

УДК 004.05; 339.137.22

## АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ВЫХОДА НА РЫНОК МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ ПО ПОИСКУ ПАРТНЁРОВ ДЛЯ ЗАНЯТИЯ СПОРТОМ

А.Ю. ГЕРЕЦ

(Представлено: канд. техн. наук, доц. И.Б. БУРАЧЁНОК)

*Рассмотрен экономический аспект целесообразности вывода спортивного приложения на рынок, обоснование стратегии, а также важность занятия спортом молодёжью. Разрабатываемое приложение позволит в удобном для молодёжи формате осуществлять поиск напарников для занятия спортом, организовывать встречи, участвовать в различных спортивных мероприятиях.*

Сегодня по всему миру активно продвигается идея здорового образа жизни. Однако в молодёжной среде спорт далеко не в приоритете, наоборот, современные молодые люди всячески пытаются увильнуть от различных физических нагрузок, что приводит к сколиозу, ожирению и иным проблемам со здоровьем. При помощи разработанного спортивного приложения молодые люди получают дополнительную возможность заниматься спортом в группе по интересующему виду спорта, причём, полностью отпадёт необходимость самостоятельно часами искать единомышленников в социальных сетях или среди знакомых для создания группы, а также откроется возможность совместного приобретения абонемента на какое-то мероприятие либо спортивный зал.

Используя предоставленные возможности разработанного приложения, каждый желающий сможет и сам стать организатором какого-либо мероприятия, что позволит мотивировать молодых людей повысить свою активность и в некой степени чувствовать себя лидерами. В виду того, что молодые люди много времени проводят on-line в гаджетах, то им теперь, посредством предлагаемого приложения, достаточно просто будет найти компанию для занятий спортом, велопрогулки, занятий на скейтборде, встрече на природе для занятий йогой и пр.

Для обоснования рыночной целесообразности разработки мобильного приложения в формате интернет-анкетирования проведены «полевые» маркетинговые исследования, результаты которых представлены ниже. Они подтверждают целесообразность реализации проекта с позиций потенциальных потребителей.

В таблице 1 представлены мотивы занятия физической культурой у мужчин и женщин.

Таблица 1 – Мотивы занятия физической культурой

Пол	Укрепление здоровья и физическое совершенствование	Культурно-развлекательный мотив	Мотив спортивного совершенства
Мужчины	60,8	24,3	14,9
Женщины	72,8	21,9	5,3

Для выработки обоснованной маркетинговой стратегии, включая ее рекламную составляющую, в рамках рассматриваемых проблем продвижения продукта была исследована физиологическая составляющая как основа качественной разработки архитектуры мобильного приложения. В современном мире одной из ведущих сторон здорового образа жизни является стремление человека к физическому совершенствованию. Физическое совершенствование органически взаимосвязано с удовлетворением биологических и социальных потребностей личности. Систематическое применение средств физической культуры расширяет возможности организма. Тренированный организм более устойчив к гипоксии, гипокинезии, к резко меняющимся погодным условиям, к действию стрессовых факторов, к вибрации, укачиванию и других.

Далее составим таблицу 2, где отобразим разницу артериального давления у тренированных и нет людей.

Таблица 2 – Влияние физической нагрузки на артериальное давление

Состояние	Тренированные люди	Не тренированные люди
Интенсивная физическая нагрузка	максимальное артериальное давление повышается до 200 мл. рт. ст. и более, может долго держаться	максимальное артериальное давление сначала повышается до 200 мл. рт. ст., а после снижается в результате утомления сердечной мышцы. Может наступить обморок
После работы	максимальное и минимальное артериальное давление быстро приходит в норму	максимальное и минимальное артериальное давление долго остаётся повышенным

Физическая работа способствует общему расширению кровеносных сосудов, нормализации тонуса их мышечных сокращений.

Как отмечалось ранее, чем популярнее будет приложение, тем больше спортивной целевой аудитории будет в ней собираться. Для рекламодателей это выгодно, так как позволит продавать свою продукцию

с наименьшей стоимостью, всего лишь организовав тематическое спортивное мероприятия. На проводимых мероприятиях имеется возможность раздачи промо-кода, а сами мероприятия сделать более масштабными и зрелищными. Целевая аудитория приложения, как правило, платежеспособная в рамках прогнозируемой цены на продукт и находится в большинстве своём и в возрастной категории 18-35 лет.

Обоснование актуальности проекта. В таблице 3 отобразим ёмкость и долю рынка [2].

Таблица 3 – Анализ рынка схожих мобильных приложений

Год	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Одно скачивание платной версии								
Ёмкость рынка, тыс. руб.	3553,5	3600,1	3788,2	3939,7	4117,0	4322,9	4539,0	4811,4
Доля рынка, %	3	4	4	4	4	4	4	3
Темп роста рынка, %	3	3	3,5	4	4,5	5	5	6
Объём продаж (нат. ед. / ден. ед.)	47 340	66 717	70 424	70 424	70 424	70 424	70 424	70 424
Количество конкурентов	4	4	5	6	6	6	7	7
Количество покупателей, тыс. чел.	1870,3	1926,4	1993,8	2073,5	2166,9	2275,2	2389,0	2532,3
Коллаборация								
Ёмкость рынка, руб.	314421	323854	335189	348596	364283	382497	401622	425719
Доля рынка, %	18	20	23	25	28	30	33	37
Темп роста рынка, %	3,5	4	5	5	6	6	7	7
Объём продаж (нат. ед. / ден. ед.)	254160	285930	301815	301815	301815	301815	301815	301815
Количество конкурентов	2	2	2	3	3	3	3	4
Количество основных покупателей	4 005	4 126	4 270	4 441	4 641	4 873	5 116	5 423

Согласно прогнозу, ёмкость рынка мобильных приложений к 2022г. составит 3,6 млн. руб., а к 2029г. уже 4,8 млн. руб. Для Республике Беларусь рынок мобильных приложений пока ещё новый, молодой и с низкой конкуренцией. К этому стоит добавить более дешёвое производство продукта, чем в ближнем зарубежье. У мобильного приложения имеется три пути монетизации – установка PRO-версии, коллаборации, продажа рекламы внутри приложения. Рост рынка по PRO-версии составит порядка 3-4% в год, а темп рост рынка колеблется в пределах 3-6% в год. Конкурентов в сфере спорта планируется 4-7 шт. и с каждым годом их число будет возрастать, а, соответственно, рынок будет насыщаться [2].

По направлению коллаборация ёмкость рынка составляет 314,4-425,7 тыс. руб. В виду того, что коллаборация на отечественном рынке в мобильном сегменте не высока, то станет возможным занять долю рынка 18% в 2027г. и 37% в 2029г. Число возможных партнёров колеблется 4,0 – 5,4 тыс. шт. (физические (блоггеры, ИП) и юридические лица).

Принятию решения о реализации инвестиционного проекта предшествовала тщательная оценка условий его реализации, отражённая на рисунке 1.

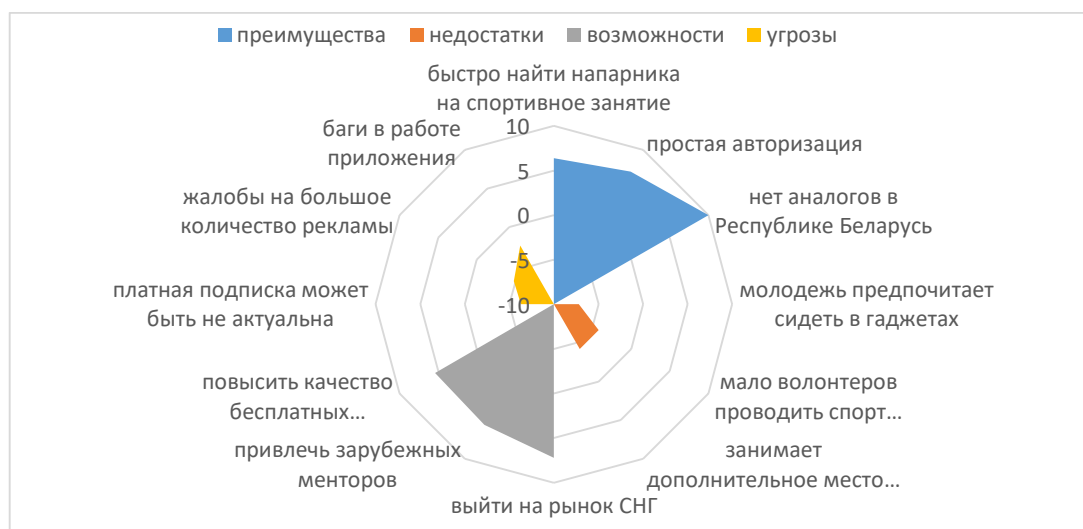


Рисунок 1. – Экспертная оценка преимуществ и недостатков проекта

В связи с отсутствием конкурентов и каких-либо аналогов предлагаемого приложения на отечественном рынке, доступностью и простотой организации процесса, преимущественные позиции получили высокую оценку относительно других факторов, влияющих на реализацию проекта, и, таким образом, послужили ключевым аргументом в принятии решения о старте разработки проекта.

На рисунке 2 представим динамику объёма продаж в натуральном выражении по трём рынкам (отечественный, ближнее и дальнее зарубежье).

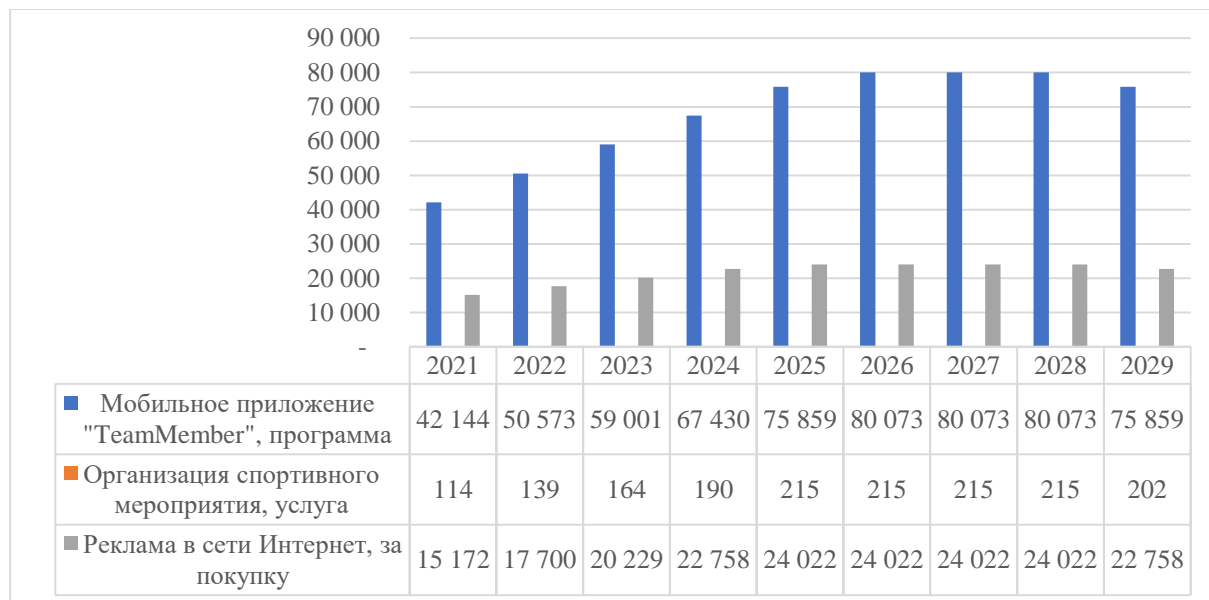


Рисунок 2. – Объем продаж, шт.

Согласно данным, представленным на рисунке 2, в 2021г. планируется организация 114 спонсорских мероприятий, а в 2029г. уже 202 мероприятия. Количество скачиваний возрастёт с 42144 раз. в 2021 г до 75859 раз в 2029г. Реклама в мобильном приложении в 2021г. планируется к размещению 15172 раз, а в 2029г. уже 22758 раз. Рост числа показанной рекламы будет обусловлен двумя факторами: ростом числа пользователей и количеством размещаемой рекламы в приложении.

На рисунке 3 представлена диаграмма Ганта по данным таблицы 3.1. Начало реализации проекта запланировано на 19 мая 2020г., а завершение проекта на 19 декабря 2020г. На рисунке 3.14 представлена диаграмма Ганта.

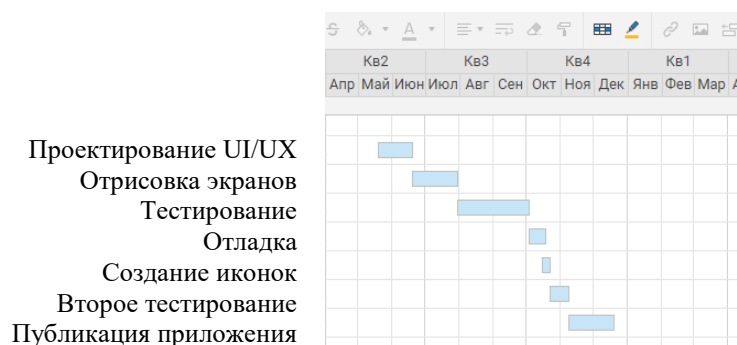


Рисунок 3. – Диаграмма Ганта по разработке мобильного приложения

Самые длительные работы запланированы на май-октябрь, то есть непосредственно на создание приложения: отрисовку экранов, создание дизайна будущего приложения, разработку кликбейковой иконки, отладки приложения. Запуск проекта в рекламу уже не такой длительные и больше зависит от креативности smm-менеджеров и выделенного бюджета на продвижение.

Начиная с первого календарного года деятельности (2021 год), планируется прибыльная работа по всем годам в прогнозируемом периоде (см. рисунок 4).

В 2021 году общая сумма чистой прибыли составит 55 673 руб., а в период с 2021 по 2029 года чистая прибыль будет увеличиваться и находиться в диапазоне от 855 673 руб. до 557 116 руб. В 2029 г прогнозируется уменьшение прибыли до 528 957 руб., что объясняется предполагаемым снижением объёма скачиваемых приложений, привлечение спонсоров и рекламы на 5% в связи с достижением максимального охвата и насыщением рынка.

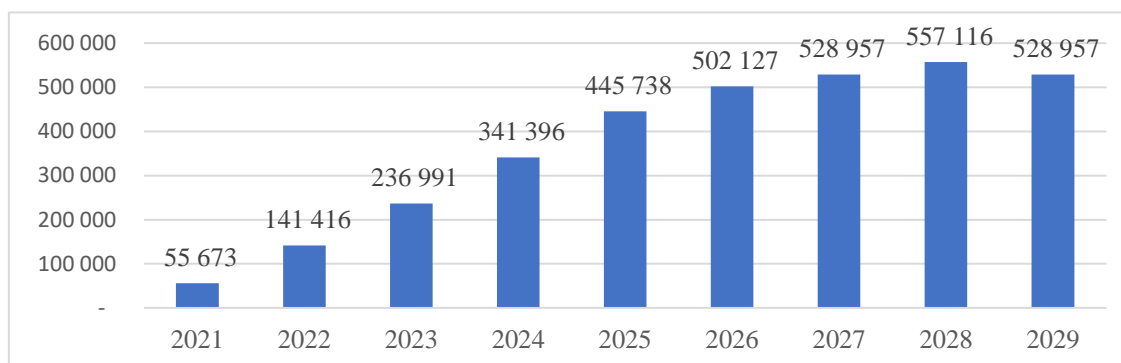


Рисунок 4. – Динамика роста чистой прибыли по годам

Эффективность проекта и его финансовая устойчивость определяются методами сравнения, дисконтирования, имитационного моделирования. Для оценки чувствительности инвестиционного проекта необходимо для начала выделить базовый вариант показателей эффективности, который представлен в таблице 4.

Таблица 4. – Показатели эффективности проекта при базовом варианте его развития

Варианты развития проекта	Значение оцениваемых показателей эффективности
Принятая ставка дисконтирования	3,39
Простой срок окупаемости проекта, лет	3,25
Динамический срок окупаемости проекта, лет	3,33
Физический износ бизнеса, исходя из средневзвешенной нормы амортизации, лет	9,50
Чистый дисконтированный доход на конец горизонта расчёта чистого потока, руб.	2 565 581
Внутренняя норма доходности, %	68,07

Все показатели развития однозначно свидетельствуют об эффективности проекта. Проект следует рекомендовать к внедрению.

Простой срок окупаемости определялся как период по месяцам, в течение которого накопительная разница между разложенными по горизонту расчёта инвестиционными затратами и чистым доходом примет положительное значение. Динамический срок окупаемости определялся аналогично, но для дисконтированных потоков инвестиционных затрат и чистого дохода.

Для расчёта чистого потока наличности путём приведения будущих потоков к начальному периоду времени принималась ставка дисконтирования, равная 3,39% годовых. Ставка дисконтирования в указанном размере принята на основе анализа уровня доходности использования различных финансовых инструментов вложений, процентных ставок представления кредитных ресурсов, существующей на момент расчётов ставки рефинансирования Национального банка Республики Беларусь.

**Заключение.** Таким образом, разрабатываемое приложение позволит формировать целевые группы по интересам, например, йога, фитнес, силовые тренировки и др. Также будет доступна возможность совместной аренды помещения, а этой в свою очередь замотивирует людей заниматься спортом в группах единомышленников и занятия войдут в привычку. За месяц активный пользователь сможет на 30-40% повысить частоту занятий спортом, тем самым улучшая своё здоровье. Уже через полчаса после начала тренировки наш организм начинает активно вырабатывать эндорфины, настроение резко улучшается, а уже через 4 недели регулярных тренировок легче даётся подъем по лестнице и пробежка. Окупаемость проекта 3,25 года, чистый дисконтированный доход – 2,57 млн. руб., внутренняя норма доходности – 68,07. В самом приложении будет возможна монетизация по трём направлениям – продажа платной подписки, организация спортивных мероприятий, реклама релевантных продуктов.

1. Герец, А.Ю. Организационно-экономические условия реализации мобильного приложения по поиску партнёров для занятия спортом / А.Ю. Герец // Труды молодых специалистов Полоцкого государственного университета. – 2019. – № 30 (100): «Промышленность». – С. 102-105.
2. Герец, А.Ю. Оценка рынка мобильного приложения по поиску партнёров для занятия спортом / А.Ю. Герец // Труды молодых специалистов Полоцкого государственного университета. – 2019. – № 30 (100): «Промышленность». – С. 106-110. Nike Training Club App. NTC Premium. Nike.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nike.com/ntc-app>. – Дата доступа: 03.09.2020.
3. Geo-location APIs | Google Maps Platform | Google Cloud [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cloud.google.com/maps-platform>. – Дата доступа: 05.09.2020.
4. Yandex.Maps API – Yandex Technologies [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tech.yandex.com/maps>. – Дата доступа: 05.09.2020.
5. Система дистанционного бизнес-образования – Инновационный проект: понятия, основные этапы создания и реализации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tehnpark.bybusiness/207.html>. – Дата доступа: 02.09.2020.