России. Опасность экономической нестабильности |
| 3 | Рост стоимости потребительской корзины, требующий адекватного роста заработной платы |
| 4 | Уровень инфляции и процентные ставки |
| 5 | Уровень безработицы, размер и условия оплаты труда |
| 6 | Уровень располагаемых доходов населения |
| 7 | Степень глобализации и открытости экономики |
|  | 3. Социальные факторы |
| 1 | Степень образованности населения – чем выше уровень образования, тем более востребованы становятся предлагаемые нами услуги, так как занимаются бизнесом, в основном, высокообразованное население |
| 2 | Отношение к импортным товарам и услугам – программа 1С является российской разработкой. В связи с последними событиями, происходящими в стране и в мире, наблюдается увеличение спроса на отечественные товары и услуги |
| 3 | Культура формирования накоплений и кредитования населения – так как основное население России имеет небольшие накопления, кредитование поможет населению купить наши услуги |
| 4 | Образ жизни и привычки потребления – Интернет получает все большее распространение, с помощью программы 1С можно управлять бизнесом на расстоянии, где бы не находился бизнесмен |
| 5 | Темпы роста населения – увеличение численности населения приведет к росту наших доходов, так как способных к созданию бизнеса людей станет еще больше, и наоборот |
| 6 | Поло-возрастная структура населения – по статистике, предлагаемыми нами услугами в большей степени пользуются мужчины |
|  | 4. Технологические факторы |
| 1 | Быстрое «старение» оборудования и короткий срок его эксплуатации |
| 2 | Возможность появления новых технологий (нанотехнологий), способных коренным образом перевернуть производство |
| 3 | Замещающие технологии/решения |
| 4 | Проблемы интеллектуальной собственности |
| 5 | Уровень инноваций и технологического развития отрасли |
| 6 | Расходы на исследования и разработки |

Для определения оценки сильных и слабых сторон предприятия, его возможностей и потенциальных угроз, а так же возможностей и угроз внешней среды, установление связей между ними и использование их для формирования стратегий фирмы, применяется SWOT-анализ.

Проведем такой анализ для нашей бизнес – идеи (табл. 2).

Таблица 2

Матрица SWOT- анализа

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Внутренняя среда | Сильные стороны | Слабые стороны |
| Известная торговая марка  Работа из любой точки страны с помощью удаленного подключения  Программа очень гибкая и позволяет подстраиваться к постоянно изменяющимся требованиям законодательства и самого заказчика  Стоимость услуг по внедрению и обслуживанию 1С:Предприятия низкая по сравнению с зарубежными программами)  Послепродажное обслуживание (поддержка программы)  Квалифицированный персонал | Нехватка средств для развития дела самом начальном этапе может быть серьезной проблемой для воплощения бизнес-идеи;  При расширении бизнеса и «подгона» программы под бизнес достаточно высокая стоимость разработки  Высокая оплата труда ведущих программистов, что ведет к снижению прибыли  Чтобы бизнесмены узнали о существовании нашей компании, необходима реклама, которая достаточно дорого стоит |
| Внешняя среда | Возможности | Угрозы |
| Улучшение сервиса и сокращение времени на обслуживание  Развитие корпоративных клиентов и новых отраслей потребителей  Плотная интеграция с заводами и получение больших скидок  Увеличение рентабельности, контроль над затратами  Реализовывать больший объем услуг  Использование долгосрочных кредитов и займов для расширения бизнеса | Появление на рынке конкурентов  Снижение доходов населения и компании, что приведет к снижению прибыли  Рост расходов в связи с текущими обстоятельствами: инфляция, неоправданное повышение цен и т.д. |

3 этап: Оценка конкурентов.

Конкуренция является существенным фактором рынка, что побуждает ее участников совершенствовать свои возможности и предлагать лучший продукт, а это в свою очередь, способствует прогрессивному развитию экономики страны.

В выбранном нами бизнесе достаточно много конкурентов.

Некоторые из них приведены в табл. 3

Таблица 3

Конкуренты бизнеса

|  |  |
| --- | --- |
| Название компании | Страна базирования |
| [1С-РАРУС](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=2727) | Россия, г. Москва |
| 1С:Первый БИТ (1С:Бухучет и Торговля) | Россия, г. Москва |
| [1С-Архитектор бизнеса](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=6953) | Россия, г. Москва |
| [1C:Апрель Софт](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=3231) | Россия, г. [Нижний Новгород](http://akachur.tmweb.ru/rating.php?s=2) |
| [ГЭНДАЛЬФ](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=644) | Россия, г. [Ростов-на-Дону](http://akachur.tmweb.ru/rating.php?s=4) |
| [1С-РАРУС НН](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=5917) | Россия, г. [Нижний Новгород](http://akachur.tmweb.ru/rating.php?s=2) |
| [Лад](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=29166) | Россия, г. [Нижний Новгород](http://akachur.tmweb.ru/rating.php?s=2) |
| [1С:Автоматизация](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=3018) | Россия, г. Москва |
| [1С:ФРАНЧАЙЗИНГ Софт-Маркет](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=5484) | Россия, г.  [Санкт-Петербург](http://akachur.tmweb.ru/rating.php?s=3) |
| [Внедренческий Центр «ИнфоСофт»](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=6821) | Россия, г. [Новосибирск](http://akachur.tmweb.ru/rating.php?s=5) |
| [1С-ТЕЛЛУР](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=3016) | Россия, г. [Харьков](http://akachur.tmweb.ru/rating.php?s=8) |
| [Интерсофт](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=580) город [Краснодар](http://akachur.tmweb.ru/rating.php?s=9) | Россия, г. [Краснодар](http://akachur.tmweb.ru/rating.php?s=9) |
| [Компания «Искра-Про»](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=409) | Россия, г. [Уфа](http://akachur.tmweb.ru/rating.php?s=9) |
| ГК «Элит-профит» | Россия, г. Москва |
| [ЭКСПЕРТ](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=9422) | Россия, г. Рязань |
| [1С:Франчайзи А-Софт](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=9058) | Россия, г. Липецк |
| [Арида-Софт Астана ТОО](http://www.arida.kz/) | Казахстан, г. Астана |
| [КАС Консалтинг софт ТОО](http://www.kac.kz/) | Казахстан, г. [Костанай](https://1c-rating.kz/sol/partners/?city=81229) |
| Мегабит ИП | Казахстан , г. [Усть-Каменогорск](https://1c-rating.kz/sol/partners/?city=81213) |

Сфера деятельности указанных конкурентов: франчайзи, внедряющие отраслевые решения фирмы 1с.

Объем товарооборота определить не удалось.

Ассортимент услуг у фирм-конкурентов: полное сопровождение 1С:Предприятие, т.е. внедрение и поддержка программы.

Ценовой интервал: зависит от масштабов деятельности. Внедрить 1С:Предприятие по заказу покупателя (средняя фирма) не менее 1 000 000 руб. Поддержка – не менее 100 000 руб. / мес.

Практически у каждого бизнеса есть свой сайт. Мы оценили частоту посещения сайтов некоторых конкурентов (оценка производилась с сайтов: <http://pr-cy.ru/site-statistics/> и <http://4web.su/s_traffic/>) (табл. 4).

Таблица 4

Частота посещения сайтов конкурентов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Компания | Сайт | Примерные данные за день:  посетителей  просмотров | Примерные данные за месяц:  посетителей  просмотров |
| [1С-РАРУС](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=2727) | rarus.ru | 1 049  4 196 | 31 470  125 880 |
| [1С-Архитектор бизнеса](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=6953) | http://www.1ab.ru/ | 1  2 | 25  87 |
| [1C:Апрель Софт](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=3231) | http://www.aprsoft.ru/ | 9  95 | 0  0 |
| [ГЭНДАЛЬФ](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=644) | gendalf.ru | 204  816 | 6 118  24 480 |
| [1С:Автоматизация](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=3018) | http://www.avtomatizator.ru/ | 56  156 | 6787  14 273 |
| [Компания «Искра-Про»](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=409) | http://www.iskrapro.ru/ | 1  4 | 13  68 |
| ГК «Элит-профит» | www.eprof.ru | 115  460 | 3 447  13 880 |
| [1С:Франчайзи А-Софт](http://www.1c.ru/rus/partners/franch.jsp?id=9058) | www.1c-usoft.ru | |  | | --- | |  |   294  1 174 | |  | | --- | |  |   8 807  35 220 |

Конкурентов в данном виде бизнеса достаточно много. Для привлечения клиентов, необходимо внедрять новые «фишки», которых нет у конкурентов.

4 этап: Анализ основных групп потребителей.

Портрет потребителей е-продукции (услуг):

1. Возраст 26-50 лет. Самые типичные заказчики. Несомненно, есть и более молодые, и более зрелые клиенты, однако их число значительно ниже.

18-25

26-50

Более 50 лет

2. Пол. Мужчины – 60%, женщины – 40%.

3. Социальное положение. Средний класс и выше, поскольку в услугах подобного рода заинтересованы, в первую очередь, бизнесмены.

4. Материальное положение – выше среднего.

5. Семейное положение. 70% семейных пар, 30% - холостяки, либо незамужние, одинокие женщины.

6. Образование. Высшее - 90%.

7. География проживания. Город – 95%.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

На развитие услуг франчайзинга влияют большое количество факторов.

Основные отрицательные факторы:

* большая налоговая нагрузка;
* низкий уровень доходов населения;
* экономическая нестабильность, которая приводит к неоправданному повышению цен;
* появление новых технологий, из-за чего необходимо тратить большие средства на их покупку.

Основные положительные моменты:

* повышение уровня безработицы, с одной стороны, приводят к снижению доходности населения, с другой – повышение конкуренции на рынке труда, что может привести к снижению заработной платы, т.е. произойдет снижение затрат организации;
* все большее количество людей получает высшее образование, что приводит к повышению качества проделанной ими работы;
* огромный плюс – повышение спроса на отечественную продукцию.

Исследуемой компании следует применить стратегию SО – использование сильных сторон для увеличения возможностей компании, например, если нанять более квалифицированный персонал, услуги станут более качественными и быстрыми, мы зарекомендуем себя на рынке, тем самым привлечем новых клиентов. Эти меры помогут принести большую прибыль компании.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

E-бизнес имеет свой набор плюсов и минусов.  Собираясь заняться электронной коммерцией, необходимо тщательно проанализировать исследуемую нишу бизнеса.

Список литературы

1. Епифанов Е. С, Атаров Н. З. Основные этапы развития электронного бизнеса// Вопросы региональной экономики. – 2016. – № 3. – С.106-111. –   
URL https://elibrary.ru/item.asp?id=27315660 (дата обращения: 01.12.2017).

2. Сорокина А. И. Обзор литературы по теме «Электронная коммерция»: определение понятия, проблемы и перспективы развития // Молодой ученый. – 2016. – №11. – С. 1013-1015. – URL https://moluch.ru/archive/115/30832/ (дата обращения: 01.12.2017).