

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Факультет "Плехановская школа бизнеса "Интеграл"

Кафедра рекламы, связей с общественностью и дизайна

«Допустить к защите»

И.о. заведующего кафедрой  
рекламы, связей  
с общественностью и дизайна  
В.П. Бабарькин

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 г.

**Выпускная квалификационная работа  
в формате стартапа**

Направление 54.03.01 "Дизайн"

профиль "Графический дизайн"

**ТЕМА: «Стартап-проект детской развивающей интерактивной игры  
“Капитан Ученикин”»**

Выполнил обучающийся Бортяева Татьяна Евгеньевна,

Группа 15.07В-ДИ1у/206

Научный руководитель  
выпускная квалификационная работа  
доцент кафедры рекламы,  
связей с общественностью и дизайна

Фёдорова Анна Валентиновна \_\_\_\_\_  
(подпись)

Бортяева Татьяна Евгеньевна \_\_\_\_\_  
(подпись)

Москва – 2024

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА 1. БИЗНЕС-ИДЕЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА.....</b>	<b>7</b>
1.1. Общая характеристика стартап-проекта.....	7
1.2. Описание продукта.....	11
1.3. Маркетинговый анализ, стратегия и сбыт продукта.....	16
<b>ГЛАВА 2. БИЗНЕС-МОДЕЛЬ СТАРТАП-ПРОЕКТА.....</b>	<b>22</b>
2.1. Производственный план.....	22
2.2. Организационный план.....	25
2.3. Финансовый план.....	28
<b>ГЛАВА 3. ОЦЕНКА СТАРТАП-ПРОЕКТА.....</b>	<b>32</b>
3.1. Направленность, эффективность, конкурентоспособность.....	32
3.2. Проектные риски.....	33
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>35</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....</b>	<b>37</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ.....</b>	<b>42</b>

## ВВЕДЕНИЕ

В образовательной сфере деятельности цифровые технологии стали неотъемлемой частью процессов воспитания и развития детей. Стартап-проект детской развивающей интерактивной игры «Капитан Ученикин» разработан с целью помочь дошкольной возрастной группе подготовиться к школе с использованием эффективного инновационного подхода, такого как геймификация, подразумевающий внедрение элементов игры в неигровые процессы реального мира (как онлайн, так и офлайн), в том числе и обучение, для повышения вовлеченности обучающихся в решение задач и усвоение материала. Концепция, сюжет и задания игры основаны на знаниях и умениях, которые ребенок должен сформировать в дошкольном возрасте перед переходом в первый класс школы.

В настоящее время есть всевозможные ресурсы, которые помогут в создании интерактивных образовательных материалов, адаптированных под индивидуальные потребности ребёнка. Разрабатываемая игра «Капитан Ученикин» будет полезна не только для детей, но и для их родителей, а также педагогов и воспитателей детских садов. Современные дети часто засиживаются за экранами мобильных устройств, и, как правило, играют в неподходящие игры для их возраста, которые не направлены на дошкольное обучение. Разрабатываемая игра – это не просто развлекательный контент для детей, но и инструмент для их развития. Также игра направлена на самостоятельное обучение детей. Для этого разработан простой и понятный интерфейс, реплики персонажей и задания сопровождаются озвучкой. Дополнительная возможность игры заключается в наличии персонажа, который поможет справиться с трудностями в задании, если они возникнут у ребенка. Родители могут быть спокойны – ребенок проводит время за любимым гаджетом и самостоятельно готовится к школе.

**Актуальность** выпускной квалификационной работы в формате стартап-проекта обусловлена необходимостью и возросшей востребованностью интерактивных обучающих приложений, как эффективного инструмента для современного дошкольного образования и подготовки к начальной школе, способный сделать процесс обучения более доступным, индивидуализированным и эффективным, так как обучающие приложения содержат большое количество интерактивного контента, такого как видео, аудио, анимации, тексты и квизы, что делает процесс обучения наглядным и привлекательным.

**Объектом исследования** являются вопросы проектирования детских образовательных платформ и мобильных приложений для детей дошкольной возрастной группы.

**Предметом исследования** являются принципы разработки и создания мобильного приложения, направленного на подготовку и развитие детей дошкольной возрастной группы.

**Целью** стартап-проекта является создание интерактивного мобильного приложения, которое поможет дошкольникам развивать необходимые навыки и знания для успешного старта в школе. Игра является не просто сбором заданий, но и имеет полноценную сюжетную историю. Мы даем возможность ребенку играть в игру без участия родителей, при этом получая не только знания, но и удовольствие от процесса игры.

Для достижения данных целей, были поставлены следующие **задачи**:

1. Изучить особенности и требования к подготовке дошкольников к школе.
2. Разработать дизайн интерфейса мобильного приложения, учитывая психологические особенности и потребности целевой аудитории.
3. Создать образовательные и игровые модули в приложении, которые помогут развивать навыки чтения, письма, математики и другие ключевые компетенции.

4. Провести тестирование приложения среди дошкольников и их родителей для оценки эффективности и удовлетворенности пользователей.

5. Внести необходимые корректировки и улучшения в приложение на основе обратной связи и результатов тестирования.

В результате работы ожидается получение готового мобильного приложения, которое поможет дошкольникам успешно адаптироваться к школе и развивать необходимые навыки и знания.

Уникальность онлайн-продукта заключается в абсолютно новом принципе работы приложения: ребенок можно не только выполнять задания и получать знания и новые навыки, но также взаимодействовать с персонажами и получать удовольствие от процесса обучения в игровой форме. Также приложение, находясь всегда под рукой во время поездки, будет брать на себя все задачи развития и подготовки ребенка к школе, что дает возможность обучаться в любое время и быть не привязанным к месту. Благодаря встроенной сюжетной истории ребенок будет вовлечен в процесс игры, а персонажи игры будут мотивировать продолжать обучение.

Планируется выход на рынок Москвы и МО с дальнейшей перспективой масштабирования до рынка РФ после окупаемости через полгода-год. Горизонт расчета финансовых показателей будет рассчитан на 12 месяцев.

Что касается источников финансирования, стартап-проект предполагает содействие инвестиционного фонда или венчурное финансирование. Также есть возможность финансирования проекта государством, так как сейчас возросла заинтересованность в развитии социально значимых проектов, а также разыгрываются гранты на реализацию сервисов на базе цифровых технологий.

Показатели эффективности стартап-проекта предположительно должны сложиться положительные, так как приложение имеет монетизацию в виде оплаты обучающей платформы.

Любой стартап-проект сопряжен с высоким риском, поэтому подвергается тщательному анализу и расчёту перспективности. К примеру,

внезапное появление конкурента с более мощным рекламным инструментом, может повлечь за собой спад интереса к данному сервису, так как сейчас идет активное продвижение детской инициативы.

В том числе и из-за рисков очень важно для защиты интеллектуальной собственности оформить авторские права на визуальную часть приложения, а также сделать патент на промышленный образец – программную часть.

# ГЛАВА 1. БИЗНЕС-ИДЕЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА

## 1.1. Общая характеристика стартап-проекта

Данный стартап-проект относится к предпринимательству в сфере образования, так как направлен оказание образовательных услуг. Суть бизнес-предложения заключается в создании образовательной платформы для детей дошкольного возраста. Данная образовательная платформа представлена в виде интерактивной игры. Предпосылкой для создания нового онлайн-продукта является то, что на российском рынке в данный момент времени представлено малое количество образовательных платформ, включающих в себя игровые элементы. Главной задачей проекта является формирование у детей дошкольного возраста к образовательному процессу.

Видение бренда: образовательная платформа для детей дошкольного возраста, представляющая из себя полноценную игру с последовательным сюжетом, проработанными персонажами и интерактивными задания в виде приложения, с которым пользователи взаимодействуют через мобильное приложение.

Ценности бренда: формирование у детей интереса к образовательному процессу за счет применения игровых элементов.

Характер бренда: увлекательный, интересный, полезный, развивающий, образовательный, доступный.

Перспективой развития продукта может стать сотрудничество с центрами дошкольного образования, оказывающими образовательные услуги для детей, на всей территории Российской Федерации. Кроме того, игра внутри образовательной платформы предполагает локализацию для других стран.

Образовательная платформа позволит родителям и центрам дошкольного образования сформировать у детей интерес к образовательному процессу. Поэтому была составлена таблица с портретом целевой аудитории по

категориям, учитывая изменения поведения населения в текущий 2024 год:

Таблица 1.1

Анализ потребителей

Признаки	Родители	Центры дошкольного образования
Географический	Располагаются на всей территории Российской Федерации	
Социально-демографический	Семейные люди в возрасте от 23 лет с детьми от 5 до 7 лет	Частные и государственные образовательные учреждения для детей дошкольного возраста
Потребности и желания	Подготовить ребенка к школьному образовательному процессу за счет применения наиболее эффективных инструментов	
Боли и инсайты	Отсутствие необходимых компетенций и свободного от повседневных обязанностей времени на работу с ребенком	Вынуждены использовать традиционные формы дошкольного образования в связи отсутствием прогрессивных образовательных инструментов
Приверженцы брендов	Онлайн-школа №1, Тилли, LogicLike	Интерактивный редактор «Веселая поляна», игровой центр «Сова», интерактивный тренажер «Безопасность: ПДД»
Причина потребления	Продукты перечисленных брендов развивают у детей логическое мышление, память, творчество и основам базовых дисциплин	Продукты перечисленных брендов позволяют преподавателям создавать собственные уроки и применять для этого задания в игровой форме

Целевой аудиторией данного приложения являются дети в возрасте от 5 до 7 лет, которые готовятся к поступлению в школу. Это важный период в жизни детей, когда они активно развиваются и осваивают новые навыки [9, С.54-60]. Основные характеристики целевой аудитории включают:

- Возраст: дети в возрасте от 5 до 7 лет находятся в фазе дошкольного возраста. Они начинают интересоваться буквами, числами, формами и цветами.
- Развивающиеся навыки: целевая аудитория нуждается в развитии основных навыков чтения, письма, математики, речи, логики и внимания [6]. Приложение должно быть способно помочь им в этом процессе.
- Интересы: дошкольники активно участвуют в играх, рисовании, музыке и историях [13,с.17]. Приложение должно предлагать такие активности и материалы, которые заинтересуют детей.
- Стиль обучения: в данном возрасте дети наиболее эффективно учатся через интерактивные, визуальные и занимательные методы [16, с. 25]. Приложение должно быть способно предоставить такой стиль обучения.
- Уровень понимания: целевая аудитория находится на начальном уровне понимания. Приложение должно быть понятным и простым в использовании.

Аудитория такого приложения включает как детей, так и их родителей или опекунов, которые помогают им в подготовке к школе. Они заинтересованы в том, чтобы обеспечить детям успешный старт в школьную жизнь и помочь им развиваться в различных областях, таких как чтение, письмо, математика, творчество и физическая подготовка. Родители и опекуны ищут интерактивные и образовательные ресурсы, которые могут сделать процесс обучения увлекательным и эффективным для их детей. Они также могут иметь различные уровни образования и культурные фонды, и, следовательно, могут быть заинтересованы в разнообразных методах обучения. Родители и опекуны должны иметь возможность контролировать прогресс своих детей и взаимодействовать с приложением. Приложение должно предоставлять возможность детям развиваться и учиться в игровой и увлекательной форме, а также быть понятным и привлекательным для их родителей или опекунов.

Важно иметь в виду, что целевая аудитория может быть занята, поэтому приложение должно быть удобным в использовании и доступным в любое время.

Кроме того, родители обычно стремятся к контролю за содержанием, потому что они хотят, чтобы их дети получили образовательную выгоду от приложения.

Исследование рынка и обратная связь от родителей помогут лучше понять их потребности и предпочтения, что, в свою очередь, позволит разработать более подходящее приложение.

Анализ существующих приложений: был проведен обзор и анализ существующих приложений, предназначенных для обучения дошкольников. Оценены их функции, качество образовательного контента, пользовательский интерфейс, наличие игровых элементов, адаптивность под разные возрастные категории.

Сегментация рынка: определены различные сегменты рынка, такие как приложения для развития логики, математики, чтения, творчества, а также подходы к обучению (игровой подход, интерактивные задания и т.п.) [18, с. 115].

Изучение тенденций: проанализированы современные тенденции в области образовательных технологий для дошкольников, включая использование AR-технологий, интерактивных задач, персонализированного обучения и другие инновационные методики [16, с. 158].

Исследование потребностей потребителей: проведены опросы, фокус-группы и интервью с родителями детей дошкольного возраста с целью выявления их потребности, предпочтения, а также получения обратной связи о существующих приложениях.

Конкурентный анализ: изучено конкурентное поле, включая анализ предложения конкурентов, ценообразования, стратегий маркетинга, а также проанализированы отзывы пользователей о конкурирующих приложениях и было выявлено, что не подходит потенциальным пользователям. Эти данные были учтены в реализации нового продукта авторов [10].

Маркетинговые возможности: определены пустоты в рыночном предложении, возможности для дифференциации продукта и маркетинговые стратегии для продвижения нового приложения [34, с.230].

Результаты и выводы: сфокусированы на обобщении результатов исследования для оценки возможностей успешного запуска нового приложения, формулирования уникального предложения и стратегии продвижения на рынке [12].

На основе такого исследования была сформулирована концепция и разработан продукт, отвечающий потребностям и предпочтениям целевой аудитории, а также обладающий конкурентоспособными преимуществами. Такое исследование позволило понять, каким должно быть итоговое приложение, чтобы соответствовать ожиданиям целевой аудитории и выделиться на рынке образовательных приложений для дошкольников.

## **1.2. Описание продукта**

Данная работа репрезентирует многофункциональное мобильное приложение «Капитан Ученикин и Вселенная Знаний», которое предполагается быть доступным для операционных систем IOS и Android. Приложение помогает детям обучаться и играть одновременно при этом находясь в любом месте и без взаимодействия с родителями. Прототип создан в профессиональном редакторе Figma. Идея в интерактивной игре, построенной на основе сюжетной истории, объединённой с обучающими заданиями – это и выражает уникальность приложения. Далее речь пойдет о визуальном стиле и дизайн-решении комплексного продукта.

Первое с чем сталкивается пользователь – это иконка приложения, поэтому очень важно, чтобы она привлекла внимание и послужила смысловым мостом к основной сути продукта. Это важный элемент App Store Optimization [22]. Для изображения был выбран главный персонаж приложения – Капитан Ученикин. Иконка лаконична, информативна и создает нужный визуальный эффект – эмоциональность, дружелюбность. Через символ также было важно сделать акцент на специализацию приложения – детская игра (приложение А).

Говоря о нейминге бренда, было проведено широкое исследование образовательных терминов. Так как наш персонаж – это и есть ученик первого класса, который помогает дошкольникам освоить базовый материал, то и отсюда появилось его имя «Ученикин». Капитан Ученикин – космический путешественник, проводник в мир знаний (приложение Б). В итоге конечный вариант «Капитан Ученикин» хорошо запоминается, ассоциируется с космическим путешествием, приятным времяпрепровождением.

Основная цветовая палитра подобрана на основе ассоциаций с космосом: синий, фиолетовый, градиентные переливы голубого и яркие акценты розового цвета. Различие светлых и темных цветов дало нужный контраст в иллюстрациях. Для каждой планеты и его жителей цветовая гамма выстраивалась иным образом. Например, Планета Буквиков, на которой ребенок знакомится с азбукой, была выполнена в ярких розовых и зеленых оттенках. Такой выбор цветовой палитры обусловлен тем, что планета должна представлять собой мир сказок и слов (приложение В).

Знакомство с приложением начинается с первых трех экранов недолгой авторизации. Ребенок может повлиять на выбор персонажа – выбрать цветовую гамму и внешность. Далее Капитан Ученикин знакомится с пользователем. Ребенок может ввести свои имя и фамилию, чтобы по окончании игры Капитан Ученикин мог вручить ему диплом о прохождении игры и о том, что он полностью готов к школе. Далее герой сопровождает пользователя и призывает к действию, появляясь около панелей навигации и командных векторов, которые организуют передачу инструкций к приложению [25, с. 320]. Персонаж адаптируется под контекст, меняя позы и эмоции.

После знакомства с главным персонажем и полной регистрации ребенка, появляется второй связующий герой Умняшкин. Умняшкин – это контролер и помощник в игре. К нему ребенок может обратиться за советом и помощью в прохождении задания (приложение Б).

После получения задания от Умняшкина, пользователь переходит на

карту игры, где может выбрать планету, на которой будет выполнять задания. Планеты в игре оформлены под базовые знания дошкольников, которые прописаны в ФГОС. Так на карте пользователя встречается Планета Буквиков, Планета Цифриков, Планета Формиков, Планета Творчества. На каждой планете Капитана Ученикина встречает связующий персонаж. Например, на Планете Буквиков – это Принцесса Орфография.

Локации на планетах были разработаны с учетом особенностей визуального решения образа планеты. Стиль и техника иллюстраций на каждой планете разнообразны. Это необходимо для того, чтобы максимально погрузить ребенка в новую среду и создать подходящую атмосферу. Переходя от одной локации в другую, ребенок будет ощущать, как меняется мир. Поэтому, для этого проекта необходимо несколько иллюстраторов, которые работают в разных стилях и техниках. Так Вселенная Знаний станет красочней и разнообразней.

Образы персонажей были разработаны для каждой планеты. Например, на Планете Буквиков, помимо Принцессы Орфографии, живут и другие жители – буквики. Это пушистые персонажи, которые могут испытывать эмоции, а также коммуницировать с пользователем и главными персонажами. Персонажи напоминают мягкие детские игрушки. На каждом персонаже есть встроенные буквы, за которые они отвечают. На других планетах проживают: формики, цифрики и тд.

Для реализации концепции были проведены консультации с педагогами, а также литературный-аналитический обзор трудов. Полученная информация помогла сформировать понимание, что требуется для разработки детского приложения, а также какими навыками и знаниями должен владеть ребенок дошкольного возраста.

Основные принципы дошкольного образования [1]:

1) полноценное проживание ребенком всех этапов детства (младенческого, раннего и дошкольного возраста), обогащение (амплификация)

детского развития;

2) построение образовательной деятельности на основе индивидуальных особенностей каждого ребенка, при котором сам ребенок становится активным в выборе содержания своего образования, становится субъектом образования;

3) содействие и сотрудничество детей и взрослых, признание ребенка полноценным участником (субъектом) образовательных отношений;

4) поддержка инициативы детей в различных видах деятельности;

5) сотрудничество Организации с семьей;

6) приобщение детей к социокультурным нормам, традициям семьи, общества и государства;

7) формирование познавательных интересов и познавательных действий ребенка в различных видах деятельности;

8) возрастная адекватность дошкольного образования (соответствие условий, требований, методов возрасту и особенностям развития);

9) учет этнокультурной ситуации развития детей.

Для детей дошкольного возраста (3 года - 8 лет) - ряд видов деятельности, таких как игровая, включая сюжетно-ролевую игру, игру с правилами и другие виды игры, коммуникативная (общение и взаимодействие со взрослыми и сверстниками), познавательно-исследовательская (исследования объектов окружающего мира и экспериментирования с ними), а также восприятие художественной литературы и фольклора, самообслуживание и элементарный бытовой труд (в помещении и на улице), конструирование из разного материала, включая конструкторы, модули, бумагу, природный и иной материал, изобразительная (рисование, лепка, аппликация), музыкальная (восприятие и понимание смысла музыкальных произведений, пение, музыкально-ритмические движения, игры на детских музыкальных инструментах) и двигательная (овладение основными движениями) формы активности ребенка [8, с.35].

Содержание Программы должно отражать следующие аспекты

образовательной среды для ребенка дошкольного возраста [1]:

- 1) предметно-пространственная развивающая образовательная среда;
- 2) характер взаимодействия со взрослыми;
- 3) характер взаимодействия с другими детьми;
- 4) система отношений ребенка к миру, к другим людям, к себе самому.

Условия реализации Программы должны обеспечивать полноценное развитие личности детей во всех основных образовательных областях, а именно: в сферах социально-коммуникативного, познавательного, речевого, художественно-эстетического и физического развития личности детей на фоне их эмоционального благополучия и положительного отношения к миру, к себе и к другим людям.

Завершающий результат ребенок овладевает основными культурными способами деятельности, проявляет инициативу и самостоятельность в разных видах деятельности - игре, общении, познавательно-исследовательской деятельности, конструировании и др.; способен выбирать себе род занятий, участников по совместной деятельности; ребенок обладает установкой положительного отношения к миру, к разным видам труда, другим людям и самому себе, обладает чувством собственного достоинства; активно взаимодействует со сверстниками и взрослыми, участвует в совместных играх [1]. Способен договариваться, учитывать интересы и чувства других, сопереживать неудачам и радоваться успехам других, адекватно проявляет свои чувства, в том числе чувство веры в себя, старается разрешать конфликты; ребенок обладает развитым воображением, которое реализуется в разных видах деятельности, и прежде всего в игре; ребенок владеет разными формами и видами игры, различает условную и реальную ситуации, умеет подчиняться разным правилам и социальным нормам; ребенок достаточно хорошо владеет устной речью, может выражать свои мысли и желания, может использовать речь для выражения своих мыслей, чувств и желаний, построения речевого высказывания в ситуации общения, может выделять звуки в словах, у

ребенка складываются предпосылки грамотности; у ребенка развита крупная и мелкая моторика; он подвижен, вынослив, владеет основными движениями, может контролировать свои движения и управлять ими; ребенок способен к волевым усилиям, может следовать социальным нормам поведения и правилам в разных видах деятельности, во взаимоотношениях со взрослыми и сверстниками, может соблюдать правила безопасного поведения и личной гигиены; ребенок проявляет любознательность, задает вопросы взрослым и сверстникам, интересуется причинно-следственными связями, пытается самостоятельно придумывать объяснения явлениям природы и поступкам людей; склонен наблюдать, экспериментировать. Обладает начальными знаниями о себе, о природном и социальном мире, в котором он живет; знаком с произведениями детской литературы, обладает элементарными представлениями из области живой природы, естествознания, математики, истории и т.п.; ребенок способен к принятию собственных решений, опираясь на свои знания и умения в различных видах деятельности. [1].

### **1.3. Маркетинговый анализ, стратегия и сбыт продукта**

Следующим этапом было проведение маркетингового анализа. Вопросы были составлены на основе теории JTBD – модель, помогающая подобраться как можно ближе к истинным желаниям потребителя, сделать качественные прогнозы для создания инновационных и востребованных продуктов [10].

По результатам маркетинговых исследований, была составлена карта конкурентов, в ядре которой располагается потребность ЦА. Были выявлены прямые и косвенные конкуренты. Прямыми конкурентами стали недавно появившиеся сайты и приложения, сочетающие в себе схожие с нашим продуктом задания и система обучения.

В ходе анализа конкурентов были выявлены несколько мобильных приложений, которые также предлагают подготовку дошкольников к школе:

1. Приключения Чевостика: для нас важно не просто давать детям базис академического образования, а предоставлять его в настолько увлекательной форме, чтобы наши уроки становились главными впечатлениями их детства.

2. Учи.ру: крупнейшая российская образовательная онлайн-платформа, на которой 12 млн учеников изучают школьные предметы в интерактивной форме по индивидуальной траектории, учатся программированию, развивают гибкие навыки, готовятся к ВПР и ОГЭ, а также участвуют в олимпиадах.

3. IQsha: Наша миссия – это рост уровня детского образования, который достигается с помощью уникальной методики IQ007 и лучших профессиональных педагогов. Мы учим детей скорочтению, ментальной арифметике, интеллектуальному английскому, каллиграфии и грамотному письму, но главное – развиваем память и интеллект, чтобы изменить жизнь своих учеников к лучшему.

4. Дошкола Тилли: это приложение, помогающее выстраивать индивидуальные маршруты обучения дошкольника и экономить время на поисках развивающих материалов.

5. ЛогикЛайк: международная образовательная онлайн-платформа по развитию логики и мышления.

Косвенные конкуренты стали приложения, которые несут тот же посыл обучения, что и наш продукт:

1. Онлайн школа Tetrika.
2. Kids Smart.
3. Разумейкин.
4. Фоксфорд.
5. Квадривиум.
6. Онлайн школа №1.
7. Талантикум.

## 8. Пеликан.

По результатам маркетинговых исследований, была составлена карта конкурентов, в ядре которой располагается потребность ЦА. Прямыми конкурентами стали сайты имеющие аналоговую систему обучения. Косвенными конкурентами стали аналоги, которые дают обучение не в интерактивном формате, а в формате видео и текста.



Рисунок 1.1 – Прямые и косвенные конкуренты.

Для подробного описания и анализа были выбраны сервисы Учи.ру и Приключения Чевостика, набравшие наибольшее количество голосов в опросе.

На просторах интернета сейчас присутствует множество сайтов для обучения дошкольников, однако чаще всего они представляют из себя структурированную по категориям информацию. Однако все эти стадии обучения не связаны между собой общей смысловой задумкой. И аудитории приходится самостоятельно переходить от одного блока к другому, так же можно и просто смотреть информацию на просторах интернета.

Таблица 1.2

Подробный анализ конкурентов

Параметры оценки	Учи ру	Приключения Чевостика
Охват	> 12млн пользователей	109 тысяч пользователей
Цена	Стоимость подписки 1490р. на год	Стоимость подписки 1999р. на год
ЦА	Курсы для дошкольников и учеников с 1-11 класс	Курсы для детей от 3-8 лет
Позиционирование	<p>Учи.ру – это крупнейшая российская образовательная онлайн платформа, на которой более 12 млн. учеников изучают школьные предметы в интерактивной форме по индивидуальной траектории, учатся программированию, развивают гибкие навыки, готовятся к ВПР и ОГЭ, а также участвуют в олимпиадах. Заниматься на учи ру можно в школе и дома. Использование платформы позволяет удвоить темп прироста знаний, делает уроки и домашние задания более увлекательными и улучшает качество преподавания. Учи. ру- вдохновляет на развитие!</p>	<p>Наш сайт-это приключения. Для нас важно давать не просто детям базис академического образования, а предоставлять его в настолько увлекательной форме, чтобы наши уроки становились главными впечатлениями их детства.</p>
Платформа	Компьютер	Компьютер
Подача информации	Аудиально, визуально	Аудиально
Сервисы	Задания, олимпиады, инструменты для учителей	Игра

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что на рынке существует несколько конкурирующих приложений для подготовки дошкольников к школе. Однако, наша разработка будет отличаться уникальным подходом, персонализацией и адаптацией к каждому ребенку, а также широким спектром образовательных и игровых модулей, которые

помогут развивать не только умственные, но и социальные навыки у детей [4].

Общий тренд среди этих приложений – это сфокусированность на увлекательности, качественном образовательном контенте, игровом подходе к обучению, а также возможность персонализации под нужды каждого ребенка. Конкуренция на рынке интерактивных образовательных приложений для дошкольников является довольно активной, поэтому успешное приложение должно предложить уникальное предложение и/или дополнительную ценность для привлечения целевой аудитории.

Далее была составлена таблица по SWOT-анализу. Это элемент стратегического управления бизнесом [15, с. 123]. Методика позволяет понять свое текущее положение и выстроить стратегию развития бизнеса. Это метод комплексной оценки факторов, напрямую и косвенно влияющих на бизнес. Помогает компании найти и использовать в стратегии свои сильные стороны, сформировать УТП, проанализировать свою позицию с конкурентами, обнаружить уязвимые места, выявить критические ситуации – угрозы. Опираясь на достоверную информацию, был продуман количественный тип анализа, представленный в таблице 1.3.

Таблица 1.3

### SWOT анализ

<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• разработка приложения в сфере обучения детей</li> <li>• разработка приложения возможна в сотрудничестве с ведущими IT-компаниями</li> <li>• широкая ЦА</li> <li>• качественный дизайн</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• высокая конкуренция</li> <li>• отсутствие стаж и репутация на рынке – это новая торговая марка</li> </ul>
<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• возможность государственной поддержки</li> <li>• привлечение инвесторов</li> <li>• опыт работы и завоеванный имидж на рынке</li> <li>• наработка широкой клиентской базы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• наличие более сильных конкурентов внутри сегмента</li> <li>• перенасыщение рынка разработчиками из-за низких барьеров входа</li> <li>• падение финансовой устойчивости</li> <li>• повышение налогов</li> </ul>

На слабые стороны проекта можно повлиять с помощью рекламных инструментов, увеличивая узнаваемость бренда, формируя лояльность аудитории, информируя людей о появлении нового развивающего приложения для детей, о его функционале и возможностях.

Большая часть выделенного бюджета будет направлена на привлечение аудитории к приложению, то есть на рекламу. Это будет распределение рекламного контента по разным онлайн сервисам, таким как ВК, Яндекс, Телеграмм и другие схожие сети.

Оценка рынка важна с точки зрения количества потребителей и количества денег, которые можно заработать в выбранной нише [12]. Проектируемый сервис подразумевается платным и предлагает подписку на месяц, полгода или год для пользователей платформы.

## ГЛАВА 2. БИЗНЕС-МОДЕЛЬ СТАРТАП-ПРОЕКТА

### 2.1. Производственный план

Любая компания, вне зависимости от своего масштаба, имеет производственную систему, в которой задействованы различные факторы производства (земля, капитал, труд, предпринимательские способности, информация), преобразуемые в дальнейшем в товары, работы или услуги. В ходе формирования производственного плана компании определяют этапы и особенности будущего технологического процесса, необходимые для производства и реализации онлайн-продукта [11, с. 28].

Образовательная платформа будет реализована в форме мобильного приложения. Разработка образовательной платформы будет иметь кроссплатформенный статус. Это означает, что программный код, на котором написана платформа, будет одинаково работать сразу на двух платформах - IOS и Android. Инструментом для реализации мобильного приложения на перечисленных операционных системах будет являться Backendless, необходимый для формирования сервиса Backend. Платформа используется для создания приложений, позволяет использовать уже готовые шаблонные сборки для дальнейшей разработки, что может значительно сократить издержки проекта. Кроме того, данный инструмент поддерживает несколько стеков (языков программирования), среди которых представлены как IOS, так и Android. Программирование с помощью облачного сервиса является важным аспектом в процессе разработке мобильного приложения стартапа, поскольку может аккумулировать в себе данные по проекту, формируя при этом базу данных, подверженную сторонней аналитике. Сервисом Backendless можно воспользоваться совершенно бесплатно, так как на нем представлен бесплатный тариф для частных лиц и малого бизнеса [35].

Немалую роль в разработке продукта играет и его визуальное

оформление, за реализацию которого отвечает Fronted-разработка. Данное направление собирает в себе все визуальные компоненты онлайн-продукта, с которыми может взаимодействовать пользователь. В качестве вспомогательных средств используются разные языки программирования, среди которых можно выделить:

- HTML (программный язык, предназначенный для создания базовой структуры визуального представления продукта);
- JavaScript (программный язык, предназначенный для формирования интерактивности ранее созданных визуальных компонентов) [25, с. 414].

Прочая визуальная часть, представляющая из себя набор иллюстраций в контексте задумки внутренней игры, создана силами авторов проекта и будет интегрирована в мобильное приложение на этапе HTML-разработки. По этой причине, Fronted-разработка будет ограничена двумя этапами [25, с. 398].

Внутренняя и внешняя части мобильного приложения взаимодействуют друг с другом по принципу асинхронности. Это означает, что мобильное приложение подгружает только нужные изменения и обновления контента. Последним же этапом в рамках разработки образовательной платформы является тестирование. Этап тестирования позволяет компании убедиться в работоспособности кода, а также исправить ошибку до релиза.

Таблица 2.1

#### Производственные издержки

Наименование затрат	Сумма, руб.
Дизайн-проект	100 000
UX/UI дизайн	150 000
Продюсирование	100 000
Программирование Backend	400 000

Программирование Fronted	200 000
Тестирование приложения	100 000
<b>Итого</b>	<b>1 050 000</b>

Вышеперечисленные производственные этапы формируют собой производственные издержки. Производственные издержки обусловлены затратами компании-производителя на приобретение и преобразование факторов производства в товары или услуги. Описанный в выпускной квалификационной работе дизайн-проект выполнялся силами авторов работы, поэтому в таблицу 2.1 входят услуги дизайнера от компании разработчика.

Калькуляция себестоимости была произведена по формуле 2.1, представленной ниже по тексту, на основе полученных цифр из таблицы 2.2 и таблицы 1.5, так, полные издержки были поделены на количество предполагаемых приобретённых платных тарифов предприятиями из сферы онлайн-образования. Общие издержки при этом составили 1 266 900 рублей. Таким образом себестоимость одного реклама-места позволяет понять, что получаемая прибыль с одной подписки в размере 2 000 рублей покрывает издержки.

Таблица 2.2

#### Полные издержки

Наименование затрат	Сумма, руб.
Хостинг сервера	1 000
Техническая поддержка	50 000
Публикация в AppStore	9 900
Публикация в GooglePlay	2 500
Страховые взносы	2 500
Расчетный счет в банке	1 000
Маркетинговая компания	150 000

Производственные издержки	1 050 000
<b>Итого</b>	<b>1 266 900</b>

$$\text{Себестоимость} = \frac{1\,266\,900}{2\,000} = 633,45 \text{ рублей} \quad (2.1)$$

## 2.2. Организационный план

Любой проект, вне зависимости от своей специфики, требует организационно-правовое оформление. В качестве организационно-правовой формы юридического лица для образовательной платформы было выбрано общество с ограниченной ответственностью (ООО), так как эта форма является идеальной возможностью для малого и среднего бизнеса привлекать инвестиции и взаимодействовать с другими участниками рынка [10]. Преимуществами данной формы являются снижение имущественных и законодательных рисков, а также возможность перехода с общей системы налогообложения на упрощенную. Упрощенная система налогообложения, в свою очередь, одним взносом замещает взносы по НДС и налогу на прибыль.

В практике российского предпринимательства и инвестирования существует несколько форм финансирования стартапа, но образовательная платформа «Капитан Ученикин и Вселенная Знаний» рассматривает для себя привлечение инвестиций на классических условиях, подразумевающих под собой оформление договора инвестиционного займа, когда индивидуальный предприниматель получает деньги от инвестора на определенный срок. Согласно статье 810 ГК РФ, заемщик обязан вернуть всю сумму займа в течение 30 дней по требованию инвестора. Безусловно, такие условия обуславливают собой ряд рисков, которые могут быть отражены на развитии компании [2]. Так как данная образовательная платформа является проектом на стыке сфер информационных технологий (ИТ) и образования, то может рассчитывать на поддержку от государства. Поддержка от государства подразумевает под собой выделение

грантов на конкурсной основе в денежном выражении до 20 млн. рублей для ООО, поэтому проектом рассматривается возможность использования данной формы государственной поддержки бизнеса.

Кроме того, проект образовательной платформы подлежит обязательному юридическому оформлению, включающему в себя такие юридические процедуры как:

- заверение документов у нотариуса, представление документов на регистрацию ООО в налоговую инспекцию;
- заказ печати;
- открытие расчетного счета;
- оплата уставного капитала всеми учредителями.

Мобильное приложение является инновационной разработкой и, согласно ГК РФ ч. 4 ст. 1259, оно является результатом интеллектуальной деятельности и объектом, на который распространяется авторские права [3]. В том числе это распространяется и на иконку-логотип как товарный знак. Его необходимо зарегистрировать на сайте Роспатента и получить свидетельство и его уникальный номер. Согласно ГК РФ ч. 4 ст. 1484, никто не вправе использовать товарный знак без разрешения правообладателя [2]. Интерфейс приложения охраняется нормативно-правовыми актами как промышленный образец, согласно ГК РФ ч. 4 ст. 1354, как нашедший отражение на изображениях внешнего вида [5].

Таблица 2.3

#### Штаб сотрудников

<b>Специальность</b>	<b>Численность</b>	<b>Требуемый стаж</b>	<b>Ежемесячная заработная плата</b>
Генеральный директор	1	От 5 лет	150 000 рублей
Главный бухгалтер	1	От 5 лет	120 000 рублей

Главный дизайнер	1	От 3 лет	80 000 рублей
Главный программист	1	От 3 лет	80 000 рублей
Юрист	1	От 5 лет	100 000 рублей
Тестировщик	2	От 3 лет	60 000 рублей
Аналитик	1	От 3 лет	100 000 рублей
Маркетолог	1	От 3 лет	100 000 рублей

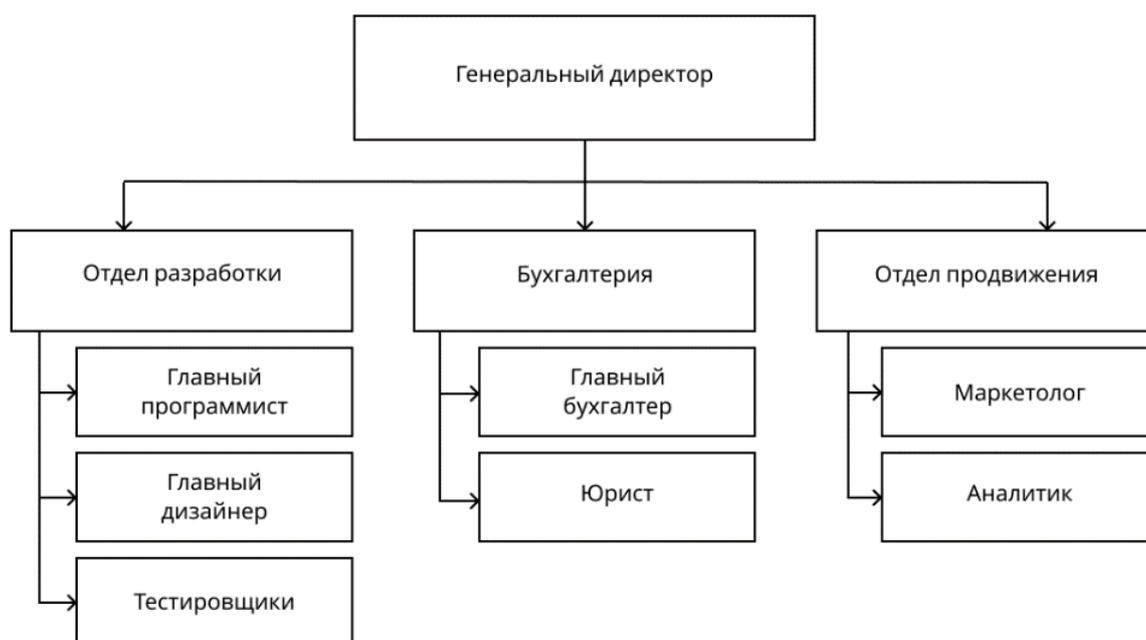


Рисунок 2.1 – Структура управленческой команды

В данном разделе бизнес-модели стартап-проекта важно описать персонал, их доли в управлении, квалификацию и оплату. Проект, связанный со сферой высоких технологий, прежде всего нуждается в большом числе квалифицированных технических специалистов и грамотной бухгалтерии. Так, была сформирована структура организации, которая делится на управленческую команду и основной штаб сотрудников [10]. Подробная информация изложена в рисунке 2.1. и таблице 2.3.

### 2.3. Финансовый план

Финансовый план любой организации строится после анализа характера контакта целевой аудитории с продуктом. Согласно всероссийской переписи населения, в Российской Федерации насчитывается 5 181 376 детей в возрасте от 5 до 7 лет. Более полная статистика, отражающая число детей дошкольного возраста в России представлена в таблице 2.4.

Таблица 2.4

Численность детей дошкольного возраста в России

Возраст	Девочки, чел.	Мальчики, чел.
5 лет	825 733	864 061
6 лет	865 811	908 523
7 лет	836 991	880 215
<b>Итого</b>	5 181 376	

На основе этих данных мы можем построить цепочку продаж, содержащую в себе процентное отражение конверсии. Проценты конверсии, которые мы будем использовать для составления цепочки продаж, были взяты из исследования рынка онлайн-образования, проведенного в 2023 году. Для построения воронки также представим ситуацию, при которой в первый месяц рекламной кампании образовательной платформой заинтересуется 5% от общего числа потенциальных покупателей, то есть родители 259 069 детей дошкольного возраста. Визуально цепочка продаж с заданными условиями отражена на рисунке 2.2.

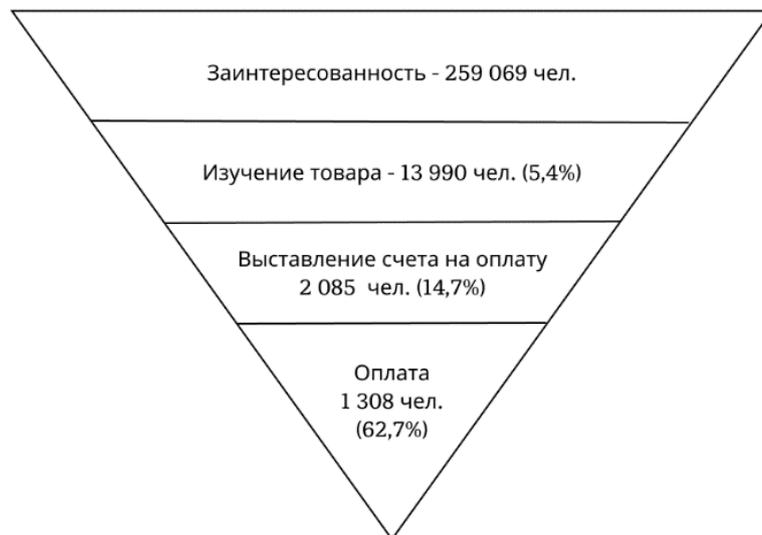


Рисунок 2.2 – Воронка продаж

С учетом полученных данных мы сможем рассчитать выручку в первый месяц работы компании. Так как продукт предоставляется клиенту по подписке, а стоимость подписки уже была нами рассчитана, мы можем приступить к расчету по формуле 2.2.

$$\text{Выручка} = \text{стоимость} * \text{продажи} = 2\,000 * 1\,308 = 2\,616\,000 \quad (2.2)$$

Таким образом, зная сумму выручки за первый месяц продаж подписки на использование внутреннего контента образовательной платформы мы можем составить план доходов и расходов проекта, высчитав при этом чистую прибыль. Таковой план представлен в таблице 2.5

Таблица 2.5

План доходов и расходов 1-го месяца

Статья	Доход	Расход
Выручка	2 616 000	

Фонд оплаты труда		790 000
Организационные расходы		1 266 900
НДФЛ		102 700
Налог по УСН		27 384
<b>Чистая прибыль</b>	429 016	

В результате расчетов из таблицы 2.5 мы получили чистую прибыль, равную 429 016 руб. Однако, здесь может возникнуть ложное представление о том, что чистая прибыль за первый месяц вместе с выручкой за второй месяц не смогу покрыть дальнейшие постоянные издержки. Здесь стоит также добавить, что во втором месяце охват целевой аудитории, очевидно, увеличиться хотя бы за счет эффекта «сарафанного радио». Такая ситуация приведет к повышению охвата до 1%, в связи с чем выручка возрастет до значения в 5 158 000 руб. За год увеличится на 5% подписки. В качестве подтверждения обратной гипотезы составим план доходов и расходов за второй месяц в таблице 2.6, добавив при этом статью нераспределенной прибыли, которая налогом облагаться уже не будет.

Таблица 2.6

План доходов и расходов 2-го месяца

Статья	Доход	Расход
Выручка	5 158 000	
Фонд оплаты труда		790 000
Постоянные издержки		207 000
НДФЛ		102 700
Налог по УСН		243 498
Нераспределенная прибыль	429 016	
<b>Чистая прибыль</b>	3 814 802	

Так, из таблицы 2.6 видно, что теоретически нераспределенная прибыль

прошлого периода сможет покрыть такие статьи расходов как постоянные издержки и уплата НДС. Однако, в нашем случае данные статьи расходов покрываются за счет выручки от продаж подписок на использование внутриплатформенного контента.

По прошествии двух месяцев активной продажи подписок общая чистая прибыль составит 4 243 818 руб. Если учитывать, что стоимость разработки продукта составила 1 266 900 руб., становится очевиден факт того, что срок окупаемости проекта составляет 2 месяца.

В дальнейшем сумма со счета нераспределенной прибыли, которая не будет потрачена на покрытие постоянных издержек, может быть направлена на масштабирование рекламной кампании или разработку дополнительного контента для повышения спроса на подписку образовательной платформы.

Благодаря приведенным выше расчётам можно увидеть оптимистичную динамику стартап-проекта, в связи с чем можно уверенно говорить о его инвестиционной привлекательности для государственных инвесторов в лице учреждений и фондов и для частных инвесторов в лице физических и юридических лиц.

## ГЛАВА 3. ОЦЕНКА СТАРТАП-ПРОЕКТА

### 3.1. Направленность, эффективность, конкурентоспособность

В данной оценке рассмотрим ключевые аспекты эффективности проекта.

Проект ориентирован на детей, что является перспективным с точки зрения формирования интереса к обучению с раннего возраста. Эффективность будет зависеть от того, насколько хорошо платформа адаптирована под потребности и интересы детей разного возраста. Эффективность образовательной платформы тесно связана с качеством предоставляемого контента и методикой обучения. Необходимо обеспечить разнообразие материалов, интерактивные уроки и игровые элементы для привлечения внимания учеников.

Стартап должен обеспечить стабильную и безопасную технологическую инфраструктуру. Эффективность платформы зависит от удобства использования, доступности для различных устройств и надежности в обработке данных. Важным фактором является вовлеченность родителей и учителей в образовательный процесс. Платформа должна предоставлять инструменты для мониторинга прогресса, обратной связи и взаимодействия с образовательными специалистами. Определение эффективности проекта требует системы измерения результатов. Это может включать в себя анализ успеваемости учеников, обратной связи от педагогов и уровня удовлетворенности родителей. «Капитан Ученикин» обладает потенциалом быть эффективным образовательным инструментом. Однако, успех проекта будет зависеть от учёта особенностей целевой аудитории, качества контента, технологической базы и взаимодействия с участниками образовательного процесса.

Регулярное обновление и адаптация под требования рынка могут сделать этот стартап успешным на долгосрочной перспективе. Оценка проекта учитывает множество факторов — как объективных, так и субъективных. Важно

помнить, что мониторинг стартапа без готового продукта всегда ниже уже вышедшего на рынок аналога. Поэтому выпуск продукта и начало монетизации должны стать ближайшими целями, чтобы доказать эффективность выбранной стратегии и показать на деле грамотный подход к управлению бизнесом [19].

Учтем совокупные проектные затраты, включая разработку платформы, маркетинг, обучение персонала и технологическую инфраструктуру. Эти затраты подлежат коррекции с учетом инфляции. Оценим потенциальные поступления доходов от продаж контента, подписок и других возможных источников. Прогнозируемые доходы также должны быть скорректированы с учетом инфляции. Определение рисков, связанных с конкуренцией, технологическими проблемами, изменениями в регулировании и другими факторами. Разработка стратегии управления рисками. Произведем дисконтирование будущих денежных потоков для учета временной стоимости денег. Это позволит оценить текущую стоимость будущих доходов и расходов. Применим инфляционные коррекции к затратам и доходам для актуализации их стоимости в будущем. Сложим скорректированные денежные потоки для получения прогнозной стоимости компании в будущем. Разработаем несколько сценариев, учитывая различные уровни рисков и варианты развития событий [19].

### **3.2. Проектные риски**

У каждого стартап-проекта существует свой «набор рисков», которые на современном глобальном рынке становятся все менее предсказуемыми. В таблице 3.1. перечислены возможные угрозы по методу анализа рисков.

## PEST анализ

Внешние факторы	Угрозы
Политические	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Изменения в законах, касающихся образовательных проектов или программ.</li> <li>-Непредвиденные правовые проблемы или конфликты.</li> <li>-Нарушение патентных или авторских прав.</li> </ul>
Экономические	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Воздействие экономических кризисов на финансовое состояние проекта.</li> <li>-Недостаток финансирования может замедлить разработку проекта.</li> <li>-Неудачи в привлечении инвестиций или неожиданные расходы.</li> </ul>
Социальные	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Возможность появления конкурирующих проектов.</li> <li>-Недостаточная уникальность продукта по сравнению с конкурентами.</li> <li>-Сложности в продвижении продукта на рынке.</li> <li>-Недостаточная реакция целевой аудитории.</li> <li>-Уход ключевых сотрудников или сложности в поиске квалифицированных специалистов.</li> <li>-Проблемы в командной работе и управлении персоналом.</li> <li>-Негативные отзывы и низкая удовлетворенность пользователей.</li> </ul>
Технологические	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Проблемы с разработкой программного обеспечения.</li> <li>-Технические сбои или непредвиденные трудности внедрения технологий.</li> </ul>

При перечисленных угрозах проект всегда можно видоизменить или подстроить под новую ситуацию. Управление и минимизация этих рисков требует тщательного планирования, мониторинга и реагирования на изменения в окружающей среде и внутренних условиях проекта.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги, в выпускной квалификационной работе в формате стартапа был составлен бизнес-план и создано графическое оформление для запуска образовательной платформы для детей дошкольного возраста «Капитан Ученикин и Вселенная Знаний». В результате были проработаны следующие темы:

- Общая характеристика проекта, включающая изучение сферы деятельности и сбор статистических данных рынка сбыта, выделение специфики ЦА и конкурентов, предположения о динамике развития проекта.
- Описание продукта и его уникальности с приложенным дизайн оформлением.
- Маркетинговые исследования с подсчетами объема рынка, картой конкурентов, определением сильных и слабых сторон проекта, SWOT и SMART-анализом.
- Производственный план с расчётами производственных издержек и калькуляция себестоимости одной единицы продукта.
- Организационный план с сформированной организационно-правовой частью и структурой организации.
- Финансовый план, содержащий воронку-продаж, план «доходы-расходы» и расчет срока окупаемости проекта.
- Эффективность направленности и дисконтированный показатель.
- Описание возможных проектных рисков.

При анализе конкурентов стало понятно, что похожей разработки на российском рынке пока существует несколько компаний, предоставляющих образовательные услуги в игровом формате, однако у контента внутри платформ конкурентов нет целостности и как такового бренда. Актуальность проекта, его преимущества и оригинальная стратегия позволят компании занять достойное лидирующие позиции на рынке дошкольного онлайн-образования.

Проект имеет две категории потребителей: родители детей дошкольного возраста и центры дошкольного образования. Образовательная платформа нацелена на помощь родителям и центрам дошкольного образования подготовить детей к обучению в первом классе школы. Платформа будет реализована в виде мобильного приложения. Скачивание будет бесплатным, но доступ к контенту будет предоставляться пользователям после приобретения подписки за 2 000 рублей.

Исследование рынка показало, что ниша, которую может занять проект наряду с конкурентами, составляет 259 069 единиц. Ниже представлена краткая выжимка финансовых расчётов:

- Себестоимость онлайн-продукта – 633,45 Р, получаемая прибыль с одной подписки покрывает все издержки.
- Выручка за 2 месяца – 7 774 000 Р
- Чистая прибыль за год – 4 243 818 Р

Проект заинтересован в привлечении инвестиций в размере 1 266 900 Р, которые планируются окупиться за 2 месяца. По итогам проделанной работы задача разработки бизнес-идеи и бизнес-плана проекта выпускной квалификационной работы в формате стартапа полностью выполнена, результаты получены и проанализированы, выводы сформированы в виде таблиц в тексте и в главе «заключение».

На данный момент кроме бизнес-плана также завершена работа по визуальному комплексу: были разработаны главные и второстепенные персонажи, макеты экранов, интерфейс.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Приказ Минобрнауки России от 17.10.2013 № 1155 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта дошкольного образования» (Зарегистрировано в Минюсте России 14.11.2013 № 30384) // Российская газета. - № 265. - 25.11.2013.

2. Статья 1484. Исключительное право на товарный знак. [Электронный ресурс] // Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 №230-ФЗ (действующая редакция с 29.11.2023). – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://legalacts.ru/kodeks/GK-RF-chast4/razdel-vii/glava-76/ss-2/2/statja-1484/> (дата обращения: 15.11.2023)

3. Статья 1259. Объекты авторских прав. [Электронный ресурс] // Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 №230-ФЗ (действующая редакция с 29.05.2023). – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://legalacts.ru/kodeks/GK-RF-chast-4/razdel-vii/glava-70/statja-1259/> (дата обращения: 20.11.2023)

4. Статья 810. Обязанность заёмщика возратить сумму займа. [Электронный ресурс] // Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 №14-ФЗ (действующая редакция с 01.12.2023). – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://clck.ru/38R3TK> (дата обращения: 15.05.2023)

5. Статья 1354. Патент на изобретение, полезную модель или промышленный образец. [Электронный ресурс] // Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 №230-ФЗ (действующая редакция с 29.05.2023). – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://legalacts.ru/kodeks/GK-RF-chast-4/razdel-vii/glava-72/ss-1/statja1354/> (дата обращения: 20.11.2023)

6. Аладьина, А.А. Роль интерактивных методов обучения в формировании креативной личности // А.А. Аладьина, М.Е. Минайдарова., Х.Т.

Абдрахманова. – Тараз : Таразский государственный педагогический институт, 2011. –136 с.

7. Алтухова, А.Т. Факторы повышения конкурентоспособности предприятия // А. Т. Алтухова – М. : Ника-Центр, –2017.–№ 9.– С.35–38.

8. Ахутина, Т.В. Скоро школа. Путешествие с Бимом и Бомом в страну Математику // Т.В. Ахутина. – М. : Теревинф, 2016. – 74 с.

9. Бабаева, Т.И. У школьного порога // Бабаева Т.И.– М., 1993. – С. 54–71.

10. Бизнес-модель Остервальдера. [Электронный ресурс] // VC.ru – 2020. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://vc.ru/s/productstar/135102-biznes-modelostervaldera-cto-eto-takoe> (дата обращения: 19.11.2023)

11. Бланк, С. Стартап. Настольная книга основателя : перевод с английского / С.М. Бланк, Б. Дорф. , 3-е изд. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 616 с.

12. Богданова А.С., Оценка эффективности инвестиционных проектов, имеющих социальную направленность. // А.С. Богданова. – Мурманск: Научный форум, 2012.

13. Буре, Р.С. Организация труда детей и методика руководства // Дошкольное воспитание. – 2013. – № 4. – С.17.

14. Буре Р.С. Дошкольник и труд. Теория и методика трудового воспитания : Пособие для педагогов дошкольных учреждений // Р.С. Буре. – М. : Мозаика-Синтез, 2014. – 26 с.

15. Буров, В. П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: учебное пособие / В.П. Буров, А.Л. Ломакин, В.А. Морошкин. – М. : ИНФРА-М, 2022. – 192 с.

16. Бухаркина, М.Ю. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования // М.Ю. Бухаркина, М.В. Моисеева, А.Е. Петров, Е.С. Полат. – М. : Издательский центр «Академия», 2006. – 230с.

17. Валдайцев, С. В. Малое инновационное предпринимательство : учебное пособие // С. В. Валдайцев, Н. Н. Молчанов, – М. : Проспект, 2014.–536 с.
18. Веракса, Н.Е. От рождения до школы. Инновационная программа дошкольного образования. // Н.Е. Веракса, Т.С. Комарова, Э. М. Дорофеева. – 5-ое изд. (инновационное), испр. и доп. – М. : МОЗАИКА-СИНТЕЗ, 2019. – 336 с.
19. Войнова. Ю.А. Классификация рисков стартапа – 2017. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiyariskov-startapa/viewer> (дата обращения: 24.11.2023)
20. Горвиц, Ю.М. Новые информационные технологии в дошкольном образовании / под ред. Ю.М. Горвиц. – М.: Линка-Пресс, 2008. – 328 с.
21. Горвиц, Ю.М. Развивающие игровые программы для дошкольников. // Информатика и образование. – 1990. – №4. – С.100-106.
22. Как сделать иконку приложения правильно// [Электронный ресурс] // Appbooster.ru – 2021. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://appbooster.com/blog/kak-sdielat-ikonku-prilozhieniia-pravilno/> (дата обращения: 10.12.2023)
23. Как оценить объем рынка? РАМ, ТАМ, САМ, SOM. // [Электронный ресурс] // VC.ru – 2023. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://vc.ru/u/1408485-aleksey-bondarev/593363-kak-ocenit-obem-rynka-ram-tam-sam-som-chto-zazveriiz-treh-bukv> (дата обращения: 22.11.2023)
24. Клопотова, Е. Компьютерные игры в жизни современных дошкольников / Е. Клопотова, Ю.Романова //Дошкольное воспитание – 2014. - №7. – С.97- 104.
25. Купер А., Носсел К., Кнонин Д. Интерфейс. Основы проектирования взаимодействия: Учебник/под ред. Н. Ремицана – 4-е изд. – СПб.: Питер – 2022. – 434 с.

26. Льготы и меры поддержки для IT-компаний в России // [Электронный ресурс] // Tadviser.ru – 2023. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://clck.ru/38QmXh> (дата обращения: 10.11.2023)

27. Новикова Г. Психолого-педагогическая готовность к школе // Дошкольное воспитание – 2005. - №8. – с.95-100 20. Франтасова О. Готовность детей к школьному обучению. // Дошкольное воспитание. – 2014. - №7. – С. 48 – 51.

28. Обухова, С.Н. Детский дизайн как средство развития творческих способностей у дошкольников [Электронный ресурс] : методические рекомендации для педагогов дошкольных образовательных учреждений / сост.: С. Н. Обухова, Н. Н. Королева. – Электрон. текстовые дан. (1 файл: 3,89 Мб). – Челябинск : ЧИППКРО, – 2021.

29. Петров К.Н. Как разработать бизнес-план: монография / К.Н. Петров. – М.: Издательский дом Вильямс, 2011. – 123 с.

30. Раева И.В., Стартап: понятие, особенности, методы оценки. // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2021. – №6(237). – С. 45–55.

31. Рис, Э. Метод стартапа. Предпринимательские принципы управления для долгосрочного роста компании // Э. Рис. – М. : Альпина Паблишер, 2018. – 350 с.

32. Самылин А.И. Корпоративные финансы. Финансовые расчеты: учебник / А.И. Самылин. – М.: ИНФРА-М, 2022. – 472 с.

33. Сторчак Е.Ю. Прибыль как основной финансовый результат деятельности коммерческой организации – 2018. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://clck.ru/38R5oG> (дата обращения: 28.11.2023)

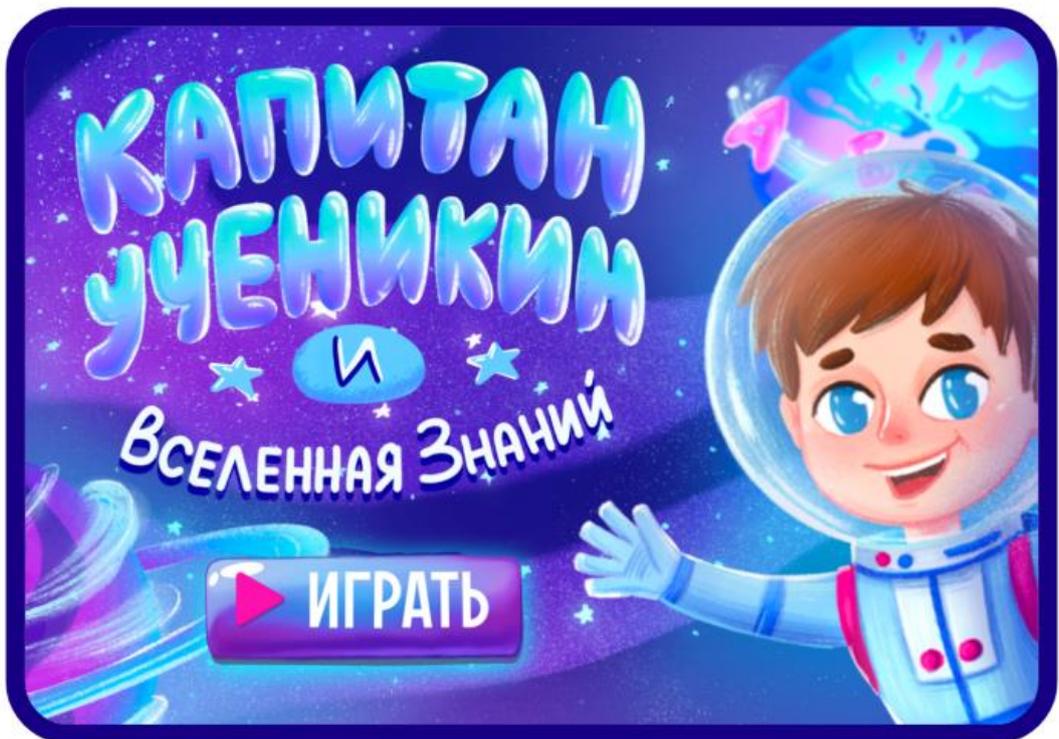
34. Чернышева Ю. Г. Бизнес-анализ: учебник / Ю.Г. Чернышева. – М.: ИНФРА-М, 2023. – 648 с.

35. Heroku // Heroku.com – 2023. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.heroku.com> (дата обращения: 25.11.2023)

36. Skillbox X геймдейв: Как написать персонажа для игры / Д. Логинова, Д. Земляникин. – 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/gamedev/kak-napisat-personazha-dlya-igry-bazovyeshagi/> (дата обращения: 21.11. 2023)

## ПРИЛОЖЕНИЯ

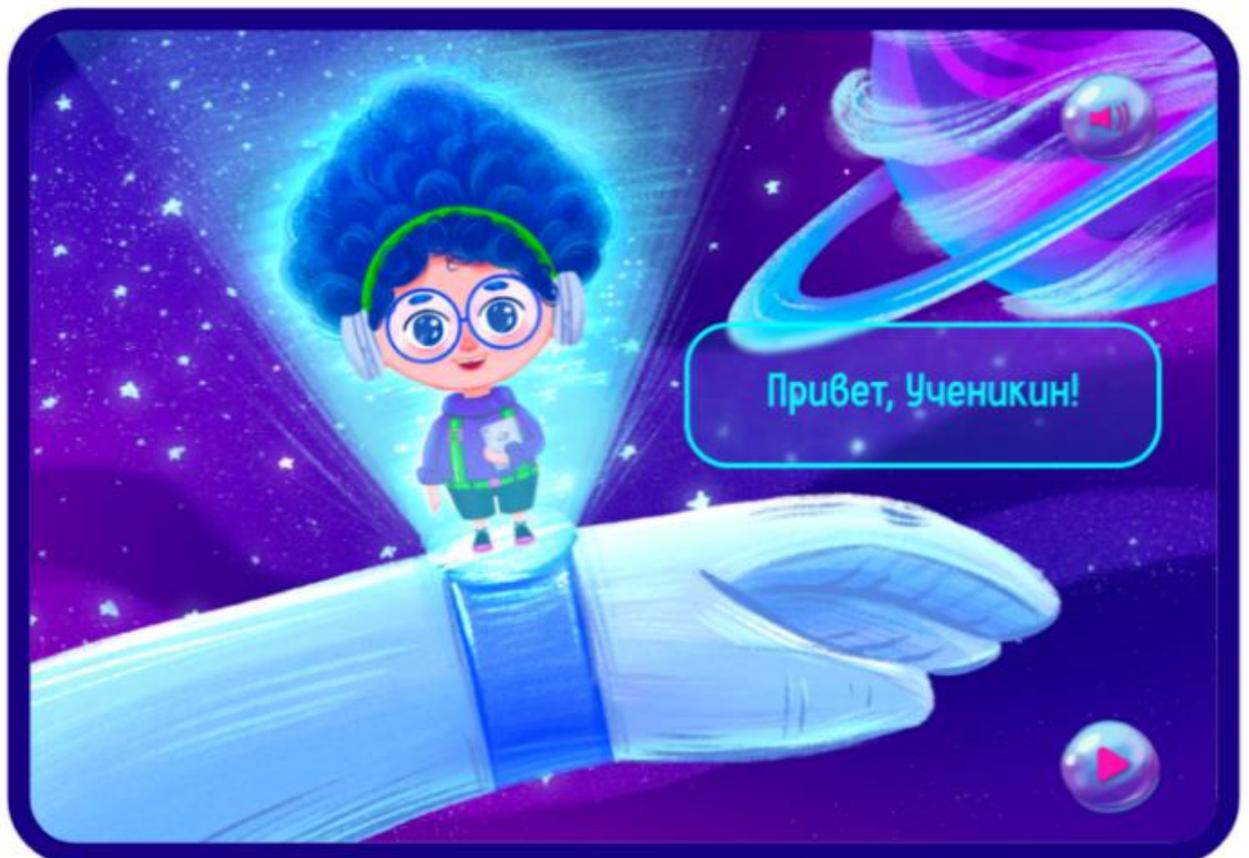
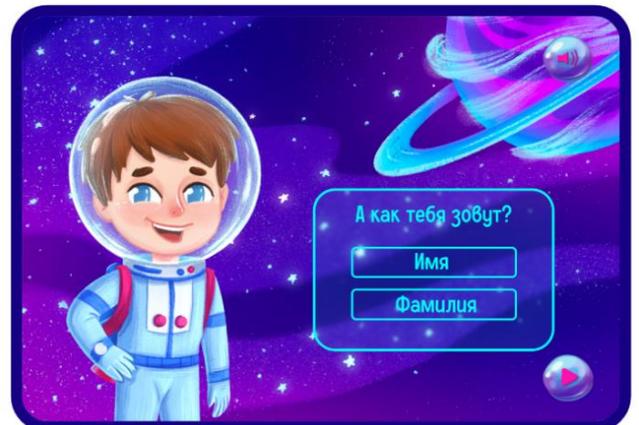
### Приложение А. Иконка и обложка приложения



Приложение Б. Главные персонажи



Приложение В. Дизайн-макет интерфейса игры






**Планета Буквиков**  
 на этой планете вы познакомитесь с буквами буквами и Принцессой Формогравицей, узнаете все буквы алфавита, и научитесь различать гласные и согласные



**Планета Цифриков**  
 на этой планете вы познакомитесь с цифрами и Королевой Математики, научитесь считать от 0 до 10, решать простые задачи

**ТЫ ОТЛИЧНО СПРАВИЛСЯ!**



**ТЫ ХОРОШО СПРАВИЛСЯ!**



## Приложение Г. Финансовая модель

месяц	12953											год	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		12
выручка	2 616 000	5 158 000	5 676 000	6 040 000	10 860 000	11 800 000	12 400 000	15 600 000	16 400 000	18 600 000	21 600 000	25 906 000	<b>152 656 000</b>
Организационные расходы	1 266 900												<b>1 266 900</b>
фонд оплаты труда	790 000	790 000	790 000	790 000	790 000	790 000	790 000	790 000	790 000	790 000	790 000	790 000	<b>9 480 000</b>
пост.издержки		207 000	207 000	207 000	207 000	207 000	207 000	207 000	207 000	207 000	207 000	207 000	<b>2 277 000</b>
переменные издержки			300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	400 000	300 000	600 000	700 000	<b>3 800 000</b>
ндфл	102 700	102 700	102 700	102 700	102 700	102 700	102 700	102 700	102 700	102 700	102 700	102 700	<b>1 232 400</b>
налог по усн	27 384	243 498	274 578	296 418	585 618	642 018	678 018	870 018	918 018	1 050 018	1 230 018	1 488 378	<b>8 303 982</b>
чистая прибыль	429 016	3 814 802	4 301 722	4 643 882	9 174 682	10 058 282	10 622 282	13 630 282	14 382 282	16 450 282	19 270 282	23 317 922	<b>130 095 718</b>
нераспределенная прибыль		4 243 818	8 545 540	13 189 422	22 364 104	32 422 386	43 044 668	56 674 950	71 057 232	87 507 514	106 777 796	130 095 718	
выручка за год	152 656 000												
чистая прибыль	130095718										0		
не распределенная прибыль	130 095 718												