

УДК 338.45.01;004.05

ВЫВОД НА РЫНОК МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ

*А.Ю. ГЕРЕЦ, канд. техн. наук И.Б. БУРАЧЁНОК
(Полоцкий государственный университет)*

Рассмотрен механизм вывода на рынок мобильного приложения по поиску партнёров для занятия спортом и обосновано распределение основных ресурсов для его реализации. Показаны особенности создания и запуска мобильного приложения: демографическая аудитория и основной функционал приложения. На основании SWOT-анализа и тенденций рынка составлен план-прогноз по выводу и продвижению приложения на рынке. Рассчитаны эффективность и финансовая устойчивость проекта. Внутренняя норма доходности проекта составляет 68,07%, срок его окупаемости – около 3,5 лет.

Ключевые слова: инновационный проект, мобильное приложение, спорт, здоровый образ жизни, прогнозирование, бизнес-модель.

Введение. Современная молодежь – это поколение iGen, то есть поколение айфонов/айпадов. Молодые люди, будучи активными пользователями сети Интернет, и свои гаджеты используют прежде всего ради социальных сетей, проводя в он-лайне все больше времени, тем самым забывая о необходимости физических нагрузок, что в последствии приводит к серьезным проблемам со здоровьем. Несмотря на то, что во всем мире активно продвигается идея здорового образа жизни, в молодежной среде спорт остается не в приоритете. На наш взгляд, решить проблему способна командная поддержка, поэтому разработка мобильного приложения по поиску партнёров для занятия спортом, посредством которого планируется отображать всю актуальную информацию о проводимых спортивных мероприятиях (например, в рамках города) и обеспечить возможность взаимодействия заинтересованных в спорте людей, является актуальной.

Следует заметить, что у инновационных продуктов достаточно короткий жизненный цикл, так как быстро появляются аналоги со схожим либо улучшенным функционалом. В отличие от российского рынка, отечественный рынок характеризуется невысоким ростом конкуренции в сфере развития социальных проектов. Подобные приложения широко распространены за рубежом, в том числе и в Российской Федерации преимущественно в виде социальных сетей и приложений брендов, например, Nike [1]. Успешность реализации проекта обуславливается методами реализации и условиями конкурентной среды, поэтому возникает необходимость в исследовании перспективности разработки и дальнейшего использования мобильного приложения по поиску партнёров для занятия спортом в Республике Беларусь.

Целью исследований является изучение основных принципов вывода на рынок мобильного приложения для повышения физической активности молодежи, а также обоснование основных ресурсов для его реализации.

Представленный проект имеет высокую социальную направленность, так как соответствует приоритетным направлениям Программы деятельности Правительства Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы (Постановление Совета Министров Республики Беларусь 05.04.2016 № 274) по вопросам социально-экономического развития страны и ориентирован на повышение уровня и качества жизни населения Республики Беларусь. Он ставит своими задачами повышение уровня вовлеченности молодежи в спортивную жизнь, а также повышение заполняемости спортивных центров и комплексов за счет возможности кооперации потенциальных пользователей. В перспективном плане создание и вывод на рынок мобильного приложения по повышению физической активности молодежи позволит повысить уровень и качество жизни населения Республики Беларусь за счет улучшения состояния его здоровья.

Особенности создания и запуска мобильного приложения. Создание и запуск мобильного приложения по поиску партнёров для занятия спортом в Республике Беларусь состоит из четырех этапов работ:

- разработка бизнес-идеи и поиск финансирования;
- программирование;
- разработка дизайна приложения;
- анонсирование приложения.

Для реализации проекта планируется привлечение беспроцентного займа. Основными пользователями разрабатываемого приложения предполагаются учащиеся и студенты, рекламная площадка будет размещена на территории государственных и частных учебных заведений. Планируется проведение рекламы в социальных сетях, наиболее популярных среди целевой аудитории.

На наш взгляд, данный проект актуален прежде всего по причине высокой стоимости аренды спортивных площадок для большинства студентов и учащихся. Создаваемое приложение позволит собирать

группы по интересам и совместно арендовать помещение, а также проводить бесплатные мероприятия по вовлечению молодежи в спорт.

В ходе разработки спортивного приложения принято решение использовать следующие технологии: AWS WebServices, Flutter, Lambda, ElasticBeanstalk, Elastic Search. В приложении предусматривается основной функционал: организация push-уведомлений, gps-навигация, галерея мест сбора людей, функция «список событий», возможность генерации ссылок для приглашения друзей, а также возможность получения бонусов в случае, если по реферальной ссылке кто-либо присоединится к пользователю. Базовый функционал и возможности мобильного приложения отображены на рисунке 1.

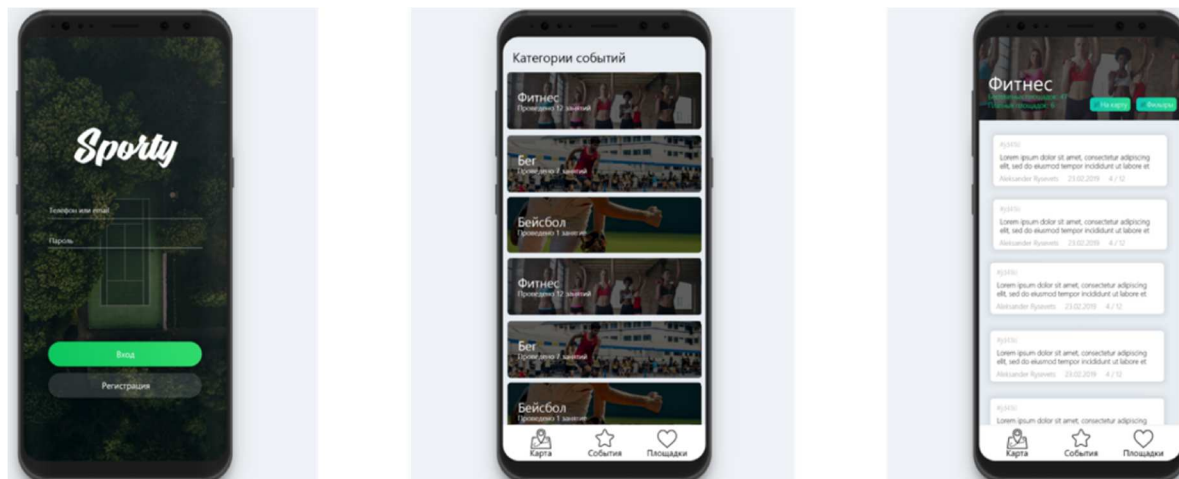


Рисунок 1. – Базовый функционал и возможности мобильного приложения

Осуществим анализ рынка схожих мобильных приложений. В таблице 1 отобразим емкость и долю рынка [2].

Таблица 1. – Анализ рынка схожих мобильных приложений

Год	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Одно скачивание платной версии								
Емкость 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
Объем 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								
Емкость 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
Объем 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

По прогнозу емкость рынка мобильных приложений к 2022 г. составит 3,6 млн руб., а к 2029 году уже 4,8 млн руб. Для Республики Беларусь рынок мобильных приложений характеризует относительная новизна и низкий уровень конкуренции в совокупности с низким уровнем затрат на производство продукта, по сравнению с аналогами ближнего зарубежья. Подробнее рассмотрим вопросы монетизации данного проекта. Монетизация – получение дохода с помощью созданного приложения в интернете [4]. Коэффициент монетизации напрямую зависит от многих факторов: раскрутки приложения, трафика, показателей тематического индекса цитирования, активности аудитории и пр. В общем, приложение должно быть привлекательным для рекламодателей. При создании мобильного приложения по поиску партнёров для занятия спортом предполагается три направления монетизации – установка PRO-версии (в топовой комплектации, обладающей максимально возможным набором функций), коллаборации (сотрудничества), а также продажа рекламы внутри приложения.

Согласно проведенному анализу, рост рынка по PRO-версии составит порядка 3-4% в год, а темп роста рынка мобильных приложений колеблется в пределах 3–6% в год. Наличие конкурентов в сфере

спорта – 4–7 ед.; с каждым годом конкуренция будет возрастать и, соответственно, рынок постепенно насытится [2]. Согласно данным расчета по направлению «коллорабация», емкость рынка составляет 314,4 – 425,7 тыс. руб. Исходя из того, что коллорабация на отечественном рынке в мобильном сегменте невысока, станет возможным занять долю рынка в 18% в 2027 году и 37% – в 2029 году. Число возможных партнеров колеблется в диапазоне 4,0 – 5,4 тыс. ед. К партнерам относятся как физические (блоггеры, индивидуальные предприниматели), так и юридические лица.

Оценка преимуществ и недостатков проекта. Принятию решения о реализации инвестиционного проекта предшествовала тщательная оценка условий его реализации, отраженная на рисунке 2.

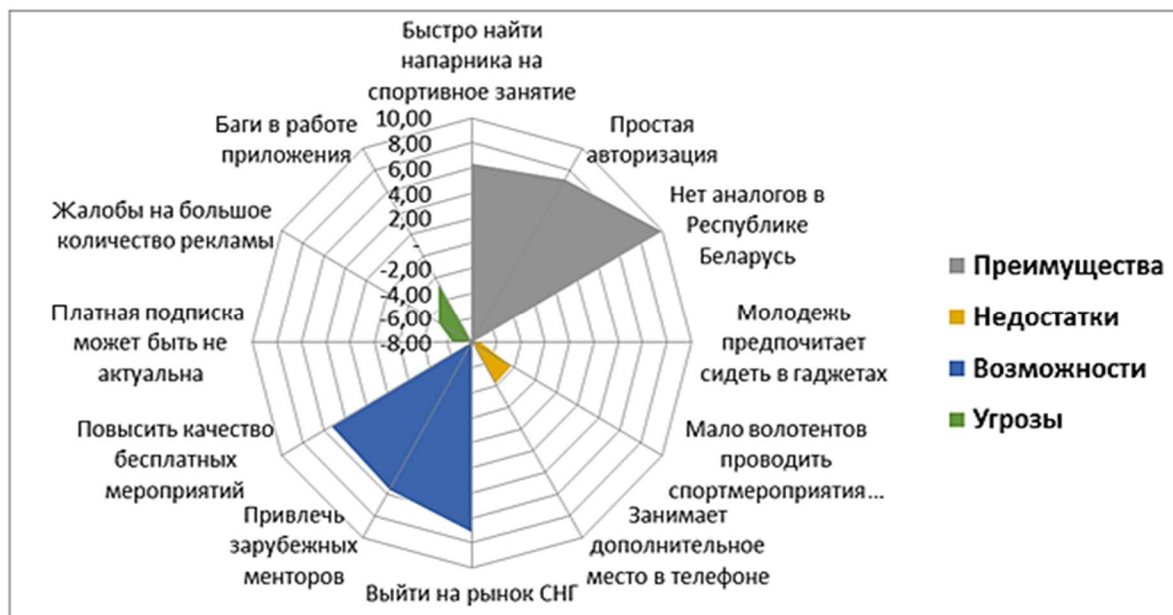


Рисунок 2. – Экспертная оценка преимуществ и недостатков проекта

В связи с отсутствием конкурентов, каких-либо аналогов, предоставляемых приложениями 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 основе составленного SWOT-анализа и тенденций рынка мобильных приложений можно составить план-прогноз по загрузке производственных мощностей в трех направлениях монетизации спортивного приложения (рисунок 3).

По данным диаграммы, представленной на рисунке 3 видно, что загрузка производственных мощностей по прогнозу на 2027–2028 годы составит 50 – 95%. В 2029 году ожидается снижение загрузки, так как начнет работать «эффект масштаба». Объем загрузки производственных мощностей по скачиванию за пять лет вырастет с 50% до 95%. Организация спортивных мероприятий достигнет максимального значения к 2025 году, аналогично в 2025 году прогнозируется и максимально допустимое значение размещения рекламы в мобильном приложении.

Приложение позволит формировать целевые группы по интересам. Например, «йога», «фитнес», «силовые тренировки» и др. Планируется сделать доступной возможность совместной аренды помещения, а это, в свою очередь, повысит мотивацию участников группы к занятию спортом в компании единомышленников. Вероятность увеличения физической активности пользователей составляет 30–40% в течение месяца.

Для обоснования рыночной целесообразности разработки мобильного приложения в формате интернет-анкетирования были проведены «полевые» маркетинговые исследования, результаты которых представлены ниже. Они подтверждают целесообразность реализации проекта с позиций потенциальных потребителей. В таблице 2 представлены мотивы занятия физической культурой мужчин и женщин в процентном выражении.

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, резко меняющимся погодным условиям, действию стрессовых факторов и др. Физиологической основой влияния физической активности на организм человека являются моторно-висцеральные рефлексы (висцеральный от латинского *viscera* внутренний, относящийся к внутренним органам). Возникающие в работающих мышцах нервные импульсы активизируют деятельность органов и функциональных систем. Систематический их поток положительно сказывается на развитии и функциях мозга, состоянии вегетативной нервной системы, совершенствует деятельность кровеносной, дыхательной, пищеварительной и других систем организма. В результате, возрастает (до определенных пределов) способность к выполнению не только физической, но и умственной работы. Причем тренированный организм обладает не только большими резервами, но и более экономно и полно может их использовать.



Рисунок 3. – Загрузка производственных мощностей, %

Таблица 2. – 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

Эффективность и финансовая устойчивость проекта. Эффективность проекта и его финансовая устойчивость определяются методами сравнения, дисконтирования, имитационного моделирования [3]. Для оценки чувствительности инвестиционного проекта необходимо выделить базовый вариант показателей эффективности, который представлен в таблице 3.

Таблица 3. – Показатели эффективности проекта при базовом варианте его развития

Варианты развития проекта	Значение 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 расчета чистого потока (ЧДД), руб.	2 565 581
Внутренняя норма доходности, %	68,07

Можно сделать вывод, что все показатели развития однозначно свидетельствуют об эффективности проекта: внутренняя норма доходности составляет 68,07%, что выше ставки дисконтирования и уровня инфляции. Срок окупаемости составляет около 3,5 лет, что является допустимым значением в IT-сфере (см. Таблица 3). Проект следует рекомендовать к внедрению.

Заключение. По результатам анализа установлено, что рынок мобильных приложений в Республике Беларусь перспективен. Предлагаемый инновационный проект, направленный на глобальную миссию – улучшение состояния здоровья молодежи, имеет низкий уровень конкуренции. Учитывая возрастающий интерес к подобного рода программным продуктам, увеличивающуюся их популярность в молодежной среде, разработка мобильного приложения позволит вовлечь целевую аудиторию в спортивные занятия по интересам, способствуя тем самым популяризации ведения здорового образа жизни.

Детальное изучение представленных в статье вопросов вывода на рынок мобильного приложения для повышения физической активности молодежи позволило исключить ошибки при разработке проекта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Nike Training Club App. NTC Premium. Nike.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nike.com/ntc-app>. – Дата доступа: 03.02.2020.
2. Герец, А.Ю. Оценка рынка мобильного приложения по поиску партнёров для занятия спортом [Электронный ресурс] / А.Ю. Герец // Труды молодых специалистов Полоцкого государственного университета : электрон. сб. ст. – Новополоцк : ПГУ, 2019. – Вып. 30(100): Промышленность. – С. 106–110 (1 CD-RV).
3. Герец, А.Ю. Организационно-экономические условия реализации мобильного приложения по поиску партнёров для занятия спортом [Электронный ресурс] / А.Ю. Герец // Труды молодых специалистов Полоцкого государственного университета : электрон. сб. ст. – Новополоцк : ПГУ, 2019. – Вып. 30(100): Промышленность. – С. 102–105 (1 CD-RV).
4. Что такое монетизация сайта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/support/about/glossary/chto-takoe-monetizatsiya-sayta/> – Дата доступа: 24.02.2020.

Поступила 17.09.2020

MARKETING A MOBILE APPLICATION TO INCREASE THE PHYSICAL ACTIVITY OF YOUNG PEOPLE

A. GERETS, I. BURACHENOK

The mechanism of the market launch of a mobile application to find partners for sports is considered and the distribution of basic resources for its implementation is justified. The features of creating and launching a mobile application are shown: the demographic audience and the basic functionality of the application. Based on SWOT-analysis and market trends, a plan-forecast for the launch and promotion of the application on the market was made. Project efficiency and financial stability are calculated. The internal rate of profit of the project is 68.07% and its payback period is about 3.5 years.

Keywords: *innovative project, mobile application, sports, healthy lifestyle, forecasting, business model.*