

**Республика Казахстан
Старт-ап Предприятие**

**БИЗНЕС-ПЛАН
«Запуск компании по разработке мобильных
приложений»**



**г. Караганда,
2015 год**

Оглавление

1. Резюме проекта	3
2. Краткая характеристика инициатора проекта.....	4
2.1. Юридические аспекты деятельности	4
2.2. Цели и виды деятельности предприятия	4
2.3. Кредитная история предприятия	4
2.4. Концепция и сущность проекта	5
3. Характеристика инвестиционного проекта	5
3.1. Место реализации проекта.....	5
3.2. Цели и существо проекта.	6
3.3. Стоимость реализации проекта.	6
3.4. Сроки и график реализации проекта.	6
3.5. Этапы сдачи проекта и ввода в эксплуатацию	7
4. Маркетинговый раздел.....	7
4.1. Маркетинговый анализ и маркетинговая стратегия.	7
4.1.1. Краткий прогноз и тенденции по текущему экономическому развитию Казахстана.....	7
4.1.2. Информация о развитии г. Астана.....	Ошибка! Закладка не определена.
4.1.3. Информация о состоянии строительной отрасли	7
4.2. Принципы ценообразования.	18
4.3. SWOT - анализ.	18
4.4. Потенциальные клиенты	19
4.5. Конкурентные преимущества продукции	19
4.6. Перспективы развития проекта.....	20
5. Производственный раздел.....	20
5.1. Объем производства продукции	20
5.2. Программа сбыта продукции (по курсу 185,8 тенге/\$).....	20
5.3. Исследование и анализ рынка сырья, материалов и иных факторов производства.....	20
5.4. Потребность проекта в трудовых ресурсах	21
6. Налоговый план.....	22
7. Финансовый раздел.....	22
8. Риски проекта	22

1. Резюме проекта

Цель проекта – изготовление бесплатных мобильных приложений широкого профиля, под которые будут привлекаться различные рекламодатели из различных отраслей. Основными источниками доходов будут являться поступления от размещения рекламы, увеличение сервисов обслуживания.

Задача проекта – продвижение мобильных приложений и исключение изготовления мобильных приложений под частный заказ.

Актуальность услуги высока, современный человек делает все для того чтобы достигнуть максимального комфорта. Сегодня одним из желаний большинства людей является выход в Интернет. Причем они всегда хотят оставаться онлайн. Именно поэтому огромной актуальностью пользуется такая услуга, как разработка мобильных приложений под ios. Все это стало актуальным вместе с появлением мобильного Интернета. Во время поездок всегда есть возможность подключиться к сети с помощью телефона, планшета или другого устройства. Но, сразу же стоит отметить, что без специальных приложений вряд ли бы была достигнута необходимая эффективность. Без них не обойтись и при решении таких задач, как архитектурная 3D визуализация.

Для реализации цели и задачи проекта будут привлечены заемные кредитные средства в сумме 15 000 000 тенге с использованием государственной поддержки программы «Астана-Жастар», стоимость денежных средств по программе составит 7,5% годовых. Кроме того, будут вложены собственные средства в размере 1,5% от суммы займа.

Инвестиционные затраты по проекту включают в себя покупку программного обеспечения, серверов, инвестиции в обучение и тренинги, приглашение иностранных специалистов.

В роли организации-исполнителя проекта выступает старт-ап Предприятие.

Цели и виды деятельности предприятия – изготовление бесплатных настольных, мобильных приложений и продвижение приложений на рынке Казахстана, стран Таможенного союза, привлечение как можно большего количества рекламодателей.

Цена продукции определена на основе расчета, включающего в себя покрытие всех текущих издержек предприятия и процент ожидаемой прибыли.

Таблица 1 – Продажная стоимость

Показатель	1 год	2 год
Размещение рекламы	15 000	20 000

2. Краткая характеристика инициатора проекта

2.1. Юридические аспекты деятельности

В роли организации-исполнителя проекта выступает старт-ап Предприятие.

Таблица 2 - Основные данные по старт-ап Предприятию

Наименование предприятия	Старт-ап
Учредители	
Действующий сайт компании	В разработке
Юридический и фактический адрес:	
Телефон:	
Электронная почта:	
Организационно-правовой статус:	Частная компания
Сфера деятельности	Разработка мобильных приложений
Наименование обслуживающего банка:	

2.2 Цели и виды деятельности предприятия

- Создание мобильных приложений, игр;
- Программирование приложений для компаний (бизнес- бизнес);
- Продвижение приложений на рынке Казахстана. Стран Таможенного Союза.

2.3 Кредитная история предприятия

На момент составления настоящего бизнес-плана старт-ап не имеет кредитной истории.



2.4 Концепция и сущность проекта

Будут разрабатываться **5-15 приложений. Специализация приложений следующих видов** 1) игры (так же будет игра с национальной тематикой), 2) приложения для путешественников, 3) приложения для ЭКСПО-2107, 4) приложения B2B.

Цель проекта – изготовление бесплатных мобильных приложений широкого профиля, под которые будут привлекаться различные рекламодатели из различных отраслей. Основными источниками доходов будут являться поступления от размещения рекламы, увеличение сервисов обслуживания.

Задача проекта – продвижение мобильных приложений и исключение изготовления мобильных приложений под частный заказ. Планируется запустить компанию по разработке мобильных приложений, офис будет находиться в г.Астане, география обслуживания клиенты по РК, стран Таможенного Союза и Единого экономического пространства. Актуальность использования мобильных приложений высока как для бизнеса, так и для простых граждан. 85% жителей РК имеют мобильные гаджеты и многие вопросы просматриваются и решаются через мобильный телефон.

Способы монетизации.

Есть два механизма монетизации, которые мы изначально запланировали:

1. In app purchases - то есть покупки внутри игры, для более быстрого прохождения игры. Средняя стоимость покупки 0.99 центов. Доход соответственно будет зависеть от того сколько человек купит.

2. Генератор реклам на приложение- реклама

Генерирование доходов на всех этапах жизни мобильного приложения (внедрение, рост, пик, спад).

По поводу стадий монетизации (внедрение, пик и т.д). Внедрение занимает около 3мес-1 года, так как надо генерить не только скачивания но и Daily Active Users (DAU). Стадия внедрения - 3-6 месяцев. Пик- 1 год. Фейсбук накапливал аудиторию 2,5 года перед тем как начать делать деньги на рекламе.

Современный человек делает все для того чтобы достигнуть максимального комфорта. Сегодня одним из желаний большинства людей является выход в Интернет. Причем они всегда хотят оставаться онлайн. Именно поэтому огромной актуальностью пользуется такая услуга, как разработка мобильных приложений под ios. Все это стало актуальным вместе с появлением мобильного Интернета. Во время поездок всегда есть возможность подключиться к сети с помощью телефона, планшета или другого устройства. Но, сразу же стоит отметить, что без специальных приложений вряд ли бы была достигнута необходимая эффективность. Без них не обойтись и при решении таких задач, как архитектурная 3D визуализация.

Ввиду высокой актуальности мы приняли решение создать высококонкурентную компанию по разработке мобильных приложений в Астане.

3.Характеристика инвестиционного проекта

3.1. Место реализации проекта.

Республика Казахстан, г.Караганда

3.2. Цели и существо проекта.

Задачи и направления инвестиции

Цель проекта – Получение банковского финансирования АО «Сбербанк России» для запуска компании по разработке мобильных приложений при поддержке государственной программы «Астана-жастар». При помощи этой программы мы планируем удешевить заемные средства в 2 раза.

3.3. Стоимость реализации проекта.

Общая стоимость проекта составит 16 500 000, из них собственные средства 1 500 000 тенге, заемные – 15 000 000 тенге.

3.4. Сроки и график реализации проекта.

Горизонт планирования по настоящему проекту составляет 5 лет (срок банковского кредитования).

3.5 Залоговое обеспечение

Депозит, открытый в АО «Сбербанк России», на требуемую сумму.

3.6 Структура инвестиционных затрат

Таблица 2 - Структура использования заемных средств (тенге)

Направление использования средств	Ед.изм.	Кол-во	Цена	Сумма
Сервера	Шт.	2	1 100 000	2 200 000
Ноутбуки	Шт.	5	120 000	3 000 000
Фонд заработной платы		1	6 000 000	6 000 000
Программное обеспечение	Шт.	14	235 714	3 300 000
Принтер, ксерокс, Скан (в 1 оборудовании)	Шт.	1	170 000	170 000
Создание сайта	Услуга	1	0	0
Антивирусные программы	Шт.	8	16 000	130 000
Прочие расходы		1	200 000	200 000
Итого	-	-	-	15 000 000

Таблица 3 – Бухгалтерский баланс компании на начало периода

Актив	Сумма на начало периода	Пассив	Сумма на начало периода
Долгосрочные активы		Долгосрочные пассивы	
Нематериальные активы	3 430 000	Капитал и резервы	1 500 000
Основные средства	5 370 000	Итого по разделу 1	1 500 000
Итого по разделу 1	8 800 000	Долгосрочные обязательства	15 000 000
		Заемные средства	
		Долгосрочная кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам	
Краткосрочные активы		Итого по разделу 2	15 000 000
Запасы	6 200 000		
Денежные средства и их эквиваленты	1 500 000		
Итого по разделу 2	7 700 000		
АКТИВ	16 500 000	ПАССИВ	16 500 000

3.7 Календарный график реализации проекта

Компания будет запущена в 2015 году.

4. Маркетинговый раздел

4.1. Маркетинговый анализ и маркетинговая стратегия.

Маркетинговый анализ проекта раскрывает состояние отрасли, конкурентной среды, изменение спроса и перспективы реализации продукции.

Согласно прогнозам МВФ, мировой экономический рост составит в 2015 году + 5,5%. Объясняется более высоким уровнем деловой активности в первой половине 2015 года и ее дальнейшим ростом.

Проведение Международной Выставки EXPO-2017 в Астане придаст значительный импульс для экономики страны в части развития туристического кластера.

4.1.1. Краткий прогноз и тенденции по текущему экономическому развитию Казахстана.

4.1.2. Информация о состоянии отрасли мобильных приложений

Республика Казахстан, не часто становится объектом внимания СМИ, в фокусе мировых IT-событий.

Однако последние экономико-политические тенденции вынуждают российских разработчиков (да и не только их), пристальнее смотреть на рынки других стран, в поисках коммерческих перспектив на более устойчивых рынках.

И Казахстан в этом ключе, представляет очень большой интерес, являясь третьим в экс-СССР государством по большинству макроэкономических показателей, уступая только России и Украине, но зато активно развивающемся (а по многим параметрам опережая соседней) и свободном от внешних ограничительных обстоятельств.

Казахстан демонстрирует самый высокий рост ВВП среди стран Таможенного Союза, темпы в 5% в год коррелируют и с высоким ростом инвестиций в основной капитал. В пиковые для цены на нефть годы, рост экономики республики составлял около 10% в год!

По объему ВВП страна занимает 46 место в мире, следует однако заметить, что существующая ресурсная модель экономики в стране, чрезвычайно зависит от конъюнктуры мировых цен на энергоносители, из-за чего последние годы рост экономики Казахстана замедлялся вместе с мировыми тенденциями.

Однако высокий внутренний потребительский спрос населения, бурное развитие сферы услуг, значительно смягчают негативные тенденции и страна продолжает показывать умеренно высокие темпы роста.

Фактором чего, выступает и увеличение численности населения республики, которое составляет сейчас около 17 млн. человек.

Отраслевая структура ВВП страны, показывает преобладание доли услуг и промышленного производства в экономике Казахстана, при значительном потенциале прочих сегментов, особенно сельского хозяйства.

Во многом положительные экономические достижения базируются на специфической социальной стабильности, достигаемой как низкими показателями уровня инфляции 4,8% и безработицы в 5,2%, так и предсказуемости политической обстановки в стране, ориентации местных элит на деятельность внутри страны.

Богатая месторождениями нефти и газа, редких и цветных металлов, обладающая отличными условиями для сельского хозяйства, выгодным транзитным положением, эта среднеазиатская страна, может обеспечить высокий уровень жизни своему населению и бизнес-перспективы Казахстана кажутся довольно оптимистичными.

Но нельзя не сказать, что своеобразной платой, за социальную и политическую стабильность, стала традиционная восточная клановость, отсутствие социальных лифтов, осложненный доступ к образованию и карьерному продвижению для многих групп населения, что побуждает значительную часть казахстанцев к эмиграции, как по этническому признаку, так и по соображениям получения новых возможностей.

В целом, однако, общий эффект от реализации экономической политики в Казахстане нужно признать позитивным: ВВП как в общем, так и на душу населения поступательно растет, особенно впечатляющими темпами в годы пика цен на нефть, инфляция невысока, уровень безработицы также вполне допустимый и неуклонно снижается, растет население и уровень его благосостояния.

Скорее следует назвать, в качестве ключевых проблем, перекося экономических успехов Казахстана, по отношению к прогрессу социальной сферы, что и толкает граждан к эмиграционным настроениям: расслоение по доходам, ограниченность доступа к социальным институтам, неравномерность развития регионов, проблемы в общественной безопасности, невнимание столичных городов-вывесок к нуждам почти заброшенных окраин.

Этот комплекс проблем решается куда медленнее, чем того ожидает население.

Интернет в Казахстане стартовал в 1993 году с создания IP-канала Санкт-Петербург-Семипалатинск.

При общем населении страны в 17 миллионов человек, аудитория пользователей сети на 2014 году, по словам вице-министра по инвестициям и развитию Аскара Жумагалиева составляет 12 миллионов человек. Таким образом, 70% населения страны охвачены глобальной сетью.

Но есть и менее оптимистичные оценки, на уровне 8-9 миллионов человек и доли около 50% населения, которые, вероятно, менее склонны преувеличивать достижения.

Вообще учет и статистика составляют слабое звено в казахстанском IT-рынке, данные разительно отличаются друг от друга, либо вообще имеются лишь приблизительные, как по числу смартфонов. Нежелание компаний делиться информацией, ведение деятельности многими в «серой» зоне, очень сказываются на возможностях оценки и, как следствие, на управлении.

Тем ни менее, даже при рассмотрении аудитории в 9 миллионов, виден существенный рост!

Достаточно сказать, что в 2008 году лишь 15% казахстанцев являлись пользователями сети.

Этот достаточно высокий показатель темпов развития не должен рассматриваться без уточнения, что скорости и способы подключения в Казахстане не находятся на передовом уровне.

Средняя скорость обмена данными составляет около 19,95 Mbps, что является 57-м показателем в мире, из 197 стран. Средний показатель России в 21, а тем более Литвы в 45 Mbps для Казахстана, пока еще, перспектива на будущее, показатели в реальном времени у Казахстана выглядят еще несколько ниже.

Обращает на себя внимание очень популярный, мобильный интернет.

В Казахстане, как и в других странах, есть программа развития электронного правительства и она позволила более 160 государственных услуг осуществлять в онлайн режиме.

В этой связи, следует отметить инициативы по созданию Портала открытых данных, где будут размещаться достоверные статистические данные о стране, которые помогут гражданам получать информацию о текущем состоянии страны, разработчикам и инвесторам оценивать перспективы того или иного сектора и предлагать продукты по обработке данных.

Собственно по оценке ООН степени развития электронного правительства в стране, Казахстан занимает почетное 38 место.

С 2013 года в республике принята амбициозная программа «Информационный Казахстан 2020», содержащая целевые показатели информатизации страны, работы электронного правительства и обеспечения населения доступа к информационным услугам к указанной дате.

Локальная часть сети негласно именуется Казнетом, и насчитывает порядка 121 000 доменных имен, из которых порядка 25% активно поддерживаются и почти 60% из них регистрируются в Алматинской области

Действует довольно большое количество провайдеров.

Что касается демографических характеристик, то на просторах казахстанского интернета преобладают женщины (53%), 65% которых младше 35 лет. Впрочем это соотношение близко и к общему гендерному положению в стране, поэтому можно считать, что в Казахстане нет явного крена в какую либо сторону, как например в Азербайджане.

Аудитория образована, почти 40% имеют высшее образование, 24% закончили техникумы, колледжи и иные формы послешкольного обучения.

Предсказуемо, крупные города страны дают и самую большую долю пользователей интернета (Алматы-24%, Астана-12%, Караганда-10%)

36% казахстанской аудитории в возрасте 16-24 года, 29% — 25-34 года 19% — 35-44 года, 11% — 45-54 года, 4% — 55-74 года.

Действуют несколько провайдеров республиканского масштаба — Казахтелеком, Nursat, ASTEL, KazTransCom, Транстелеком, Арна (Ducat), а также провайдеры из регионов.

Как и на всем пост-советском пространстве, основной прирост числа интернет-пользователей следует ожидать в категориях старшего и пожилого возраста, более молодые сегменты уже достигли пределов близких по насыщению.

Кроме того, республика имеет сравнительно небольшое население (при занимаемой территории), и физические пределы увеличения числа пользователей уже недалеки от максимально возможных. Хотя и безусловно доля групп населения еще не охваченных интернетом остаются существенным.

Республика может похвастаться хорошими показателями проникновения мобильной связи: суммарная абонентская база составляет 24,7 млн. человек, что составляет почти 150% от населения.

Несколько операторов делят между собой рынок мобильной связи республики, на 2013 год, расклад сил таков: Kcell — 48,7%, Beeline — 36,2%, Tele2 — 11,2%, Алтел — 3,7%.

Долгое время на рынке господствовали два первых оператора из списка, затем приход TELE2 изменил доли рынка и агрессивная экспансия нового игрока продолжается дальше.

Точное число обладателей смартфонов в Казахстане не известно, так как ни операторы, ни вендоры, ни ритейлеры такую статистику не предоставляют, в итоге одна из компаний-разработчиков мобильных приложений создала собственную статистическую систему, которая позволила бы учитывать число смартфонов в стране.

Их результат составил лишь 355 000 штук, более оптимистичные и скорее всего более вероятные прогнозы дает консалтинговая компания iKS-Consulting — 4,5 млн. штук.

Но даже при этом показателе, местная розничная сеть «Технодом» сообщает об увеличении продаж смартфонов в 2013 году на 80%, что позволяет прогнозировать хорошие перспективы быстрого роста аудитории.

Предпочтения казахстанцев ярко выражены:

Android — 87%

IOS — 7%

Symbian — 4%

Windows Phone — 2%

Для потенциальных разработчиков проблема выбора системы не выглядит сколь-нибудь сложной.

В Казахстане довольно высокая скорость мобильного интернета, 4,6 Mbps, что возможно и определяет его доступность и популярность в стране.

Почти 11,5 миллионов человек в стране пользуются мобильным подключением, по проникновению которого республика лидирует среди стран СНГ.

Кроме того, по некоторым данным, казахстанский мобильный интернет и самый дешевый в центральноазиатском регионе и СНГ.

Казахстан не отстает от всеазиатского тренда на переход пользователей в активный мобильный интернет, с появлением смартфонов, планшетов и ноутбуков. Кроме того, по географическим и технологическим причинам, обеспечение Казахстана ШПД оставляет желать лучшего и мобильный интернет стал отличной альтернативой, демонстрируя быстрый рост.

Казахстан имеет сегодня широкую 3G сеть, на смену которой в крупных городах пришла уже технология 4G и операторы активно конкурируют за клиента, так как пределы роста абонентской базы уже исчерпаны и прогресс возможен только за счет новых мобильных технологий.

Но бума мобильной коммерции пока не наблюдается.

Разработчики указывают, что жители республики предпочитают бесплатные приложения и очень неохотно платят за цифровой контент, поэтому разработка корпоративных приложений, пока лидирует на местном рынке с подавляющим преимуществом.

Топ-30 мобильных приложений Казахстана.

Мобильные разработчики Казахстана, по оценке независимого эксперта Ерулана Измайлова, насчитывают около 40 компаний, что предполагает невысокую конкуренцию.

Основными клиентами выступает крупный казахстанский бизнес и международные компании, остальные сегменты пока настороженно относятся к возможностям приложений.

Крупнейшие разработчики мобильных приложений Казахстана:

<http://antspro.com/>

<http://crystalspring.kz/>

<http://mobicreators.com/>

<http://www.intervale.kz/>

<http://www.sayer.kz/>

<http://webium.me/>

<http://www.spaceduck.kz/>

Местные разработчики делятся экономикой затрат и средними ценами на разработку приложения, конечно ценовые показатели далеки от российских, особенно в крупном бизнесе, но для небольших студий, не обласканных вниманием корпораций и с учетом курса валют, это весьма интересный и еще малоконкурентный рынок.

Развитие мобильных приложений – один из основных трендов развития мирового рынка информационных технологий. Согласно исследованиям международного агентства IDC на начало 2014 года мобильные технологии используют более 1 миллиарда 300 миллионов специалистов. Не остается в стороне и Казахстан. В республике эта ниша только зарождается, и носит узконаправленный характер. Основные потребители услуг – финансовые институты, страховые организации, автолюбители и интернет СМИ. Как отмечают специалисты, сегодня пользователи нуждаются в удобных решениях относительно электронных платежей и мобильного банкинга. И удовлетворив этот спрос, казахстанский рынок мобильных приложений может значительно прибавить в весе.

- Рынок мобильных приложений гораздо больше стандартного интернета. Почему это происходит? Потому что всем понятно – каждый человек практически 24 часа проводит с мобильным телефоном. И гораздо меньшее количество людей, которые проводят это время за компьютером. И это большой канал, который пока еще не развит в Казахстане. И мы понимаем, что основная проблема лежит не здесь. Мобильные приложения сделать можно. Бюджеты для

крупных организаций подъемны. Проблема во внутренних структурах в организации, автоматизации бизнес процессов. И с этим тяжело.

Согласно исследованиям агентства Gartner, рост мобильных решений уже стал мировым трендом номер два в IT после облачных вычислений. Эксперты уверены, что к концу 2015 года индустрия мобильных приложений превысит 35 млрд. долларов США. Сегодня в Казахстане разработкой мобильных приложений занимается чуть больше 10 компаний. Стоимость производства составляет порядка 20 тысяч долларов.

Кроме того, стали известны итоги первого в своем роде проекта – рейтинга мобильных приложений Казахстана, реализованного силами Ассоциации казахстанского интернет-бизнеса и мобильной коммерции (АКИБ) и компании Intervale Kazakhstan.

Для этих целей был осуществлен прием заявок от разработчиков и владельцев мобильных приложений, предназначенных для отечественного рынка. В итоге в исследовании приняло участие более 100 продуктов коммерческой и социальной направленности, из числа которых был сформирован топ-30.

Первое место в рейтинге занимает мобильное приложение крупнейшего в Казахстане автомобильного сайта «Колеса». Победитель обеспечил себе приличный отрыв от конкурентов благодаря 4 206 977 сессиям (обращениям в программу) в месяц. Данный показатель был принят за максимум, принесся обладателю 50 баллов. А остальные показатели позволили ему достичь суммарной оценки в 79,3 балла.

На втором месте разместилось мобильное приложение сайта бесплатных объявлений OLX в Казахстане. Напомним, что в начале года данная компания присоединила к себе проект Slando. Таким образом, американский ресурс OLX стал самым крупным семейством сайтов бесплатных объявлений, распространившись в более чем 100 странах. Имея средний показатель использования, равный 3 270 175 сессиям в месяц, приложение смогло получить в сумме с другими оценками 69,17 балла. Причем серебряный призер обошел победителя рейтинга по таким параметрам, как прирост количества сессий за период, а также наличие техподдержки.

Первую тройку замыкает мобильное приложение информационного портала Tengrinews.kz. Примечательно, что web-версия проекта занимала первые места Национальной интернет-премии AWARD.kz на протяжении последних трех лет в категории «массмедиа». Что касается самого приложения, то оно смогло выделиться среди лидеров рейтинга высоким приростом количества сессий – 28%. Итоговая оценка – 51,04 балла.

Стоит отметить, что призеры данного рейтинга во многом обязаны своему успеху тем веб-ресурсам, логическим продолжением которых являются. Все они входят в пятерку самых посещаемых в Казнете (по данным zero.kz).

Переполненность рынка мобильных приложений

Приблизительное число разработчиков мобильных приложений – 2.3 миллиона человек, а это означает, что каждый восьмой из всех разработчиков в мире создает мобильные приложения. В 2013 году компания Apple во время WorldWide Developer Conference объявила, что в AppStore опубликовано уже 1.25 миллионов приложений, которые пользователи скачали 50 миллиардов раз, а разработчики получили доход в 5 миллиардов долларов. Средний доход разработчика показан в таблице ниже.

Таблица – Средний доход разработчика

Показатель/компания	Google	Apple	Microsoft
Число пользователей (в млн. чел.)	900	600	12
Число приложений (в тыс. шт.)	800	1250	160
Число разработчиков (в тыс. чел.)	150	235	45
Число загрузок приложений (в млрд. раз)	48	50	65
Доход разработчиков (в млн. дол.)	900	5000	100
Средний доход на приложение	\$1125	\$4000	\$625
Средний доход на разработчика	\$6.000	\$21.276	\$2.222

Ожидается, что скачка мобильных приложений вырастет до 200 миллиардов в год, а доходы в 2017 году будут равняться 63.5 млрд. дол.. Аналитические прогнозы показывают, что рыночная стоимость мобильных платежей во всем мире вырастет от 235 млрд. дол. в 2013 году до 721.3 млрд. дол. в 2017. Основной причиной такого бурного роста мобильных рынков является небывалый рост продаж планшетов, смартфоном и других мобильных устройств.

Для исследователей мобильного рынка очевидно, что мобильные приложения из инструментов маркетинговых коммуникаций сами по себе превращаются в каналы распространения медиа. Такие показатели, как охват, частота контактов и коэффициент удержания в мобильных приложениях поражают воображение. В США использование мобильных приложений уже превосходит все другие каналы потребления медиа – оно составляет 82% от общего времени.

В данный момент большинство мобильных приложений относятся к категории B2C, т.к. B2B приложения еще только-только начинают выходить на рынок. Но потенциальный рост их очень велик. Несмотря на различные цифры в прогнозируемых показателях динамики рынка, все исследователи соглашаются, что рынок мобильных приложений является одним из самых перспективных направлений digital.

4.2 Конкуренция

Казахстанских разработчиков интересует не только возможность подзаработать. Об этом можно судить по мобильному приложению "АБАЙ 45". Авторы проекта – независимое творческое объединение «ЛУЧ», в лице Айсулу Азимбаевой, Индиры Сулейменовой и Чингиза Капина приняли участие в создании уникальной аудио-версии знаменитого произведения Абая Кунанбаева «Книга слов» (известного также как «Слова назидания») при участии молодых кинематографистов и актеров Казахстана. Прежде всего, приложение является аудиоверсией «Слов назидания» великого Абая Кунанбаева. Проект осуществлен без финансовых вложений и спонсорской помощи.



Еще одна своеобразная дань прошлому - мобильное приложение «**Великий шелковый путь**» от сотового оператора Kcell появилось в феврале этого года. Приложению суждено стать настоящим проводником по культурно-историческим достопримечательностям Казахстана и Средней Азии. Разработчиком проекта выступила компания MobileAccessStudio, а информационные материалы, включая исторические данные, карты, цитаты, описание памятников и фотографии предоставлены археологами во главе с академиком Карлом Байпаковым. Пользователи в мельчайших подробностях могут с удовольствием освоить 45 исторических сооружений на территории Казахстана, Китая, Кыргызстана и нескольких европейских городов. Великий шелковый путь» можно бесплатно скачать в Play Market или App Store. Интерфейс приложения яркий, красочный и максимально удобный.



Еще одно полезное приложение - **Dariger** - совместный проект компаний MedElement и Beeline, содержит полную базу Протоколов диагностики и лечения Министерства здравоохранения РК. Создано оно преимущественно для врачей,

которые нуждаются в бесплатном доступе к информации, необходимой в повседневной практике. А для всех остальных граждан Казахстана – это прежде всего информация о различных медицинских услугах, в том числе ознакомление со стандартами лечения заболеваний в гос. учреждениях РК. Приложение доступно в магазине App Store и Google Play.

Yvision — приложение блог-платформы

Разработчик — VeeMobile.

Количество установок — примерно 15 000.

Распространяется бесплатно.

Популярная казахстанская блог-платформа, включающая в себя собственно блог-платформу, интернет-телевидение и тематические спецпроекты, позаботилась о владельцах и iPhone, и iPad. Доступны версии на 3 языках. По словам владельцев сайта, рост трафика на мобильные приложения растет каждый месяц на 10-15%. На вопрос о получении дохода через приложение, было сказано, что «рекламный слот уже сделан, осталось ждать первых продаж, когда рекламодатель заинтересуется данным видом рекламы».

Вызов такси

Разработчики — Аскар Каримов/Нурлан Кани.

Количество установок — около 25 000.

Распространяется бесплатно.

Доступность: iPhone.

Информация о таксопарках в 14 городах Казахстана с возможностью тут же позвонить и заказать такси. Доступны и другие услуги. Кроме того, в приложении можно делиться отзывами о работе таксопарков с другими пользователями.

Tengrinews — iOS-приложение информационного портала

Разработчик — Smart Park.

Количество установок — свыше 26 000.

Распространяется бесплатно.

Доступность: iPhone/iPad.

Tengrinews.kz — один из крупнейших новостных ресурсов Казахстана и весьма логично, что новости портала доступны и в приложениях как для Android, так и для iOS.

Pit-stop.kz — правила дорожного движения Казахстана

Разработчик — Crystal Spring.

Количество установок — около 30 000.

Распространяется бесплатно.

Доступность: iPhone/iPad.

Все необходимое для автолюбителя собрано в этом приложении: ПДД, экзамены, услуги и многое другое. Приложение для iOS не так популярно, как его брат для Android, но в целом держит планку — по крайней мере, серьезных нареканий у пользователей нет.

Kiwi — видео-сервис

Разработчик — Алмас Адильбек.

Количество установок — свыше 30 000.

Распространяется бесплатно.

Доступность: iPhone/iPad.

Видеосервис Kiwi входит в десятку самых посещаемых сайтов Казнета, приложение тоже держит марку. Kiwi — одни из немногих, кто работает над монетизацией своего приложения. Директор по развитию бизнеса Карим Ергалиев поведал, что сервис предлагает размещение баннерной, а также нестандартной рекламы в приложениях iOS и Android. В этом году была успешно пропрекламирована услуга интернет-пакетов от компании Kcell с таргетингом на

планшеты iPad. В ближайшее время планируются баннерные размещения для приложений на смартфонах.

iSozdik — казахско-русско-казахский онлайн словарь

Разработчик — Асет Тусунбаев.

Количество установок — свыше 34 000.

Распространяется бесплатно.

Доступность: iPhone.

Автор приложения Асет Тусунбаев сказал, что iSozdik разрабатывал исключительно для себя, и только после приложение было выложено в AppStore. Кстати, автор хочет добавить несколько полезных функций, но эта работа требует финансовых вложений. Может быть, кто-то хочет спонсировать?

Homebank.kz — мобильное приложение интернет-банкинга

Разработчик — BeeMobile для Казкоммерцбанка.

Количество установок — приблизительно 33 000.

Распространяется бесплатно.

Доступность: iPhone/iPad.

Первые версии приложения были очень сырыми, но разработчики постоянно работают над улучшением функциональности, что отразилось на оценке пользователей. К сожалению, не все услуги интернет-банкинга доступны в приложении, но будем надеяться, что этот недостаток будет исправлен.

100 казахских песен

Разработчик — kaznetmedia.

Количество установок — свыше 35 000.

Распространяется бесплатно.

Доступность: iPhone/iPad.

Идея создания проекта на телеканале Казахстан принадлежит бывшему премьер-министру Казахстана — Кариму Масимову. Проект призван поддержать культурное наследие страны.

Kolesa.kz — официальное приложение крупнейшего автомобильного портала

Разработчик — ТОО «Колеса».

Количество установок — свыше 100 000.

Распространяется бесплатно.

Доступность: iPhone/iPad.

Популярнейший сайт Казнета по версии Zero.kz, популярнейшее приложение для iOS. Об этом проекте можно ничего и не говорить — и так все понятно.

Бонус: Kino.kz — киноафиша Казахстана

Разработчик — BeeMobile для Казкоммерцбанка.

Количество установок — приблизительно 62 000.

Распространяется бесплатно.

Доступность: iPhone.

В основной список приложение не попало лишь потому, что при большом количестве установок непропорционально мало оценок приложения. А нам важно, чтобы помимо количества (установок), пользователь получил и качество. Так как приложение выпущено всего год назад, думаю, что этот недостаток будет устранен.

Каналы маркетинговых коммуникаций:

В данном разделе мы опишем процесс поиска клиентов по размещению рекламы, базу клиентов. Маркетинговый процесс мы начнем с активной рекламной кампании, потому что реклама двигатель торговли.

База клиентов все те, кто пользуются телефонами на базе Android и IOS(Iphone)

Предлагаем следующие этапы маркетинговой политики:

Удобное и легкое в использовании мобильное приложение. Наличие текста, который можно читать не увеличивая его; Использование контента, который не требует для просмотра горизонтального прокручивания или масштабирования; Отсутствие контента, который может не поддерживаться определенными устройствами (например, Flash); Расстановка гиперссылок на достаточном расстоянии друг от друга, чтобы на них можно было нажать пальцем. Кроме того, мы предложим нашим потребителям «резиновую» верстку страниц, максимально упростим контактные формы и сделаем крупные кнопки.

Регистрация в каталогах поисковых систем таких как: Яндекс.каталог, Рамблер Top 100, каталог DMOZ (AOL), каталог Апорта, каталог Mail.ru, каталог Yahoo и другие;

Обмен ссылками. Существуют несколько способов обмена — прямой, кольцевой, односторонний (покупка ссылок);

Размещение PR-статей в специализированных IT-изданиях, IT-интернет-сайтах;

Создание маркетинговых групп в социальных сетях facebook.com, vk.com, mail.ru, twitter.ru, whats upp, instagram.

Отправление пресс-релизов в информационные агентства, в которых будут содержаться ключевые новинки мобильных приложений компаний: сайт, корпоративная газета для клиентов, новостная рассылка, доска объявлений в торговом зале или приемной, регистрация пресс-релизов в бесплатных каталогах пресс-релизов.

Создание и ведение блогов.

Ведение контента сайта, SEO-продвижение сайта.

Презентации перед крупными и средними компаниями, перед всеми желающими.

Участие в отраслевых выставках и форумах, конкурсах стартапов, на которых будем представлять новинки мобильных приложений и усовершенствованные действующие новинки. Участие в выставках и конференциях, проводимых и в рамках выставок и в рамках конференций. Кроме того, участие в качестве докладчика и приглашенного гостя в различных конференциях и форумах, на которых для широкой аудитории будут представлены все текущие новости по развитию мобильных приложений компании в рамках Астанинского экономического форума, международных и республиканских IT-форумов,

Публикации в прессе — предоставление бесплатного контента журналистам и СМИ. Интервью по рынку, по какой-то проблеме наших клиентов, аналитические отчеты и срезы, статистические данные (многие СМИ любят разные статистические подборки), просто интересные публикации «в тему». Предложение ведущему изданию в сфере IT в регионе стать организовать и вести специальную интересную рубрику по мобильным приложениям, и предоставление в рубрику актуальной и свежей информации еженедельно.

Отзывы. Отзывы клиентов — это то, что будем собирать с того момента, когда наша компания еще была бизнес-зародышем. На фирменных цветных бланках, с красивой печатью, с подписью первого лица или ключевого топ-менеджера вашего клиента.

«Сарафанное радио». Планируем вовлекать местное население в продвижение нашей компании, мобильных приложений. Ни для кого уже давно не секрет, что «сарафан» — работает лучше всего на рынке услуг. Но для того,

чтобы ваш «сарафан» заработал — нужно над этим поработать! Просто запустили слушок в народ — и он его подхватил и понес в массы?

Конечно, было бы отлично, если бы все было так просто — никто бы не тратил деньги на дорогую ТВ и радио рекламу, а только бы и занимались «впрыскиванием» слухов в массы.

Бесплатные консультации, демонстрации, образцы. Постоянная связь с клиентом, мониторинг потенциального клиента. Предложение ему спецпредложений, сообщение о новинках, акциях, скидках.

Подарочные сертификаты, программы лояльности для корпоративных клиентов. Прекрасный пример — крупные косметические сети, фитнес-клубы, мобильные операторы (как минимум). Мы будем копировать эту уже готовую и прекрасно работающую модель и применять на своем бизнесе.

4.2. Принципы ценообразования.

В своей политике ценообразования компания нацелена на оптимальное сочетание цены и качества – как приоритетов проекта.

Цена продукции определена на основе расчета, включающего в себя покрытие всех текущих издержек предприятия и процент ожидаемой прибыли.

Таблица 9 – Продажная стоимость

Показатель	1 месяц	8 месяц
Покупки внутри игры	180 тенге за 1 покупку в игре	180 тенге за 1 балл в игре
Размещение рекламы	40 000 – 50 000 в месяц	40 000 – 50 000 в месяц

4.3. SWOT - анализ.

Для выявления возможностей реализации предлагаемого проекта был проведен анализ сильных и слабых сторон:

Таблица 10 - SWOT – анализ старт-ап Предприятия

Сильные стороны	Слабые стороны
1) Высокий уровень знаний разработки мобильных приложений и программирования мобильных приложений; 2) Собственные средства; 3) Проект соответствует региональным программам столицы Казахстана и крупных городов; 4) Квалифицированные специалисты; 5) Привлечение современных технологий; 6) Устойчивый спрос на предлагаемые услуги и его дальнейший рост; 7) Осуществление проекта благоприятно отразится на имидже его участников.	1) Инвестиции; 2) Отсутствует опыт разработки мобильных приложений; 3) Высокая конкуренция со стороны российских и украинских коллег.

Возможности	Угрозы
1) Расширение спектра предлагаемых услуг, наращивания объемов производства; 2) Географическое расширение рынков сбыта; 3) Возможность выхода на зарубежные рынки, страны СНГ, страны Средней Азии, Восточной Европы.	1) Появление новых конкурентов; 2) Дороговизна банковского кредитования.

Положительные стороны проекта.

1. Проект осуществляется непосредственно в г. Акмолинской области;
2. Проект осуществляется в строительной отрасли, которая в 2010 году вышла из стагнации и имеет тенденцию роста на период реализации проекта;
3. Отсутствие дефицита сырья для производства предполагаемой продукции;
4. Наличие необходимых квалифицированных кадров;
5. Привлекательная ценовая политика;
6. Создание новых рабочих мест;
7. Стабильный спрос на продукцию компании в среднесрочном периоде.

4.4 Потенциальные клиенты

В США, 67% пользователей используют смартфон, чтобы выходить в интернет каждый день, и большинство никогда не выйдут из дома без своего телефона. Аналогичный рост использования смартфонов наблюдается и в Казахстане – даже пользователи с доходами ниже среднего чаще выбирают смартфон вместо компьютера, чтобы всегда оставаться на связи с миром. Исследования рынка показывают, что около половины всех пользователей мобильных телефонов загрузили приложения, а две трети из них регулярно их используют. Большинство пользователей мобильных приложений находятся в возрастном промежутке от 25 до 30 лет, женаты или замужем, живут в пригородных районах, и имеют высшее образование. Таким образом, пользователи мобильных приложений в целом моложе, более образованы и имеют более высокий доход, нежели пользователи, не использующие мобильные приложения.

Пользователи, с которыми вы можете контактировать через мобильное приложение, в целом более вовлечены в общение с вашим брендом до тех пор, пока канал коммуникации им доступен, ровно как и вся необходимая информация о продукте.

Национальные компании, крупные корпорации.

4.5 Конкурентные преимущества продукции

В качестве конкурентных преимуществ продукции предприятия, можно выделить наиболее значимые:

- ✓ Высокое качество услуг;
- ✓ Наличие собственных квалифицированных специалистов;
- ✓ Конкурентоспособная цена на производимую продукцию;
- ✓ Широкий ассортимент выпускаемой продукции;

- ✓ Высокий, стабильный спрос на предлагаемую продукцию.

4.6 Перспективы развития проекта

Активно развивающийся IT-рынок, а так же растущие потребности пользователей смартфонов с каждым годом увеличивается поэтому перспективы очень высокие.

По прогнозам экспертов, общая прибыль мирового рынка мобильных приложений к 2017 должна составить более 35 миллиардов долларов. Такие ожидания говорят о том, что время сайтов и печатной продукции как основной сетевой базы для маркетинга, бизнеса, новостей и развлечений понемногу уходит в прошлое, на смену им приходят приложения для носимых гаджетов – они всегда доступны и невероятно просты в обращении.

5. Производственный раздел

5.1. Объем производства продукции

Таблица 11 - Объемы производства в месяц

№	Наименование	Количество
1	Размещение рекламы	25-40
2	Покупки внутри игры	100-150

Потенциальными рекламодателями могут выступать все коммерческие и некоммерческие структуры.

5.2. Программа сбыта продукции

Планируется привлечение рекламодателей для размещения рекламы на постоянной основе на наших бесплатных приложениях.

Есть два механизма монетизации, которые мы изначально запланировали:

1. In app purchases - то есть покупки внутри игры, для более быстрого прохождения игры. Средняя стоимость покупки 0.99 центов. Доход соответственно будет зависеть от того сколько человек купит.

2. Генератор реклам на приложение- реклама

5.3. Исследование и анализ рынка сырья, материалов и иных факторов производства

Таблица 14– Себестоимость разработки мобильного приложения за 1 месяц

Наименование	Сумма затрат	Примечание
Создание сайта	0	
Высокоскоростной интернет	8 000	
Заработная плата	300 000	

Социальный налог и социальные отчисления	89 600	
Аренда офиса	40 000	
Повышение квалификации	75 000	Раз в 3 месяца
Аренда места под сервера	70 000	
Расходы на лицензию		
Тестировка приложения	0	
Аутсорсинг (дизайнер, сценарист)	100 000	Каждому специалисту по 50 000 тенге в месяц
Итого	707 600	

Расчет себестоимости 1 – го мобильного приложения из расчета 15 приложений:

$$707\,600/15 = 47\,173 \text{ тенге}$$

Таблица 15 – Структура затрат за 1 месяц

Наименование	Сумма затрат	Примечание
Заработная плата управленцев	260 000	
Командировочные расходы	40 000	Раз в 3 месяца
Реклама (контекстная, SEO-оптимизация, реклама на выставках и форумах)	100 000	
Коммунальные платежи	0	Входят в аренду офиса
Итого	400 000	

5.4. Потребность проекта в трудовых ресурсах

В проекте задействовано 3 производственных работника с соответствующим образованием и опытом работы.

Таблица 12 – Штатное расписание компании

№	Наименование	Кол-во	Зар.плата	Сумма
Производственный персонал				
1	Программист IOS	1	100 000	100 000
2	Программист Android	1	100 000	100 000
3	Бэк эндщик – сервер	1	100 000	100 000
	Итого	3	400 000	400 000
Администрация				
1	Директор	1	150 000	150 000

2	Менеджер проектов (связь с заказчиком, юридическая составляющая проекта, бумажная волокита)	1	100 000	100 000
3	Приходящий бухгалтер	1	10 000	10 000
	Итого	3	260 000	260 000
	ВСЕГО	6	660 000	660 000

6. Налоговый план.

Налоговый план составлен на основании действующего законодательства Республики Казахстан на 1 января 2015 года. Основными налоговыми обязательствами выступают НДС, КПН, трудовые налоги.

Таблица 16 – Налоговое окружение проекта

Налоговые ставки	%	База для уплаты	Частота начисления
Ставка НДС	12	Облагаемая НДС выручка	ежемесячно
Ставка КПН	20	Прибыль	Ежемесячно
Социальный налог	11	Фонд заработной платы	Ежемесячно
Социальные отчисления	5	Фонд заработной платы	Ежемесячно

7. Финансовый раздел.

NPV =913 316

IRR =34%

Срок окупаемости =3 года 4 месяца

8. Риски проекта

Создание проекта и его реализация происходят при определенных условиях окружающей политической, социальной и экономической обстановки, которые могут создать дополнительные риски для деятельности предприятия. И эти риски не всегда контролируются предпринимателями.

1. Технические риски. Предприятие в процессе реализации проекта создает необходимую техническую базу, инфраструктуру и помещение. Сотрудники предприятия имеют как теоретические знания, так и практический опыт в данном виде деятельности. Кроме того, необходимо учитывать, что при формировании доходной части разработчики исходили из самых пессимистических условий объемов продаж и цен реализации продукции и услуг.

2. Экономические риски. Казахстан является экономически и политически стабильным государством. Внешняя политика Казахстана, основанная на принципах многовекторности – залог укрепления стабильности. В этой связи экономические и политические риски сведены к минимуму.

3. Финансовые риски. Причинами возникновения данного риска являются различные валюты поступлений и кредита, рост цен по контрактам, неоправданность оптимистических цен при расчетах, отсутствие маркетингового исследования, отсутствие «запаса» прочности по цене, расчеты без учета инфляционных процессов. Кроме того, на увеличение финансовых рисков значительное влияние оказывает нерациональное использование средств, отсутствие оптимизации налогового бремени, слабой сбытовой деятельности. Принимая во внимание перечисленные угрозы, предприятие уделяет пристальное внимание вопросам финансового планирования и контроля. Сильная аналитическая база поможет оперативному принятию управленческих решений и снизит вышеуказанные риски.

4. Маркетинговые риски. Основными причинами возникновения таких рисков являются: отсутствие маркетингового исследования; неверный выбор направления развития выбранной деятельности; отсутствие опыта по реализации продукции; отсутствие программы сбыта; не учтены особенности торговой политики конкурентов.

5. Риск провала приложения, в виду отсутствия интереса к нему среди потребителей. Несмотря на то, что пользователи смартфонов и планшетов довольно активно загружают приложения, около 25% установленных программ никогда не открывают, или открывают не чаще одного раза. Сейчас этот показатель выше, чем в прошлом году, когда пользователи забывали только о 20% приложений после их установки. Согласно исследованию компании Localytics, число приложений, которые открывают 11 или больше раз, упало с 39% (в 2014 году) до 34%. Любители мобильных игр чаще других забрасывают установленные программы, хотя популярная игра может долгое время находиться на стартовом экране смартфона. Кроме того, риск провала может возникнуть в недостаточном продвижении приложения с маркетинга.

В отношении инициатора проекта можно отметить следующее: предприятие четко определяет для себя положение дел на данном рынке. Предлагаемая предприятием продукция является востребованной и, а ее стоимость ориентирована на рынок. С учетом роста городов и потребностью в качественных и всегда доступных товарах перспективы развития представленного проекта весьма устойчивы.