

УДК 612.8.1

## МАРКЕТИНГОВЫЕ ОБОСНОВАНИЯ СТАРТАПА «ИННОВАЦИОННОЕ МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ ПО САМОРАЗВИТИЮ И ОРГАНИЗАЦИИ ДОСУГА МОЛОДЕЖИ В ОРЕНБУРГЕ»

**Русинова Дарья Сергеевна**, студент, направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, Оренбургский государственный университет, Оренбург  
e-mail: dasharusinova.31@gmail.com

**Астаева Анастасия Сергеевна**, студент, направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, Оренбургский государственный университет, Оренбург  
e-mail: astaeva-a@list.ru

Научный руководитель: **Лужнова Наталья Валерьевна**, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и торгового дела, Оренбургский государственный университет, Оренбург  
e-mail: natval@inbox.ru

***Аннотация.** В работе рассматривается маркетинговое обоснование и процесс создания электронного ресурса для информирования и вовлечения молодежной аудитории города Оренбурга в сфере культуры, искусства, спорта, развлечений и образования. Актуальность данной статьи обуславливает невозможность получения всей необходимой информации в городе для образования, развития и о местах для времяпровождения молодого населения города Оренбурга. Целью является повышение уровня образования, социальной сферы населения, культурно-духовного настроения молодежи. Такая социально-демографическая группа населения, как молодежь, является будущим не только города, но и страны в целом, поэтому вопрос об образовании и содействии саморазвитию молодежи стоит остро в современном обществе.*

***Ключевые слова:** стартап, мобильное приложение, информирование молодежи, саморазвитие населения, развитие молодежи.*

***Для цитирования:** Русинова Д. С., Астаева А. С. Маркетинговые обоснования стартапа «Инновационное мобильное приложение по саморазвитию и организации досуга молодежи в Оренбурге» // Шаг в науку. – 2022. – № 4. – С. 95–98.*

## MARKETING RATIONALE FOR THE STARTUP «INNOVATIVE MOBILE APPLICATION FOR SELF-DEVELOPMENT AND ORGANIZATION OF YOUTH LEISURE IN ORENBURG»

**Rusinova Daria Sergeevna**, student, training program 38.03.02 Marketing, Orenburg State University, Orenburg  
e-mail: dasharusinova.31@gmail.com

**Astaeva Anastasia Sergeevna**, student, training program 38.03.02 Marketing, Orenburg State University, Orenburg  
e-mail: astaeva-a@list.ru

Research advisor: **Luzhnova Natalya Valerievna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing and Trade, Orenburg State University, Orenburg  
e-mail: natval@inbox.ru

***Abstract.** The paper considers the marketing rationale and the process of creating an electronic resource for informing and involving the youth audience of the city of Orenburg in the field of culture, art, sports, entertainment and education. The relevance of this article makes it impossible to obtain all the necessary information in the city for education, development and places for pastime of the young population of the city of Orenburg. The goal is to raise the level of education, the social sphere of the population, the cultural and spiritual mood of the youth. Such a socio-demographic group of the population as youth is the future not only of the city, but of the country as a whole, therefore the issue of education and promotion of self-development of young people is acute in modern society.*

---

**Key words:** *startup, mobile application, youth awareness, self-development of the population, youth development.*

**Cite as:** Rusinova, D. S., Astaeva, A. S. (2022) [Marketing rationale for the startup «Innovative mobile application for self-development and organization of youth leisure in Orenburg»]. *Shag v nauku* [Step into science]. Vol. 4, pp. 95–98.

В век развития технологий и экономики знаний населению любого города важна правильная и достоверная информация, которая в настоящее время находится в избытке как офлайн, так и в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Но более важным ресурсом для каждого человека остается время, которое всегда ограничено. Для решения данной проблемы населения предложен стартап по созданию инновационного мобильного приложения, где в одном месте будет находиться вся полезная информация об образовательных учреждениях, развлекательных мероприятиях, исторических местах города, что будет экономить время пользователей на поиск новых мест и сообществ для проведения культурного досуга.

Актуальность создания стартапа вызвана также внешним фактором. В нашей стране инновациям и стартапам уделяют все больше внимания. Развитие стартапов все чаще упоминаются в федеральных посланиях Президента, вводятся специальные программы, например «Стартап как диплом», оказывается поддержка на уровне технопарков, акселераторов и т. д. [1, с. 2].

Но, несмотря на столь широкое развитие стартапов по всей России и активной поддержки государства, дефиниция «стартап» до сих пор четко не определена. Одна из трактовок стартапа выглядит так. Стартап (англ. startup – «запуск», «стартовая, начинающая компания») – это «вновь созданная организация, которая занимается разработкой новых товаров или услуг в условиях чрезвычайной неопределенности» [2].

Термин «стартап» появился несколько лет назад и стал обозначать бизнес, начинающийся «с нуля». Однако у стартапов есть свои особенности и отличительные характеристики. Так любой бизнес как вид деятельности предполагает организацию предприятия с целью извлечения прибыли как за счет собственных, так и заемных средств под ответственность руководителя организации или его поручителя. Стартап – это принципиально новая организация, чаще всего ведущая деятельность в информационной или интернет-сфере. «Главной характеристикой стартапа является наличие потенциала для стремительного роста, который достигается путем создания новых сегментов рынка или предложением абсолютно оригинальных, инновационных товаров или услуг. Непременными элементами любого стартапа являются принципиально новая бизнес-идея, разработанный под нее бизнес-план и определенный источник финансирования.

Любой стартап характеризуется инновационностью, сверхускоренным темпом развития, но при этом высоким риском банкротства» [3, с. 3].

Основой приложения является интернет-библиотека или интернет-карта, где заранее будет собрана информация для молодежи с разными увлечениями и социальным положением. Каждый сможет найти занятие по-своему усмотрению в зависимости от определенных социальных факторов. Но основным направлением является вовлечение молодежи в социальные мероприятия и учреждения для улучшения образовательного фактора и саморазвития молодежи.

Важнейший аспект современного образования молодежи состоит в раскрытии и развитии природных потенциальных способностей человека, формирование личности и адаптации жизнедеятельности молодого человека к динамично меняющейся среде. «Социальное обучение обеспечивает срочные адаптивные реакции и основу формирования новых программ поведения, основных элементов качества профессионального потенциала молодежи: профессиональной готовности, социально-психологической готовности и условий эффективной занятости» [4, с. 92]. Разрабатываемое мобильное приложение будет направлено на обеспечение социальных взаимоотношений среди молодежи. Каждый сможет найти себе напарника по интересам в общем чате, где смогут собрать свою группу, например, по спортивным мероприятиям или интеллектуальным занятиям.

Основной поддержкой и вкладом в развитие приложения будут местные и региональные предприятия общепита, организации в сфере досуга и развития молодежи, в творческой или спортивной сфере. Партнерами будут выступать Управление молодежной политики администрации города Оренбурга, Департамент молодежной политики Оренбургской области, ОГУ.

Вся информация в приложении будет всегда актуальной, так как сбор всей информации о новых местах, акциях, мероприятиях будет систематизирован на постоянные обновления в зависимости от появления на оренбургских электронных и офлайн-площадках.

Предоставленная ценность стартапа – быстрый поиск в одном электронном ресурсе информации о местах отдыха в городе, сравнение вариантов и выбор наиболее продуктивного способа проведения досуга для удовлетворения потребностей молодых людей в самореализации. Каналы сбыта – размещение мобильного приложения в интер-

нет-магазинах приложений. Ключевые ресурсы, необходимые для внедрения стартапа – информация, начальные инвестиции, креативные способности пользователей. Издержки: оплата труда программиста, маркетолога, оператора по вводу данных, креатора. Доходы: поступления от размещения рекламы партнеров на электронном ресурсе.

Технологическая дорожная карта реализации данного проекта:

- найти инвестора;
- собрать команду программистов;
- провести фокус-группу по выявлению желаний и потребностей молодых жителей города Оренбурга в формах и местах проведения досуга и повышения самообразования;
- составить перечень мест проведения досуга в городе Оренбурге;
- составить список стейкхолдеров, планируемых к привлечению в проекте;
- написать код программы;
- провести взаимодействие с стейкхолдерами проекта, подтвердить их участие;
- заполнить каталог предложений участников проекта – представителей сферы досуга, развлечений, искусства, культуры и спорта Оренбурга;
- настроить работу личного кабинета пользователя;
- провести кампанию по продвижению онлайн и оффлайн;
- разместить мобильное приложение в интернет-магазине приложений;
- запустить работу мобильного приложения;
- привлечь рекламодателей;
- начать получать прибыль от платной рекламы в приложении;
- постоянно обновлять базу данных о предложениях стейкхолдеров и участников;
- запустить франшизу для масштабирования приложения в информационное пространство других городов России.

Инвестирование планируется за счет призового гранта. Приложение будет бесплатным для пользователей, доход предполагается получать за счет рекламы заведений и организаций в сфере досуга, а также коллабораций с представителями бизнес-сообщества, обслуживающими схожий сегмент целевой аудитории. Затраты на реализацию проекта составляют расходы на: конструирование мобильного приложения, оплату работы технического, креативного и управленческого персонала, размещение мобильного приложения на электронных маркетплейсах (GooglePlay, AppStore, AppGallery), при возможном отключении российских пользователей от зарубежных интернет-магазинов мобильных приложений проектное мобильное приложение можно будет скачать с сайта, разрабатываемое регулярное обновление информационного контента.

Таким образом, предлагаемый к внедрению стартап позволит развить инновационную деятельность в сфере информационных технологий города и в будущем страны, так как данный проект предполагает возможность масштабирования. Целевая аудитория проекта – молодежь, жители и гости города возрастом от 14 до 25 лет. Стейкхолдеры проекта: органы муниципальной власти в лице Управления молодежной политики администрации города и Департамента молодежной политики, образовательные организации высшего, среднего и дополнительного образования, организации города в сфере культуры, искусства, спорта и ресторанного бизнеса. Приложение бесплатно для пользователей, прибыль планируется получать от платной рекламы со стороны представителей индустрии развлечений, предприятий общественного питания, досуговых организаций города. Конкурентными преимуществами проекта являются отсутствие полноценных аналогов на рынке, оперативность и гибкость в изменении базы данных, возможность масштабирования.

### Литература

1. Абдужаббарова М. Повышение культурно-духовного уровня молодежи в процессе взаимообогащения национальных культур // Проблемы современной науки и образования. – 2019. – № 4(137). – С. 61–65.
2. Бакалдина Е. С., Елисеев А. Л. Образование как фактор оптимизации государственной молодежной политики в Российской Федерации // Вестник государственного и муниципального управления. – 2015. – № 2 (17) – С. 90–94.
3. Бондаренко Т. Г., Исаева Е. А. Стартапы в России: актуальные вопросы развития // Интернет журнал «Наукovedenie». – 2015. – Т. 7. – № 5(30). – URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/83EVN515.pdf> (дата обращения: 25.05.2022).
4. Головаченко Е. И. Проблема молодежи и ее ценностные ориентации в современных условиях // Власть. – 2007. – № 7. – С. 51–55.
5. Ишханьянц И. Г., Зайцева М. В. Формирование государственной молодежной политики Российской Федерации: проблемы реализации // Современные научные исследования и разработки. – 2019. – № 1(30). – С. 478–480.
6. Рис Эрик. Бизнес с нуля – М.: Альпина Паблишер. – 2014. – 256 с.

7. Сагаев П. А., Соловейчик К. А. Стартапы в экономике: понятие, сущность и характеристики // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2021. – Т. 14. – № 5. – С. 92–110.

Статья поступила в редакцию: 31.05.2022; принята в печать: 25.10.2022.  
Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.