

УДК 338.45.01

## ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ ПО ПОИСКУ ПАРТНЁРОВ ДЛЯ ЗАНЯТИЯ СПОРТОМ

А.Ю. ГЕРЕЦ

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

*В данной статье исследована перспективность разработки и использования мобильного приложения по поиску партнёров для занятия спортом. Проект имеет высокую социальную направленность.*

У инновационных продуктов достаточно короткий жизненный цикл, так как быстро появляются аналоги со сложим либо улучшенным функционалом. В отличие от российского рынка, на отечественном пока еще нет высокой конкуренции и, в общем, мало кому интересно развивать социальные проекты. Подобные приложения широко распространены за рубежом. В Российской Федерации преимущественно в виде социальных сетей и приложений брендов, например, Nike.

Использование разработанного приложения позволит повысить осознанность занятий спортом, приобщив молодежь (большинство молодых людей сидят в гаджетах и являются активными пользователями интернета), а также откроет возможность пользователям недорого арендовать спортивные площадки.

Логико-структурный подход (ЛСП) на сегодняшний день эффективен на всех фазах жизненного цикла (внедрение на рынок, рост, зрелость и спад) проекта, особенно при его идентификации, разработке и мониторинге. Данный подход широко используется в разнообразных проектах (вывод на рынок новой продукции, проведение модернизации продуктов), осуществляемых многими международными, правительственными, коммерческими организациями.

Далее в таблице 1 представим логико-структурную матрицу по созданию приложения по поиску партнеров для занятия спортом в Республике Беларусь.

Таблица 1. – Логико-структурная матрица приложения

Логика участия	Объективно проверяемые индикаторы достижения	Источники и средства верификации	Допущения
Общие цели	Улучшить здоровье молодого поколения	Популяризация приложения в школах и университетах, тематических группах, таргетинг	Замкнутость людей, предпочитают зависать в гаджетах
Цель проекта	Вовлечение молодых людей в спорт, увеличение уровня их коммуникации в офф-лайн	приложения быстро меняются, нужна оперативная техподдержка, авторизация возможна через соцсеть или мессенджеры	мало желающих заниматься спортом, отсутствие интерактивных спорт-мероприятий
Ожидаемые результаты	Заработок на подписке за пользование всем функционалом приложения	Люди будут покупать подписку Увеличиться посещаемость спортивных мероприятий У организаторов спорт-мероприятий снизятся издержки на продвижение	Малые продажи «подписки», сложности с поиском площадок для бесплатного спортивного времяпрепровождения, мало организаторов бесплатных спорт-мероприятий
Мероприятия	Поиск спонсоров на спортивных мероприятия, своевременное уведомление пользователей о бесплатных спортивных мероприятиях	Налаживание связей с крупными брендами, образовательными госучреждениями, магазинами спортивного инвентаря	Много отказов от участия для стартапа приложения. Не возможность сразу организовать увлекательное мероприятие. Анонс мероприятий может приходиться запоздало

На рисунке 1 представим дерево проблем для реализации проекта по выведению на рынок приложения.

Основными проблемами в сложившейся ситуации является неизвестность разработчиков, а, соответственно, крупные бренды будут не готовы к сотрудничеству. Сразу не получится динамично анонсировать мероприятия, так как их мало проводится в городах. Если приглашать на «пригородные» мероприятия необходимо будет продумывать доставку либо предлагать экономный вариант добраться до места назначения.

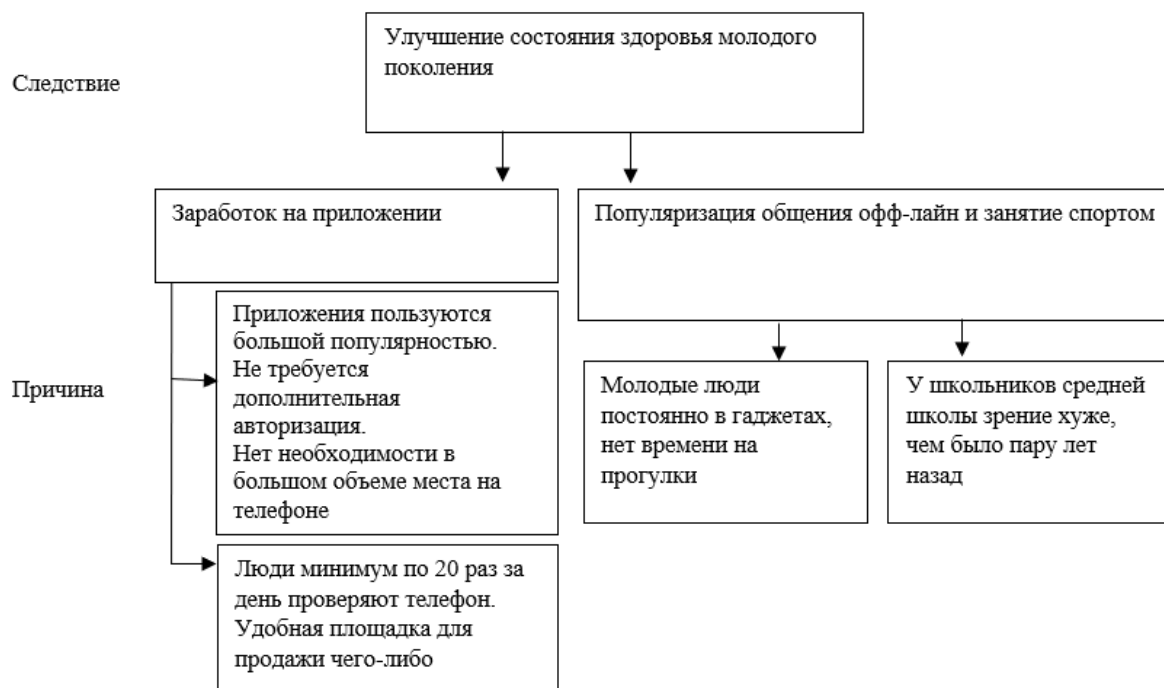


Рисунок 1. – Дерево проблем реализации проекта

Для решения поставленных проблем составим наглядное дерево целей.

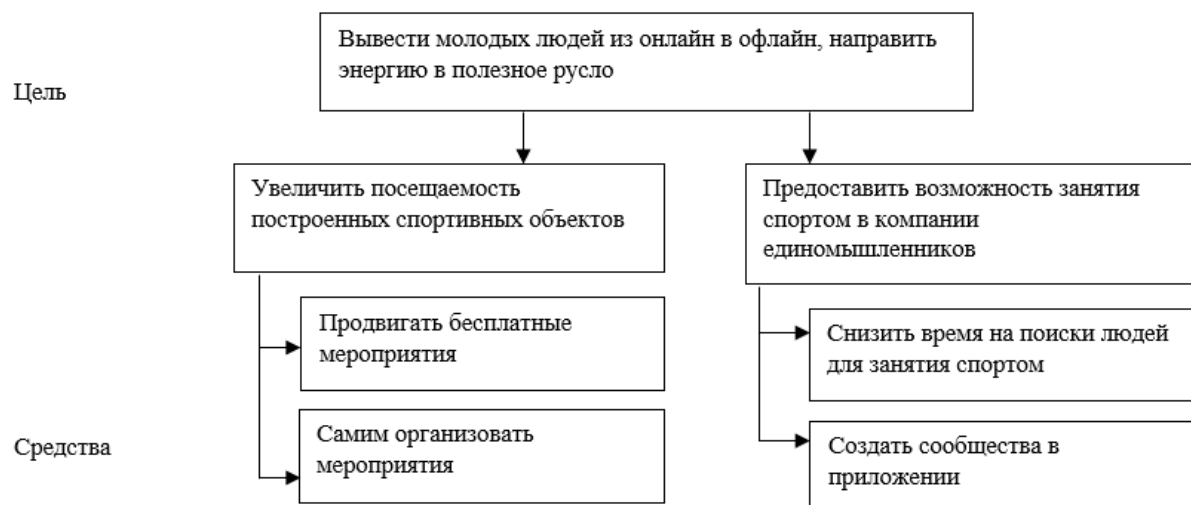


Рисунок 2. – Дерево целей

Ключевая цель снизить время на поиски единомышленников для занятия спортом. Привлекать молодых людей к активной жизни и минимизировать их нахождение в онлайн.

В настоящее время молодежь привыкла проводить время в социальных сетях и интернет пространстве, а также ходить по клубам, барам и другим заведениям тем самым ухудшая свое здоровье. Также в Республике Беларусь наблюдается недостаточное количество мест для занятия спортом, что отражается слабой активности населения. Низкая платежеспособность граждан отражается и на неактивном использовании существующих площадок.

Структура разбиения работ позволяет участникам проекта и всем заинтересованным лицам достичь ясного представления о конечной цели проекта. Как правило, структура разбиения (декомпозиции) работ представляет собой иерархическую структуру последовательной декомпозиции проекта на под-проекты, пакеты работ различного уровня, пакеты детальных работ.

Таблица 2 – Структура работ по созданию спортивного приложения

Логика вмешательства	Объективно проверяемые индикаторы	Источники проверки	Допущения
Общая цель	Повысить уровень здоровья молодежи 14-30 лет	Количество участников на спортивных мероприятиях	Не выполнение запланированных показателей, срывы проведения спортивных мероприятий, слабые на интерактив мероприятия. Спортивные встречи могут проходить на «разбитых» площадках
Цель проекта	Количество пользователей, скачиваний, количество людей, оформивших ежемесячную подписку	Сервисы статистики. Средства, зачисленные на платформу	Слабое продвижение, непонятный интерфейс
Результаты	Ежемесячный доход в 30,0 тыс. руб. Количество организованных мероприятий, количество посетивших пользователей мероприятий	в приложении будет выдаваться «промокод», который нужно будет называть на мероприятии.	Низкая активность рекламодателей. Низкий уровень интерактивности в приложении. Нежелание организовывать мероприятия на безвозмездной основе.
Действия	Запуск рекламы, можно внедрить реферальную систему (за 3 приглашенных друга месячная подписка в подарок или комплекс упражнений)	Конверсия в скаченное приложение слабый рост пользователей	Плохо настроенный таргет-рекламы (будет дана не в том месте где находится целевая аудитория). Не работает рефсистема

По данным таблицы 2 следует, что главной целью на уровне миссии является улучшение состояния здоровья молодежи. Непосредственно для приложения объективным показателем успешности проекта станет рост числа скачиваний и количество людей, которые оформят платную подписку на приложение. Как результат мобильное приложение позволит ежемесячно получать выручку в размере 30 тыс. руб. Однако на первоначальном этапе обязательно потребуется настроить таргетинговую рекламу, а в последующем непосредственно по спортивным мероприятиям будет рекламироваться приложение, а также заработает «сарафанное радио» и в тематических разделах Google Play и App Store приложение будет выдаваться по поиску в первой десятке.

На рисунке 3 представим функционально-ориентированную систему разбиения работ (ССР) по созданию спортивного приложения как инновационного продукта в Республике Беларусь.



Рисунок 3 – Функционально-ориентированная ССР спортивного приложения

Создание и запуск спортивного приложения состоит из четырех блоков работ: разработка бизнес-идеи и изыскание финансирования, программирование, разработка дизайна приложения, анонсирование приложения. Для проекта привлечен беспроцентный заем. Основными пользователями разрабатываемого приложения будут учащиеся и студенты, основная рекламная площадка придется на государственные и частные учебные заведения. Параллельно с этим будет идти реклама по социальным сетям, где находится целевая аудитория (молодежь). Данный проект весьма актуален для государства, так как спортом занимается незначительное число современной молодежи, спортивные площадки пустуют в виду отсутствия желающих и высокой стоимости их аренды для обычных студентов и учащихся. Приложение позволит собирать людей по спортивным интересам и совместно арендовать помещение, а также проводить бесплатные мероприятия по вовлечению молодежи в спорт.

**Заключение.** Таким образом, в данной статье представлены основные принципы вывода на рынок мобильного приложения, обоснованы ресурсы для его реализации, рассмотрены возможные последствия использования молодежью. Детальное изучение представленных в данной статье вопросов позволило исключить ошибки при разработке собственного проекта.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Система дистанционного бизнес-образования – Инновационный проект: понятия, основные этапы создания и реализации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tehnpark.bybusiness/207.html>. – Дата доступа: 02.09.2019.