



ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕМОРАНДУМ ПРОЕКТА

Galior® Market: Маркетплейс цифровых продуктов

Площадка для покупки/продажи шаблонов сайтов,
модулей для CMS, логотипов, рисунков и иллюстраций



КОНФИДЕНЦИАЛЬНО

СОДЕРЖАНИЕ

1. РЕЗЮМЕ	3
2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЕКТА И СТРАТЕГИЯ ЕГО РАЗВИТИЯ	8
2.1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ПРОЕКТЕ	8
2.2. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПРОЕКТА	16
3. АНАЛИЗ РЫНКОВ СБЫТА. СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА	18
3.1. РЫНОК ВЕБ-РАЗРАБОТОК И ДИЗАЙНА В ИНТЕРНЕТЕ	18
3.2. СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА	27
4. ПЛАН МОНЕТИЗАЦИИ	30
4.1. ПРОГРАММА ОКАЗАНИЯ УСЛУГ	30
4.2. РАСХОДЫ ПО ПРОЕКТУ	33
5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН	35
5.1. ПЕРСОНАЛ.....	35
6. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	37
6.1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	37
6.2. НАЛОГОВОЕ ОКРУЖЕНИЕ	37
6.3. ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА.....	38
6.4. ОЦЕНКА РИСКОВ	40

Приложение 1. Финансовая модель проекта

1. РЕЗЮМЕ

Galior® Market – это площадка для покупки/продажи шаблонов сайтов, модулей для CMS, логотипов и иллюстраций, существующая с 2012 года.

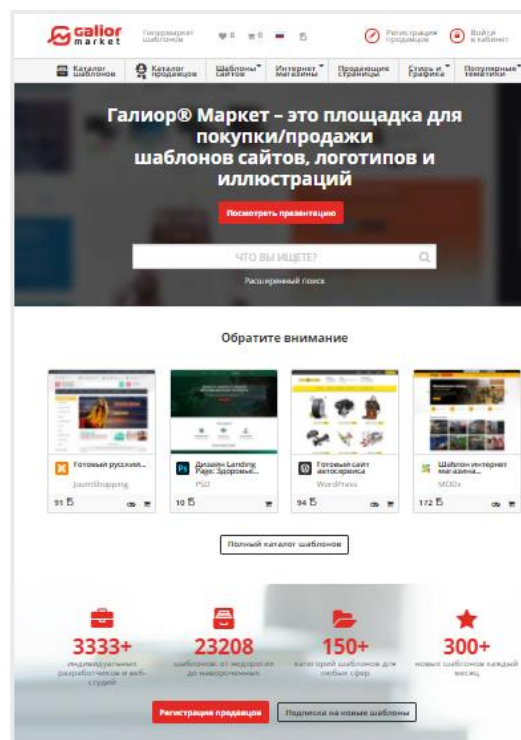
На площадке Galior® Market веб-студии и фрилансеры выставляют на продажу свои цифровые продукты (шаблоны сайтов, логотипы, рисунки, иллюстраций, модули и плагины), а также настраивают стоимость своих дополнительных услуг, которые могут быть оплачены вместе с продуктом. Покупатели ищут и оплачивают шаблоны и прочие услуги.

На сегодняшний день площадка объединяет более 3 300 индивидуальных разработчиков и веб-студий, на площадке собрано более 23 200 шаблонов сайтов, разделенных на 150 категорий. Площадка ориентирована на продавцов и покупателей из стран СНГ.

Важно отметить, что площадка Galior® Market не использовала продвижение для привлечения клиентов – все продавцы и покупатели являются органическими.

Маркетплейс даёт продавцу:

- Удобный инструмент продажи своих работ. Нет необходимости разрабатывать и продвигать свой собственный интернет-магазин;
- Гуманную модерацию шаблонов. Нет жестких требований к размещаемым продуктам;
- Большой классификатор каталога: около 30 различных типов продуктов и более 80 тематик;
- Возможность вести свой блог, поднимать свой авторитет и узнаваемость на площадке и в сети интернет;
- Множество способов выделиться среди конкурентов внутри площадки;



- Документальное подтверждение продажи. Закрывающие документы для отчетности.

Маркетплейс даёт клиенту:

- Экономии времени и средств для запуска сайта, лендинга или интернет-магазина;
- Огромный выбор готовых решений для запуска сайта. Шаблоны со всего СНГ, для любого кошелька;
- Удобный поиск нужного продукта: быстрый фильтр и умный текстовый поиск, мобильную версию сайта;
- Удобные способы оплаты: любой картой СНГ или Европы, Webmoney, Яндекс.Деньги, Qiwi, Альфа-Клик, Сбербанк Онлайн;
- Документальное подтверждение покупки.

Анализ рынка веб-разработок и дизайна в интернете

Рынок web-разработок в Беларуси в 2018 году достиг 14 млн USD, увеличившись относительно предыдущего года на 30%. В 2019 году емкость рынка оценивалась экспертами на уровне 18 млн USD. Разработка сайтов является лишь сегментом рынка web-разработок, и ее доля составляет около 30-40% (6,3 млн USD). Российский рынок разработки сайтов в 2019 году составлял около 139 млн USD, что больше аналогичного показателя предыдущего года в иностранной валюте на 24,5% (в национальной валюте – на 28,6%). Рост обусловлен усложнением проектов крупных заказчиков, появлением новых бизнесов, ростом в сегменте e-commerce и увеличением количества иностранных заказчиков у разработчиков. Рынок русскоязычного пространства в СНГ оценивается экспертами на уровне 0,6 млрд USD.

Подспорьем для развития бизнеса в сфере маркетплейсов шаблонных решений в сфере вэб-разработки и вэб-дизайна выступают рост количества web-разработчиков различной квалификации, увеличение количества стартапов среди молодежи, переход бизнеса в онлайн-сегмент, а также рост интернет-торговли в целом. Пользователи могут выбрать интересующий концепт среди широкого ряда представленных работ, а разработчики представить свой проект на популярной платформе.

Монетизация проекта

Площадка Galior® Market имеет следующие направления монетизации и тарифы:

- Проценты с продажи продуктов и услуг – 25%;
- Премиум аккаунт разработчиков – 5 USD/месяц или 40 USD/год;
- Платные места для карточек продуктов – 10 USD/неделю;
- Услуги «Поднять шаблон» и «Выделить» – 0,1 USD/раз и 0,5 USD/неделю соответственно;
- Платные места профиля разработчика – 20-22 USD/месяц;
- Платные баннерные места – 2 USD/1000 показов или 40 USD/неделю;
- Размещение статей (публикаций) на платной основе – 40 USD/публикация.

Программа монетизации прогнозировалась в разрезе рынков СНГ, EU/USA по 3 укрупненным направлениям монетизации:

- Проценты с продаж продуктов и услуг;
- Иные сервисы, в том числе подписки
- Реклама

Как отмечалось ранее, площадка Galior® Market не использовала продвижение для привлечения клиентов – все продавцы и покупатели являются органическими – поэтому для оценки реальной возможности привлечения новых покупателей и продавцов посредством контекстной рекламы использовался спрос на рынке.

По экспертным оценкам, при активном использовании продвижения площадка может привлечь от 22 700 новых потенциальных покупателей в квартал на рынке СНГ и от 17 620 новых потенциальных покупателей на рынке ЕС и от 1 135 и 587 новых потенциальных продавцов в квартал соответственно.

Значения показателей Unit-экономики на всем горизонте прогнозирования представлены в Таблицах 3-4 Приложения 1. к настоящему документу.

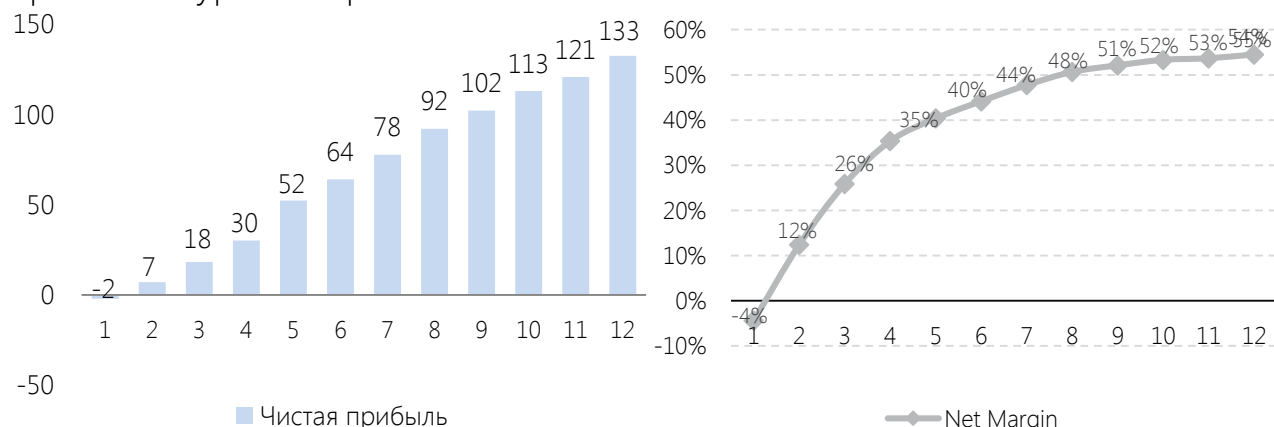


Согласно результатам расчетов, при реализации маркетинговой стратегии, компания сможет нарастить **выручку от 46 тыс. USD за 1 квартал реализации проекта до 243 тыс. USD по итогам 12-го квартала реализации проекта.** (876 тыс. USD за 3-й год) При этом, наибольший удельный вес в выручке от оказания услуг на

начальном этапе развития проекта составит выручка от доп. сервисов, однако уже в 12-м квартале выручка от процентов с продаж практически приблизится к значению выручки от доп. сервисов.

Финансово-экономическая оценка проекта

Финансовые результаты проекта характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности.



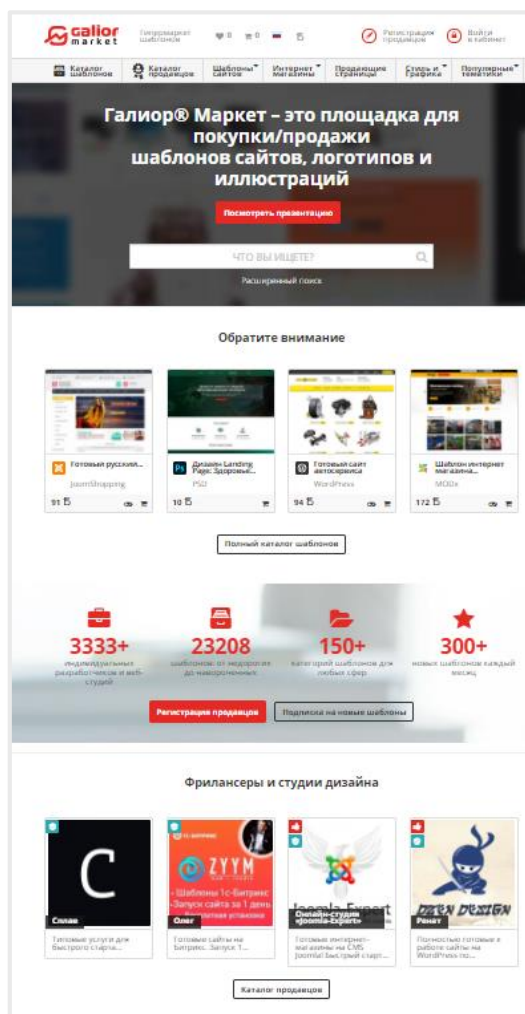
Результаты расчетов показывают, что, ежеквартально начиная со 2 квартала реализации проекта компания будет получать чистую прибыль, что свидетельствует о том, что деятельность создаваемого бизнеса будет эффективной. Наличие убытка в 1 квартале неизбежно и обусловлено наличием высоких затрат на персонал и недозагрузкой маркетплейса. Однако по итогам 12 квартала компания планирует нарастить чистую прибыль до 126 тыс. USD (445 тыс. USD за 3-й год). Уровень рентабельности продаж ожидается на уровне от 12% по итогам 2 квартала до 55% по итогам 12 квартала.

Выводы

Финансово-экономические показатели и расчет потоков денежных средств показывают, что с учетом планируемого объема выручки от осуществления финансово-хозяйственной деятельности по проекту возмещаются все расходы, связанные с деятельностью организации, включая уплату текущих платежей, уплачиваются налоги, отчисления и сборы, установленные действующим законодательством. Кроме того, обеспечивается получение чистой прибыли, достаточной для обеспечения текущей хозяйственной деятельности.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЕКТА И СТРАТЕГИЯ ЕГО РАЗВИТИЯ

2.1. Общая информация о проекте



Galior® Market – это площадка для покупки/продажи шаблонов сайтов, модулей для CMS, логотипов и иллюстраций, существующая с 2012 года.

На площадке Galior® Market веб-студии и фрилансеры выставляют на продажу свои цифровые продукты (шаблоны сайтов, логотипы, рисунки, иллюстраций, модули и плагины), а также настраивают стоимость своих дополнительных услуг, которые могут быть оплачены вместе с продуктом. Покупатели ищут и оплачивают шаблоны и прочие услуги.

Все платежи проходят через площадку, при этом маркетплейс удерживает оговоренную в публичном договоре комиссию в размере 25%.

Маркетплейс выступает в роли Поверенного, действующий от имени и по поручению Продавца. Маркетплейс не

отвечает за качество проданного цифрового товара Продавца. После продажи товара, все дальнейшие споры решаются между Продавцом и Покупателем. Это избавляет площадку отвечать по претензиям к качеству чужого товара.

На сегодняшний день площадка объединяет более 3 300 индивидуальных разработчиков и веб-студий, на площадке собрано более 23 200 шаблонов сайтов, разделенных на 150 категорий. Площадка ориентирована на продавцов и покупателей из стран СНГ.

Площадка предлагает продавцам получение один из следующих статусов:

- **Базовый** – может публиковать только объявление о продаже. Покупатель отправляет запрос на покупку напрямую продавцу. Площадка не участвует в купле/продаже.

- **Проверенный продавец** – документально подтвердил свои данные. Должен загружать архивы продуктов, которые и оплачиваются через площадку.

- **Премиум аккаунт** – платный расширенный аккаунт. Открывает дополнительные возможности для продавцов, такие как возможность продавать свои дополнительные услуги и назначать им стоимость, вести полноценный блог, отображать контакты продавца в профиле и на страницах шаблонов и прочее.

Внешний вид личного кабинета продавца представлен на рисунках 2.1.1-2.1.5

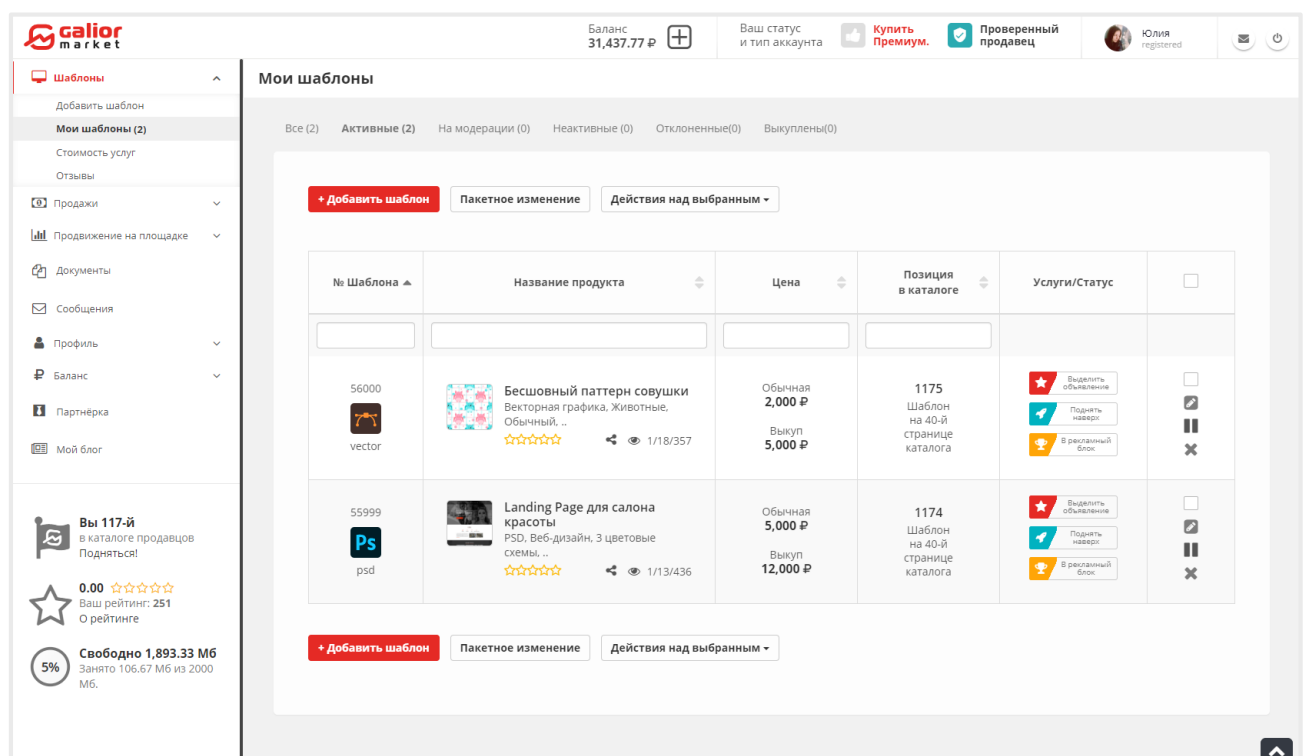


Рисунок 2.1.1. Внешний вид личного кабинета продавца.

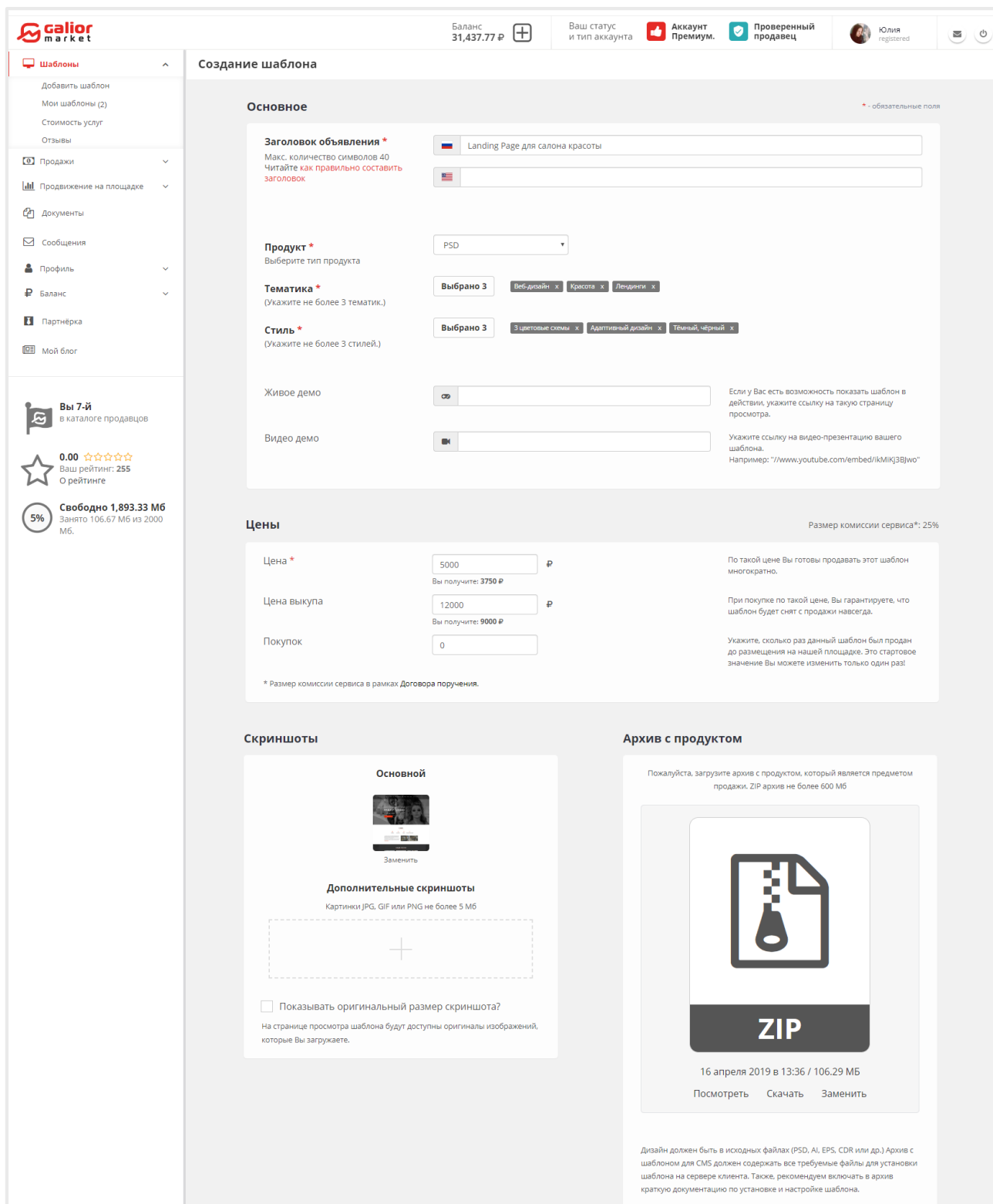


Рисунок 2.1.2. Внешний вид личного кабинета продавца.

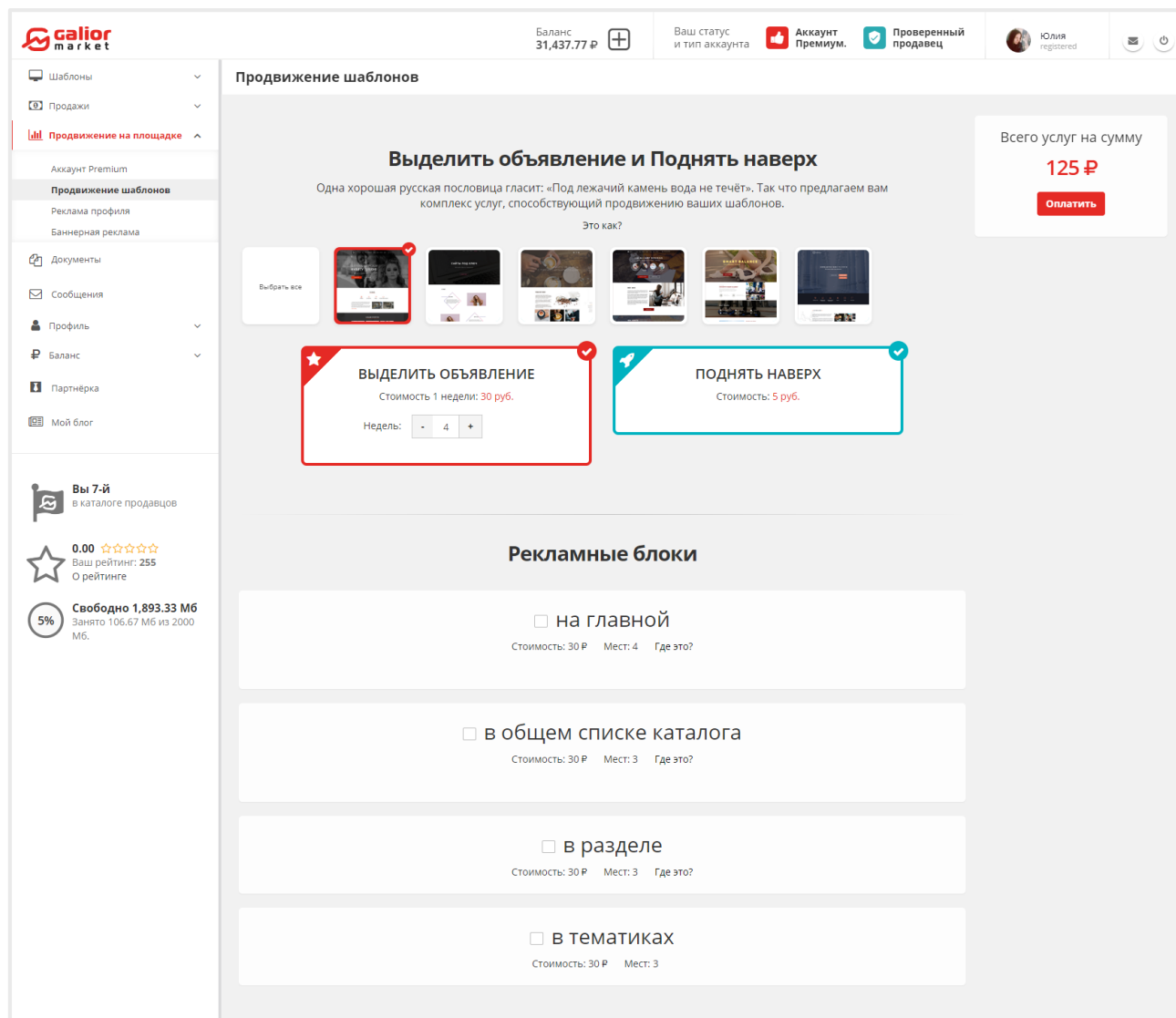


Рисунок 2.1.3. Внешний вид личного кабинета продавца.

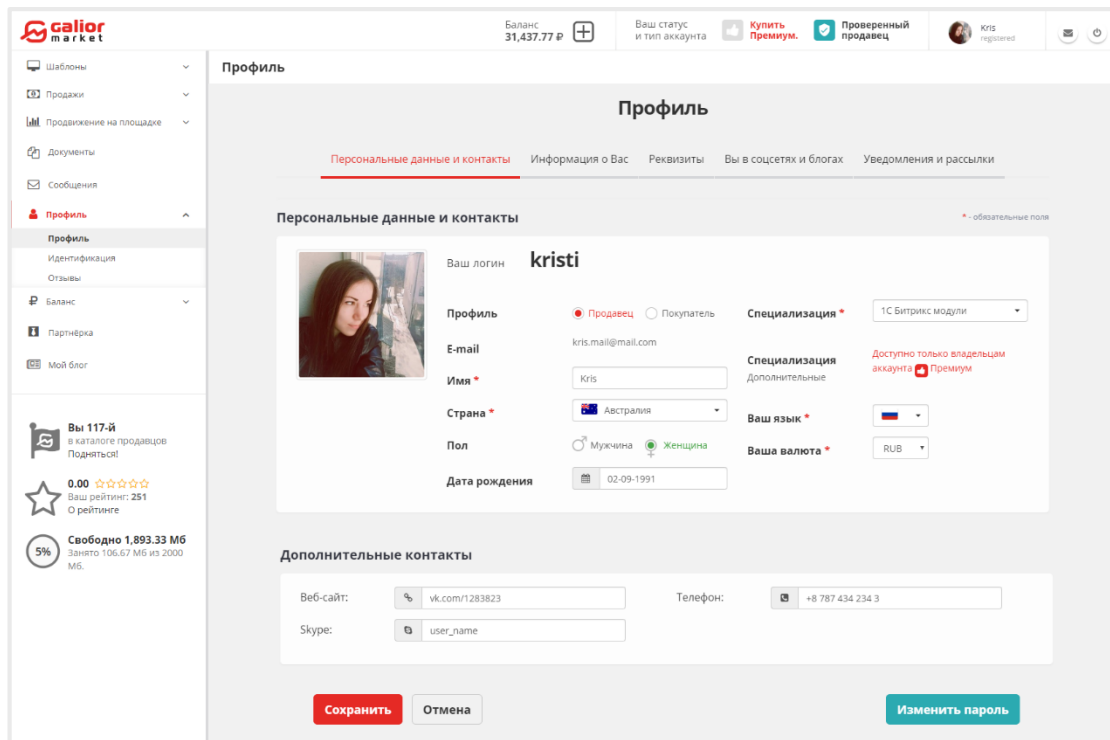


Рисунок 2.1.4. Внешний вид личного кабинета продавца.

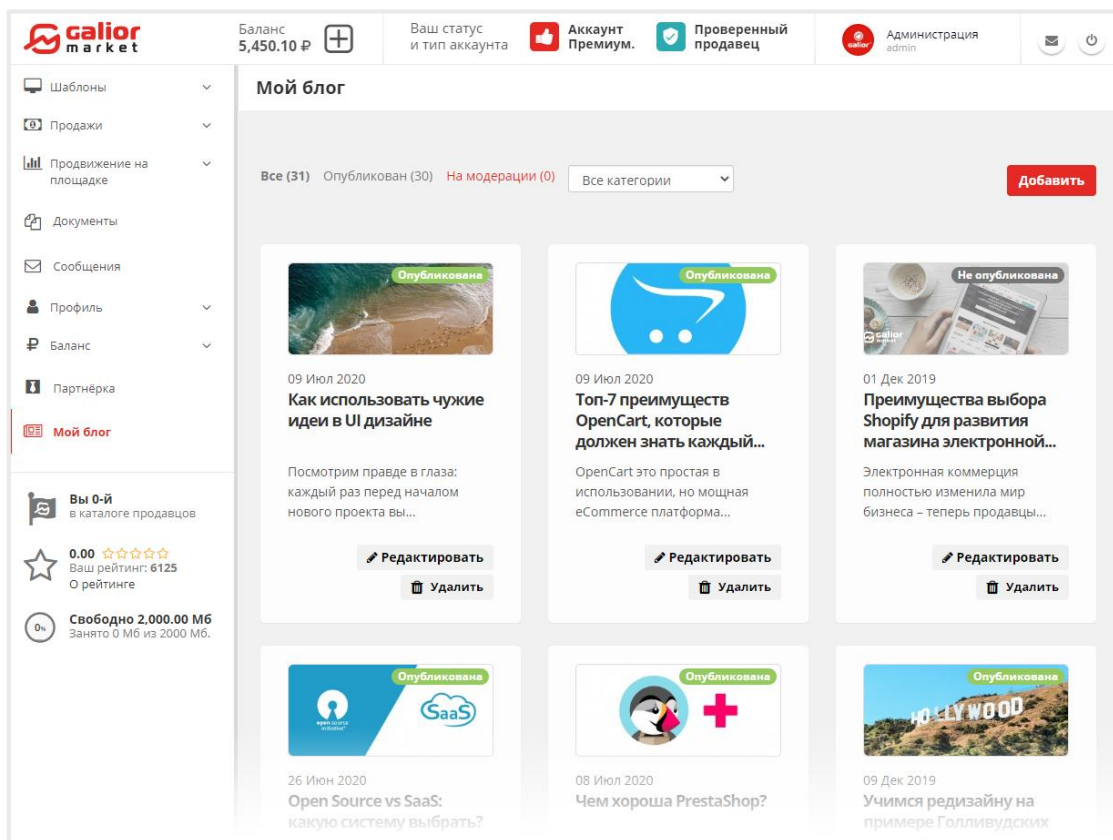


Рисунок 2.1.5. Внешний вид личного кабинета продавца.

Маркетплейс даёт продавцу:

- Удобный инструмент продажи своих работ. Нет необходимости разрабатывать и продвигать свой собственный интернет-магазин;
- Гуманную модерацию шаблонов. Нет жестких требований к размещаемым продуктам;
- Большой классификатор каталога: около 30 различных типов продуктов и более 80 тематик;
- Возможность вести свой блог, поднимать свой авторитет и узнаваемость на площадке и в сети интернет;
- Множество способов выделиться среди конкурентов внутри площадки;
- Документальное подтверждение продажи. Закрывающие документы для отчетности.

Маркетплейс даёт клиенту:

- Экономия времени и средств для запуска сайта, лендинга или интернет-магазина;
- Огромный выбор готовых решений для запуска сайта. Шаблоны со всего СНГ, для любого кошелька;
- Удобный поиск нужного продукта: быстрый фильтр и умный текстовый поиск, мобильную версию сайта;
- Удобные способы оплаты: любой картой СНГ или Европы, Webmoney, Yandex.Деньги, Qiwi, Альфа-Клик, Сбербанк Онлайн;
- Документальное подтверждение покупки.

Полный функционал площадки включает:

- Регистрацию продавцов и покупателей.
- Каталог цифровых продуктов с быстрой фильтрацией. Рейтинг и отзывы на продукты.
- Преюмодерация карточек продуктов и изменений.
- Умный и быстрый морфологический полнотекстовый поиск по каталогу (Sphinx).
- Каталог продавцов/разработчиков. Рейтинг и отзывы о продавцах.
- Обмен сообщениями.
- Корзина товаров. Добавление в корзину допол. услуг продавцов.
- Прием оплаты через Yandex.Касса и Unitpay.

- Возможности кабинета продавца:
 - Возможность публиковать в режиме Объявления (без подгрузки архива шаблона).
 - Идентификация и присвоение статуса “Проверенного продавца” (подгрузка скана документа и проверка).
 - Загрузка архивов с цифровыми продуктами (для “Проверенных продавцов”).
 - Пакетное изменение своих продуктов.
 - Настройка стоимости своих дополнительных услуг.
 - Личный блог с премодерацией.
 - Брендирование своего профиля.
 - Мои продажи.
 - Мои заказы.
 - Мои документы.
 - Сообщения. Переписка с покупателями и продавцами.
 - Пополнение баланса. История операций.
 - Платные услуги: Премиум аккаунт, Платные места для карточек продуктов, Услуги “Поднять шаблон” и “Выделить”, Платные места профиля разработчика, Платные баннерные места.
 - Партнёрская программа.
- Многоязычность. (RU, EN, на 85% переведен на ES).
- Мультивалютность: RUB, BYN, EUR, USD, UAH, KZT. Автоматический пересчет цен по курсу ЦБ РФ.
- Документооборот:
 - Загрузка и проверка регистрационных документов продавцов.
 - Акт передачи прав на цифровой продукт.
 - Акт к договору (при выводе средств продавцом).
- Хранение исходных файлов шаблонов на отдельных серверах.
- Регулировка для каждого пользователя выделенного объема на сервере для хранения архивов.
- Автоматическая рассылка:
 - Статьи и новости.
 - Ручная рассылка по выбранным критериям пользователей.
 - Статистики просмотра шаблонов.
 - Напоминание об окончании Премиум аккаунта.

- Подписка на шаблоны: уведомления о появлении продуктов по заданным критериям.
 - Парсинг и продажа шаблонов TemplateMonster по партнерской программе.
 - Собственная партнерская программа:
 - Бонус за приглашенного пользователя.
 - % с любой оплаты приглашенного.
 - Блог
 - Новости
 - Свой API для выгрузки товаров в XML.
 - Виджет для интеграции фильтра и каталога на любом сайте.
 - Выгрузка RSS лент статей и новостей (XML).
 - Выгрузка товарного фида для Google Merchant (XML).
 - Выгрузка товарного фида для Facebook Catalog Manager (XML).
 - Раздел Тендеры (биржа услуг) внутри площадки (реализован на 70%).
- Основные показатели площадки Galior® Market представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Основные показатели площадки Galior® Market

Показатель	Значение
Возраст проекта	с 2012 года
Аудитория	СНГ
Продуктов в каталоге	23 200
Зарегистр. пользователей	3 468
Yandex ИКС:	320
Google PR:	3
Присутствие в Yandex Каталоге:	Да
Страниц в поиске Yandex:	27 545
Турбо-страниц в поиске Yandex:	20 373
Страниц в поиске Google:	13 400
Внешних ссылок:	~9 000
Ссылающихся сайтов:	587
Внутренних уникальных статей:	170
Статей на внеш. площадках:	152
Группа FB (822 подписчика):	https://www.facebook.com/groups/galiormarket
Группа VK (2084 подписчика):	https://vk.com/galiormarket
Аккаунт Pinterest:	https://www.pinterest.ru/galiormarket

Важно отметить, что площадка Galior® Market не использовала продвижение для привлечения клиентов – все продавцы и покупатели являются органическими.

2.2. Стратегия развития проекта

Можно выделить 3 ключевых направления развития площадки Galior® Market:

1. **Доработка раздела «Тендеры на услуги».** Раздел готов на 70%: дизайн и верстка. Срок до завершения 1 месяц. Планируется добавление следующего функционала:

- Размещение заявок клиентов и предложений продавцов, из которых бы осуществлялся выбор исполнителя;
- Бонусы к рейтингу продавца;
- Возможность пропуска оплаты через площадку (Безопасная сделка);
- Возможность открывать доступ к разделу только владельцам;
- Премиум аккаунта продавца.

Доработка раздела «Тендеры на услуги» позволит обеспечить привлечение дополнительного трафика и, следовательно, дополнительную монетизацию.

2. **Разработка приложения для продавцов (Android и iOS).** Степень готовности – готов дизайн. Срок до завершения 2 месяца. Минимальные полезные возможности приложения могут включать:

- Чат поддержки для каждого продавца. Позволяет организовать переписку с посетителями - они сами отвечают на вопросы по своим продуктам.
- Мониторинг статистики просмотров и пр.
- Управление профилем.
- Минимальное управление продуктами (изменить цену, убрать с продажи и пр.)

Разработка приложения повысит удобство использования и авторитет маркетплейса, разгрузит внутреннюю службу поддержки.

3. **Привлечение партнеров со смежных сегментов рынка,** путем предложения баннерных мест, в том числе на условиях бартера, для продажи сопутствующих услуг: хостинг, SEO, копирайт.

Привлечение партнеров обеспечит дополнительную монетизацию, а также увеличение трафика за счет встречного размещения ссылок и баннеров.

4. **Добавление новой категории продуктов «готовые сайты» с передачей доменного имени и прочего.** Срок до завершения 1 месяц. Разработка такой категории обеспечит более высокий средний чек по сравнению с шаблонами, дополнительный трафик и, следовательно, дополнительную монетизацию.

3. АНАЛИЗ РЫНКОВ СБЫТА. СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА

3.1. Рынок веб-разработок и дизайна в интернете

На данный момент на рынке веб-разработки наблюдается высокий уровень предложения, который формируется как крупными игроками рынка, так и частными разработчиками. На долю последних приходится около 70-80% белорусского рынка. Привлекательным для мелких игроков данный рынок делает низкий порог вхождения, значительная реальная и потенциальная емкость рынка. Тем не менее, большинство индивидуальных разработчиков, как правило, не способно самостоятельно долго просуществовать на рынке – в конкурентной борьбе выживают лишь единицы.

Рынок web-разработок в Беларуси в 2018 году достиг 14 млн USD, увеличившись относительно предыдущего года на 30%. В 2019 году емкость рынка оценивалась экспертами на уровне 18 млн USD. Разработка сайтов является лишь сегментом рынка web-разработок, и ее доля составляет около 30-40% (6,3 млн USD). Российский рынок разработки сайтов в 2019 году составлял около 139 млн USD, что больше аналогичного показателя предыдущего года в иностранной валюте на 24,5% (в национальной валюте – на 28,6%). Рост обусловлен усложнением проектов крупных заказчиков, появлением новых бизнесов, ростом в сегменте e-commerce и увеличением количества иностранных заказчиков у разработчиков. **Рынок русскоязычного пространства в СНГ оценивается экспертами на уровне 0,6 млрд USD.**

Основные тренды рынка web-разработок:

- ✓ студии становятся веб-интеграторами: интеграция и комплексные решения – источник роста разработчиков;
- ✓ растет средняя стоимость и сложность проектов;
- ✓ клиенты готовы делать сложные проекты;
- ✓ стартапы выступают драйверами развития разработчиков и интеграторов;
- ✓ укрупнение рынка: мелкие студии уходят в другие ниши, известные компании растут.

На начало 2019 года в мире насчитывалось около 2 млрд сайтов, среди которых активных интернет-страниц – 10% или 200 млн штук. Среди подобных страниц имеются одностраничные сайты, блоки, корпоративные порталы, продающие интернет-магазины и поисковики. В июне 2020 года в белорусском интернет-пространстве был зарегистрирован 150-тысячный

домен, что больше аналогичного показателя предыдущего года на 2,3%. Под национальным доменом для России .ru в августе 2020 года функционировало около 5 млн доменных имен (.рф – около 726 тыс. ед., .su – около 109 тыс. ед.).

Стоит отметить, что на данный рынок отказывают влияние и внешние факторы. Так распространение коронавирусной инфекции повлекло за собой смещение бизнес-интересов компаний в сторону онлайн-торговли, развитие сервисов доставки, создание мобильных приложений, организация удаленной работы сотрудников и пр.

Разработка интернет-магазинов одна из растущих ниш сегмента разработки сайтов. Всего на 1 января 2020 года в Торговом реестре Республики Беларусь было зарегистрировано 22 552 интернет-магазинов. За последние пять лет количество интернет-магазинов в Беларуси увеличилось на 10 922 ед., или 93,9%. По состоянию на 1 июля в Торговом реестре зарегистрирован 24 021 интернет-магазин (прирост за полугодие составил 6,5%, или 1469 единиц), из которых 11 406 (47,5%) принадлежат юридическим лицам, 12 615 (52,5%) — индивидуальным предпринимателям. При этом, наблюдается устойчивый рост торговли в интернете. По данным торговой площадки Deal.by, в 2019 году белорусы потратили на товары и услуги в интернете на 24% больше, чем год назад – 1,681 млрд BYN (804,8 млн USD). Ежегодный рост белорусского рынка e-commerce составляет около 20-25%. В 2019 году объем российского рынка онлайн-торговли в денежном выражении составил 16,3 млрд USD, что больше показателя 2018 года на 58%. Количество заказов относительно 2018 года выросло на 66% и достигло 375 млн единиц.

Разработкой сайтов, в том числе интернет-магазинов, по заказу клиентов занимаются как профессиональные веб-студии, так и фрилансеры. При этом, постепенно с ростом количества проектов в интернет акцент в работе веб-разработчиков смещается на разработку типовых решений. Так **многие студии, обладающие достаточным потоком входящих заявок, делают упор на масштабирование типовых решений** (типовой Интернет-магазин, шаблонный дизайн, сайт-визитка и пр.), не предлагая заказчику уникального коммуникационного решения его проблемы. Это помогает снизить стоимость работ и риски, связанные с согласованием результатов (клиент покупает почти «коробку»). Таким образом, потребители получают шаблонные решения по значительной цене от профессиональных студий. Разработка индивидуальных решений требует еще больших затрат. **Стоимость разработки сайта от**

профессионального игрока на рынке колеблется от 300 до 800 USD в зависимости от типа создаваемого ресурса.

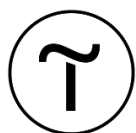
Далеко не каждая компания или предприниматель способны оплатить подобную услугу. Кроме того, в результате работы со сторонними компаниями зачастую возникают недопонимания между заказчиком и исполнителем по поводу внешнего вида и функционала сайта. **Альтернативой подобному решению может выступить разработка сайта самостоятельно.** Учитывая тот факт, что многие работники не обладают должными знаниями в области разработки сайтов, появились **шаблонные решения для интернет-страниц разной направленности.** Применение подобных решений не требует специализированных знаний и позволяет создать удобоваримый сайт за 3-4 часа работы. Среди конструкторов сайтов в интернете можно выделить следующие:



Wix.com является израильской облачной платформой веб-разработки, которая была впервые разработана и популяризирована израильской компанией Wix. Это позволяет пользователям создавать HTML5 веб-сайтов и мобильных сайтов за счет использования онлайн перетаскивания инструментов. Пользователи могут добавлять функциональные возможности, такие как социальные плагины, электронной коммерции, интернет-маркетинга, контактных форм, маркетинга по электронной почте, и форумы на своих веб-сайтах с использованием различных Wix-развитых, так и сторонних приложений. **На май 2020 года на «движке» Wix существовало свыше 38 000 действующих русскоязычных сайтов,** а в целом платформа обслуживала более 150 млн пользователей из 190 стран мира.



uCoz – это бесплатная система управления сайтом и хостинг для сайтов, созданных с ее использованием, разработанная компанией uKit Group. Модули uCoz могут использоваться как в единой связке для создания полнофункционального сайта, так и по отдельности, например, в качестве блог-платформы, интернет-магазина и др. **На данной платформе всего было создано более 770 тыс. русскоязычных сайтов,** всего на всех языках – более 870 тыс. сайтов (*данные top.ucoz.ru*). Стоит отметить, что данные цифры отражают общее количество сайтов, созданных с момента начала работы сервиса.



Tilda Publishing – блочный конструктор сайтов, не требующий навыков программирования. Позволяет создавать сайты, интернет-магазины, посадочные страницы, блоги и email-рассылки. Сайты на платформе собираются из готовых блоков, которые автоматически адаптируются под мобильные устройства и выделены в смысловые категории. Для быстрого старта Tilda Publishing предлагает статьи и видеоуроки по работе с сервисом. Также предусмотрен встроенный поиск изображений, доступных по лицензии Creative Commons, и инструмент для их редактирования.



Платформа LP

Платформа LP – это сервис для создания и ведения одностраничных сайтов. Сервисом пользуются клиенты по всей России и ближнему зарубежью. Платформа позволяет пользователю сделать сайт без привлечения программиста и дизайнера. Платформа обслуживает более 35 000 000 клиентов, при этом количество действующих сайтов превышает 65 000.



Nethouse – платформа для создания сайтов. Входит в десять крупнейших платформ для создания сайтов в Рунете и аккредитованных регистраторов доменов. Сервис работает по модели freemium. Основная часть возможностей конструктора предоставляется бесплатно. На Nethouse создано более 1 миллиона сайтов. Nethouse позволяет быстро и без знания языков программирования создать сайт или интернет-магазин.

Кроме того, значительным уровнем популярности на рынке конструкторов сайтов характеризуются следующие решения: uKit, Umi, Jimdo, Redham, Setup, A5 и многие другие. На рисунке ниже представлено разделение количества сайтов по платформам, на которых они были созданы.

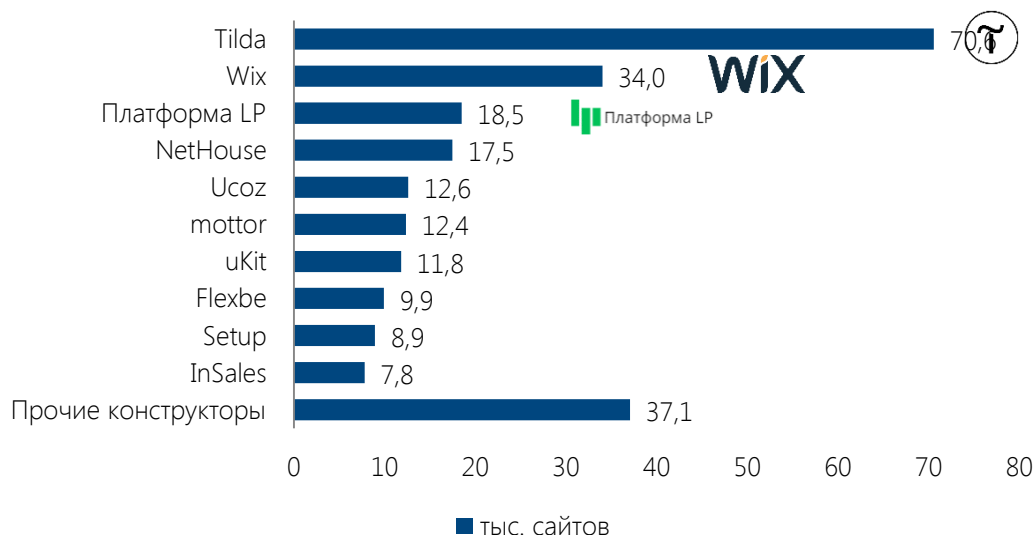


Рисунок 3.1. Количество действующих сайтов, созданных на основе конструкторов, в доменной зоне .ru на 8 января 2020 г.

Источник: vc.ru

Среди проанализированного количества сайтов (около 4 млн сайтов или около 80% доменной зоны .ru) около 241,1 тыс. страниц было создано на основе платформ-конструкторов или 6% от числа исследованных веб-ресурсов. Таким образом, можно сделать вывод о том, что в русскоязычном пространстве веб-разработки в значительном объеме используются шаблонные решения как созданные пользователями самостоятельно, так и с привлечением отдельных игроков рынка.

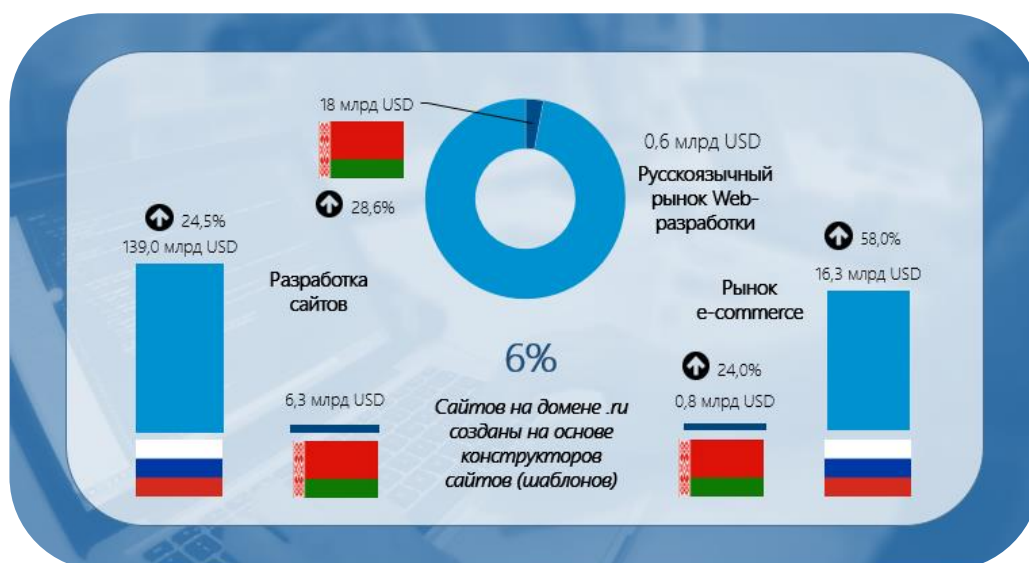


Рисунок 3.2. Развитие рынка web-разработки

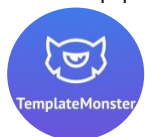
Источник: ASER

В соответствии с существующим спросом на шаблоны сайтов компании организуют сервисы, на которых представлены множество подобных решений – маркетплейсы. **Преимущества маркетплейсов** по сравнению со стандартным предложением веб-студий и конструкторов сайтов:

- обширный ассортимент шаблонов в области сайтов и графических решений;
- широкий диапазон цен и предложений от фрилансеров и веб-студий.

Подспорьем для развития данного бизнеса выступают **рост количества web-разработчиков различной квалификации, увеличение количества стартапов среди молодежи, переход бизнеса в онлайн-сегмент, а также рост интернет-торговли в целом**. Пользователи могут выбрать интересующий концепт среди широкого ряда представленных работ, а разработчики представить свой проект на популярной платформе.

Далее представлены крупные маркетплейсы шаблонных решений:



TemplateMonster – IT-компания, которая была основана в 2002 году и стала пионером в сфере реализации шаблонов веб-сайтов с пакетом услуг полного цикла. Коллекция сервиса включает в себя широкий выбор шаблонов сайтов, презентаций, разнообразную графику, визуальные элементы для рекламных кампаний, стоковые видео и музыку. Среди сайтов предлагаются шаблоны WordPress, HTML5, WooCommerce, Shopify, шаблоны лендингов, Joomla, PrestaShop, OpenCart, MotoCMS 3, Magento, ZenCart, VirtueMart, Muse и прочие. Стоимость в зависимости от сложности проекта варьируется от 2 до 225 USD. Стоимость Wordpress шаблонов находится в диапазоне от 45 до 98 USD. Всего в русскоязычной версии маркетплейса представлено около 16,5 тыс. продуктов для создания сайта. Кроме того, TemplateMonster предлагает графические шаблоны, в том числе шаблоны логотипов, резюме и сертификатов, шрифтов, фирменного стиля, иллюстраций, фона, векторной графики и пр. Всего – около 23,5 тыс. предложений. Стоимость шаблонов логотипов варьируется от 5 до 39 USD.

envato market **Envato** – австралийская интернет-компания, которая управляет 8-ю интернет-ресурсами, ориентированными на продажу контента в разных отраслях, например, шаблоны для веб-дизайна, графические элементы, видеофутажи, аудиоджинглы, 3D-модели и т. д. Компания была основана в 2006 году, штаб-квартира находится в Мельбурне, Австралия. На сайте компании **Themeforest.net** представлены шаблоны для сайтов, готовые коды и плагины, аудио- и видеоматериалы, графика,

фотографии и 3D-объекты. В распоряжении имеются более чем 49 100 шаблонов и тем для веб-сайтов, а также более 810 тыс. графических решений (шрифтов, логотипов, значков, презентаций и т.д.). Стоимость Wordpress шаблонов составляет от 13 до более 1 000 USD. Диапазон цен для логотипов – от 6 до более 1 000 USD.



MOJO Marketplace

MOJO Marketplace – компания, основанная в 2009 году, является ведущей платформой для цифровых решений, соединяющей 5,8 млн пользователей с более чем 7 500 товарами. Платформа MOJO, базирующаяся в Солт-Лейк-Сити, была создана для бизнесменов и предпринимателей, чтобы предоставить инструменты, воплощающие идеи в жизнь. На платформе представлены шаблоны сайтов (более 1 600), сервисов, плагинов, а также графических решений (более 5 400). Стоимость Wordpress шаблонов варьируется от 10 до 499 USD. Стоимость логотипа на маркетплейсе составляет от 12 до 74 USD.



Creative Market – онлайн-площадка для активов, созданных сообществом. Компания продает графику, темы WordPress, фотографии и другие цифровые товары для веб-креативщиков. У Creative Market более миллиона пользователей и более 250 000 покупаемых товаров. На сайте представлены шаблоны для сайтов, презентаций, социальных медиа, графические решения, 3D-объекты, шрифты и пр. Стоимость для шаблонов Wordpress преимущественно находится в диапазоне от 2 до 400 USD.







Web-Stocker.ru – торговая веб-площадка, где любой веб-разработчик может разметить на продажу свои шаблоны, темы и дизайны для сайтов, а также прочие собственные разработки. Ассортимент представленных на сайте решений включает шаблоны сайтов, WordPress темы, PSD шаблоны, графику и дизайн, Joomla шаблоны, Drupal темы, Magento, шаблоны для Email и пр. Цены на темы для WordPress варьируются от 400 до 1 500 RUB (6,4-20,5 USD). Стоимость логотипа составляет около 10 USD. В целом, подобная платформа характеризуется низким уровнем предложения со стороны разработчиков по сравнению с аналогичными зарубежными проектами.

Кроме того, значительным уровнем популярности пользуются следующие маркетплейсы в области шаблонных решений для сайтов: [ultron.pro](#), [woocommer.com](#), [themify.me](#), [elegantthemes.com](#), [templates.com](#) и др. Стоит отметить тот факт, что большинство из представленных в мире маркетплейсов нацелены на американский и европейские рынки.

Русскоязычным интерфейсом обладают лишь Web-Stocker.ru и Ultron.pro. В таблице ниже представлено сравнение маркетплейсов шаблонов сайтов и графики.

Таблица 3.1. Сравнение маркетплейсов в сфере шаблонов сайтов и графики

Показатель	 galior market	 ULTRON	 TemplateMonster	 MOJO
Представленные решения	Шаблоны сайтов, интернет-магазины, продающие страницы, стиль и графика	Шаблоны сайтов (MODX сборки, HTML шаблоны, WordPress, DLE шаблоны)	Шаблоны сайтов, презентация, графики, плагины, видео и аудио-материалы, конструкторы сайтов, услуги	Шаблоны сайтов, дизайн, маркетинг, плагины, оптимизация
Русскоязычный интерфейс/ возможность перевода на другие языки	+/+	+/-	+/-	-/-
Возможность конвертации валюты	+	-	-	-
<i>В том числе шаблоны сайтов</i>	>15 000	>3 000	>16 000	>1 600
Стоимость WordPress шаблонов, USD	1->1 000	16-72	45-98	10-499
<i>В том числе в области графического дизайна</i>	>3 600	-	>23 400	>5 400
Стоимость шаблона логотипа, USD	1-400	-	5-39	12-74
Аккаунты в социальных сетях	Вконтакте, Facebook, Pinterest	Вконтакте, Instagram, Facebook, Одноклассники	Вконтакте, Twitter, Facebook	Вконтакте, Instagram, Facebook

Таким образом, Galior® Market обеспечивает высокий уровень предложения в области шаблонов сайтов в русскоязычном сегменте, лишь незначительно уступая TemplateMonster в данном сегменте. Тем не менее для продуктов, предлагаемых Galior® Market характерна широкая ценовая дифференциация, что позволяет удовлетворять обширный круг клиентов с разным уровнем дохода. Другой русскоязычный ресурс Ultron.pro предлагает значительно меньше готовых шаблонов сайтов. Предложение Web-Stocker.ru находится намного ниже уровня Galior® Market, и они не являются сильными конкурентами на рассматриваемом рынке. Одними из ключевых преимуществ Galior® Market являются многоязычность, а также мультивалютность.

В целом, о потенциале роста рынка шаблонных решений для интернет-страниц свидетельствует анализ поисковых запросов в Google и Yandex, который показывает интерес аудитории к таким решениям и соответственно наличие реальной проблемы пользователей. Стоит отметить тот факт, что компания в поисковой выдаче по запросу «купить шаблон сайта» в Google занимает 4-ое место. По аналогичному запросу в Yandex компания располагается на 6-ом месте.

Таблица 3.2. Количество показов в месяц по шаблонам сайтов в Yandex

Запрос	Yandex	
	Россия	Беларусь
шаблоны сайтов	30 259	1 218
шаблон wordpress	13 489	546
интернет-магазин шаблон	5 325	226
купить готовый сайт	2 698	52
скачать шаблон сайта	2 540	158
купить шаблон сайта	592	40
сайт магазин шаблонов	600	28
готовый сайт шаблон	847	64
шаблон логотипа	1 817	47
шаблоны рисунков	7 900	234

Самые высокие показатели характерны для следующих поисковых запросов: «шаблоны сайтов», «шаблон wordpress», «шаблоны рисунков», «интернет магазин шаблон», «шаблоны сайтов бесплатно», «купить готовый сайт», «скачать шаблон сайта», «шаблон логотипа». Основываясь на имеющихся данных, можно утверждать, что для темы шаблонов сайтов и

шаблонов графического дизайна свойственен высокий уровень спроса среди пользователей русскоязычного сегмента.

3.2. Стратегия маркетинга

В таблице ниже представлена итоговая матрица анализа факторов внутренней и внешней среды.

Таблица 3.3. SWOT-матрица анализа факторов внешней и внутренней среды проекта

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none">1. широкий ассортимент представленных шаблонных решений в области сайтов и графики;2. значительная диверсификация цен, позволяющая охватить потребителей с разным уровнем дохода;3. широкий функционал сайта;4. проработанная система монетизации;5. зарегистрированная аудитория пользователей, а также имеющаяся по ним статистика;6. сформированная ссылочная масса;7. мультивалютность и многоязычность проекта;8. популярность шаблонных решений на русскоязычном пространстве.	<ol style="list-style-type: none">1. недостаточный уровень продвижения в социальных сетях;2. необходимость высокого уровня коммуникаций для повышения известности торговой марки.
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none">1. расширение рынков реализации проекта;2. привлечение крупных игроков рынка (веб-студий), а также сотрудничество с организациями по обучению в области веб-разработок;3. диверсификация предлагаемых решений (расширение ассортимента);4. привлечение новых сегментов потребителей продукции, поиск новых ниш на рынке.	<ol style="list-style-type: none">1. растущая конкуренция на рынке;2. присутствующая вероятность выхода новых игроков на рынок;3. высокая зависимость от рынка e-commerce и трендов в области разработки сайтов.

Маркетинговая стратегия предприятия определяет его долго- и среднесрочное поведение на рынке. С точки зрения концепции маркетинга в ее традиционной трактовке вся деятельность предприятия на рынке должна быть направлена на удовлетворение желаний и запросов потребителей. Целевой аудиторией в рамках проекта выступают веб-студии и фрилансеры, выставляющие свои проекты (шаблоны сайтов, логотипы, рисунки, иллюстраций, модули и плагины) на продажу, а также клиенты, приобретающие подобную продукцию.

Учитывая специфику деятельности компании наиболее релевантными инструментами для привлечения потребителей выступают:

- реклама и продвижении компании в интернете – поисковое продвижение (SEO), контекстная и иные виды рекламы в интернете, а также организация статей на различных информационных ресурсах;
- маркетинг в социальных сетях (SMM), предполагающий продвижение компании на платформах для общения пользователей.

Подобные методы позволяют организовать устойчивый поток посетителей на сайт компании, где пользователи совершают интересующие целевые действия (продажа/покупка шаблонов). Компания перманентно работает над увеличением числа внешних ссылок и статей, характеризующих деятельность платформы в интернете. Не менее важным является обеспечение представленности компании в результатах поисковой выдачи. Продвижение в социальных сетях сосредоточено преимущественно в Facebook и Вконтакте, также имеется аккаунт в Pinterest. Помимо привлечения пользователей, компания осуществляет мероприятия, направленные на удержание клиентов, а также повышение уровня их лояльности:

- ✓ работа над внешним видом и функционалом сайта;
- ✓ оптимизация присутствующего на сайте контента;
- ✓ развитие программы лояльности, а также партнерской программы;
- ✓ организация новостного и познавательного контента для пользователей;
- ✓ автоматическая рассылка потенциально интересной информации для пользователей;
- ✓ работа с отзывами пользователей.

В целях успешной реализации продукции на рынке не менее важным является формирование и поддержка репутации, а также брендовой составляющей. В рамках формирования благоприятного имиджа необходима

разработка концепции позиционирования. Позиционирование предполагает создание определенного образа предприятия, который помещается в сознание целевой аудитории (клиенты, средства массовой информации, прочие предприятия на рынке) и занимает там конкретные по отношению к аналогичным предприятиям позиции. Позиционирование компании должно строиться на описании преимуществ маркетплейса для продавцов и клиентов, значительном количестве представленных проектов и решений, широкой ценовой диверсификации, иных конкурентных преимуществах маркетплейса, а также прозрачности деятельности платформы.

В целом, Galior® Market представляет собой полностью готовый проект, не требующий вложений на этапах разработки, тестирования и отладки. Компания имеет наращенную массу внешних ссылок, а также значительное количество зарегистрированных пользователей. Дальнейшее его развитие должно строиться на привлечении новых клиентов, а также удержании имеющихся.

4. ПЛАН МОНЕТИЗАЦИИ

4.1. Программа оказания услуг

Площадка Galior® Market имеет следующие направления монетизации и тарифы:

- Проценты с продажи продуктов и услуг – 25%;
- Премиум аккаунт разработчиков – 5 USD/месяц или 40 USD/год;
- Платные места для карточек продуктов – 10 USD/неделю;
- Услуги «Поднять шаблон» и «Выделить» – 0,1 USD/раз и 0,5 USD/неделю соответственно;
- Платные места профиля разработчика – 20-22 USD/месяц;
- Платные баннерные места – 2 USD/1000 показов или 40 USD/неделю;
- Размещение статей (публикаций) на платной основе – 40 USD/публикация.

Программа монетизации прогнозировалась в разрезе рынков СНГ, EU/USA по 3 укрупненным направлениям монетизации:

- Проценты с продаж продуктов и услуг;
- Иные сервисы, в том числе подписки
- Реклама

Программа реализации проекта сформирована на основании построения подробной Unit-экономики исходя из следующих и факторов:

- ✓ Емкости планируемых рынков сбыта;
- ✓ Количества привлеченных покупателей и продавцов посредством контекстной рекламы (New Paid Users, New Paid Sellers);
- ✓ Количества привлеченных покупателей и продавцов без помощи контекстной рекламы (New Organic Users, New Organic Sellers);
- ✓ Затрат на привлечение одного пользователя (CPI);
- ✓ Предполагаемого жизненного цикла одного пользователя (LT);
- ✓ Возврата активных пользователей и продавцов на площадку (Retention);
- ✓ Среднего чека по каждому типу монетизации (ARPU, ARPPU);
- ✓ Доли платящей аудитории (Paying Share);
- ✓ Средней стоимости на 1000 показов рекламы – eCPM;
- ✓ Среднего времени одной сессии активного пользователя;
- ✓ Среднего количества сессий за период;

- ✓ Частоты сменяемости рекламы.

Значения всех названных выше показателей Unit-экономики на всем горизонте прогнозирования представлены в Таблицах 3-4 Приложения 1. к настоящему документу.

Как отмечалось ранее, площадка Galior® Market не использовала продвижение для привлечения клиентов – все продавцы и покупатели являются органическими – поэтому для оценки реальной возможности привлечения новых покупателей и продавцов посредством контекстной рекламы использовался спрос на рынке.

Количество новых привлеченных покупателей посредством контекстной рекламы определено из предпосылки, что спрос на шаблоны, как основного продукта площадки Galior® Market, на рынке стран СНГ составит 1 134 900 ед. шаблонов за 1 квартал реализации проекта с дальнейшим приростом на 3,25% в квартал и контекстная реклама обеспечит интерес 2% покупателей. На рынке EU спрос на шаблоны составит 5 873 100 ед. шаблонов за 1 квартал с дальнейшим приростом на 0,25% в квартал, и контекстная реклама обеспечит интерес 0,3% покупателей. Пример расчета привлечения продавцов и покупателей за 1-й квартал реализации проекта представлен в таблице 4.1.

Таблица 4.1. Пример расчета привлечения продавцов и покупателей за 1 квартал

Показатель	Значения показателей за 1 квартал	
	СНГ	EU
Количество сайтов на 01.06.2020 г.	5 100 000	44 325 000
Темп прироста сайтов	3,25%	0,25%
Количество новых сайтов в квартал	165 750	110 813
Количество существующих сайтов требующих обновления дизайна в квартал	212 500	1 846 875
Среднее количество приобретаемых шаблонов для разработки/актуализации сайта	3	3
Итого спрос на шаблоны	1 134 900	5 873 100
Планируемая доля привлечения потенциальных клиентов	2%	0,3%
New Paid Users	22 700	17 620

Показатель	Значения показателей за 1 квартал	
	СНГ	EU
Планируемая доля привлечения продавцов от числа покупателей	5%	3,3-4,2%
New Paid Sellers	1 135	587

Органический прирост покупателей и продавцов спрогнозирован на уровне 75%-60% от продавцов и покупателей, привлеченных посредством контекстной рекламы с убывающей тенденцией в динамике.

Жизненный цикл покупателей и продавцов определен на основании ретроспективных данных по маркетплейсу и принят равным 1 кварталу для покупателей 4 кварталам (1 году) для продавцов.

Возврат покупателей и продавцов определен на основании ретроспективных данных по маркетплейсу и принят равным 5% и для продавцов, и для покупателей.

Платящая аудитория среди продавцов и покупателей определена на основании ретроспективных данных по маркетплейсу и принята равной в 1 квартале 8,5% для рынка СНГ и 10,0% для рынка ЕС с возрастающей тенденцией на 0,1% в квартал.

Средний чек 1 активного покупателя на 1 квартал принят на уровне факта 2019 года, равного для СНГ 18,3 USD с возрастающей тенденцией в 10% в квартал, для рынка ЕС средний чек спрогнозирован в 1,5 раза больше относительно среднего чека по СНГ исходя из платежеспособности населения.

Средний чек 1 активного продавца на рынке СНГ принят на уровне 20 USD в месяц и определен на основании текущих тарифов на дополнительные сервисы продавцов. Для рынка ЕС средний чек спрогнозирован в 1,5 раза больше относительно среднего чека по СНГ исходя из платежеспособности населения.

Цена за 1000 показов рекламы принята на среднерыночном уровне, равном для СНГ 3 USD, для рынка ЕС – 3,5 USD. Количество показов рекламы принято на уровне 30 показов на 1 активного пользователя в квартал для всех рынков сбыта.

Ценовая политика, программа монетизации представлены в Таблицах 3-5 Приложения 1. к настоящему инвестиционному меморандуму.

Динамика прогнозируемого объема выручки от оказания услуг в 1 кв. 2021-4 кв. 2023 гг. представлены в таблице 3.1.



Рисунок 4.1. Динамика выручки от оказания услуг по проекту, тыс. USD

Согласно результатам расчетов, при реализации маркетинговой стратегии, компания сможет нарастить **выручку от 46 тыс. USD за 1 квартал реализации проекта до 243 тыс. USD по итогам 12-го квартала реализации проекта.** (876 тыс. USD за 3-й год) При этом, наибольший удельный вес в выручке от оказания услуг на начальном этапе развития проекта составит выручка от доп. сервисов, однако уже в 12-м квартале выручка от процентов с продаж практически приблизится к значению выручки от доп. сервисов.

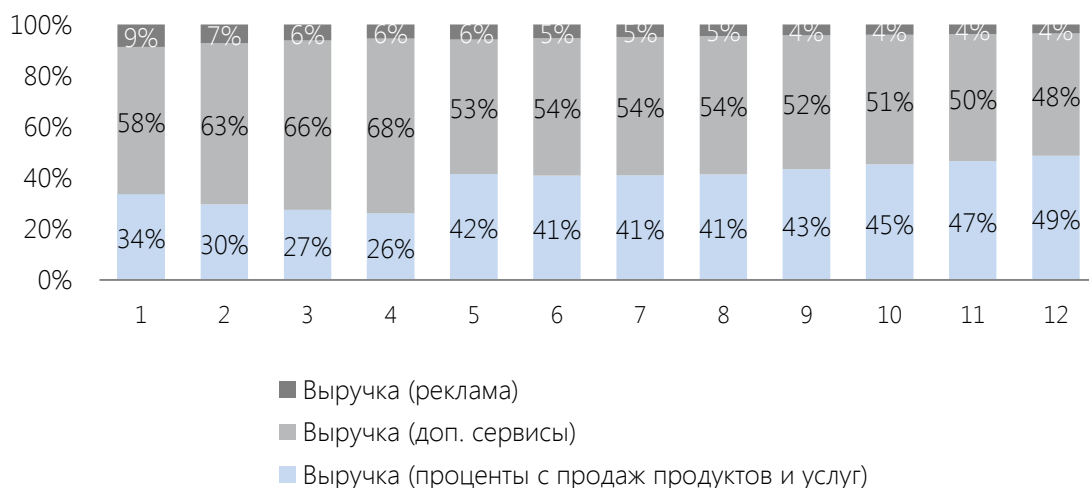


Рисунок 4.2. Структура выручки от реализации продукции по проекту

4.2. Расходы по проекту

Расчет затрат в целом по проекту представлен в Таблицах 6,7 Приложения 1 к настоящему инвестиционному меморандуму.

В составе сводных затрат организации были учтены следующие элементы:

- ✓ Общие маркетинговые затраты;
- ✓ Закупка трафика;
- ✓ Комиссия платежного сервиса;
- ✓ Расходы на оплату труда;
- ✓ Отчисления на социальные нужды;
- ✓ Аренда помещений (в т.ч. эксплуатационные расходы);
- ✓ Аренда сервера;
- ✓ Доменное имя;
- ✓ Консультационные услуги, услуги других организаций.

Основную долю расходов на оказание услуг составляют расходы на оплату труда и отчисления на социальные нужды. Описание потребности в персонале для функционирования маркетплейса и затрат на него представлено в разделе 5.

Важной составляющей для активной работы маркетплейса являются затраты маркетинг в целом, в т.ч. на рекламу у блогеров, статьи, встречи, SEO и прочее, а также затраты на контекстную рекламу. Затраты на маркетинг в целом приняты на уровне 1000 USD в квартал с перспективой роста на 2% в квартал. Затраты на контекстную рекламу на привлечение 1 пользователя (CPI) на маркетплейс определены по данным Rocky Fu и приняты на уровне 0,38 USD для рынка СНГ и 0,45 USD для рынка ЕС.

Маркетплейс – это на 100% онлайн-бизнес, не требующий локальной привязанности, поэтому расходы на персонал и офис могут быть сведены к минимуму. Минимальные затраты на поддержание проекта в пассивном режиме представлены в таблице 4.2.

Таблица 4.2. Минимальные затраты на поддержание проекта в пассивном режиме

Наименование статьи затрат	Сумма затрат, USD/мес.
Аренда сервера	66
Доменное имя	3
Менеджер (2 чел):	
– поддержка клиентов и продавцов	
– модерация шаблонов	
– работа с рекламодателями	
– выплаты продавцам и прочее.	800
Программист (поддержка 20ч/мес)	
– решение техн. вопросов	200
ИТОГО	1 069

5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

5.1. Персонал

Численность персонала создаваемого предприятия определена на основании рекомендаций, полученных от участников проекта и экспертов отрасли, а также с учетом особенностей и требований к составу персонала, характерных для субъектов хозяйствования Республики Беларусь.

Для минимального поддержания деятельности маркетплейса Galior® Market без продвижения и модернизации требуется 2 менеджера для поддержки клиентов и продавцов, модерации шаблонов, работы с рекламодателями, выплаты продавцам, а также программист для решения технических вопросов (20 часов в месяц).

Перечень и численность ключевых специалистов для активной работы маркетплейса, а также их уровень оплаты труда представлен в Таблице 5.1.

Таблица 5.1. Структура персонала компании

№	Перечень специалистов и их функции	Зарплата USD/мес.
1	CEO	2 000
2	Back-end программист или Full-stack (1 чел) – разработки нового функционала или модернизации существующего)	1 500
3	Веб-дизайнер (1 чел) – разработка рекламных визуалов, дизайн новых разделов сайта и пр.)	1 000
4	Копирайтеры (1-2 чел) – написание статей для внутреннего размещения и для площадок доноров – публикации для соцсетей	800
5	Интернет-маркетолог (1 чел) – рекламные кампании, SMM	800
6	Менеджер (1-2 чел) – поддержка пользователей, модерация шаблонов, выплаты продавцам и пр.	1 000
7	SEO-специалист	500
	Итого: 7 чел	7600

Таким образом, компания в период активного функционирования планирует создать от 7 до 9 новых рабочих мест. По мере наращивания объема продаж к 1 кв. 2022 года планируется наем дополнительных копирайтера и менеджера проектов.

По мере роста объема продаж запланирован рост уровня оплаты труда сотрудников в долларовом эквиваленте.

6. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

6.1. Общие положения

Финансовые результаты проекта рассчитывались с учетом оценки текущей экономической ситуации в Республике Беларусь, государственной политики валютного и ценового регулирования.

В процессе планирования были рассчитаны: ожидаемые финансовые результаты проекта, потоки денежных средств, показатели финансово-хозяйственной деятельности, а также осуществимость финансового плана организации.

Расчеты по реализации инвестиционного проекта «Galior® Market: маркетплейс цифровых продуктов» представлены в Приложении 1. к настоящему документу.

Расчет прогнозных показателей основывался на следующих допущениях:

1. Расчеты по настоящему документу выполнены на основании исходных данных, предоставленных Заказчиком;
2. Дата составления документа – август 2020 г.
3. Вид принятой в документе расчетной единицы – тыс. USD.
4. Шаг отображения информации в таблицах принят равным 1 кварталу.
5. Горизонт прогнозирования – 3 года (12 кварталов).
6. Расчет налогов и иных платежей в бюджет и внебюджетные фонды осуществляется в соответствии с действующим налоговым законодательством Республики Беларусь. Принятая система налогообложения – Упрощенная система налогообложения без НДС.

6.2. Налоговое окружение

Расчеты перечисляемых налогов и иных платежей в бюджет и внебюджетные фонды, осуществлялись в соответствии с действующим налоговым законодательством Республики Беларусь.

Перечень основных налогов и налоговых льгот в рамках проекта представлены в таблице 8.1.

Таблица 6.1. Налоги и неналоговые платежи, уплачиваемые по проекту

Вид налога	Ставка налога
Налог на добавленную стоимость по приобретаем ТМЦ, услугам	20%, 0%
Налог на добавленную стоимость (при реализации товаров, работ, услуг)	0%
Налог на прибыль	0%
Единый налог при УСН без НДС	5% от выручки
Отчисления в фонд социальной защиты населения	34% от ФОТ
Отчисления на обязательное социальное страхование	0,6% от ФОТ

6.3. Финансовые результаты проекта

Финансовые результаты проекта характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Расчет чистой прибыли от оказания услуг по проекту представлен в Таблице 9 Приложения 1.

Динамика чистой прибыли компании за период реализации проекта представлена на Рисунке 6.1.

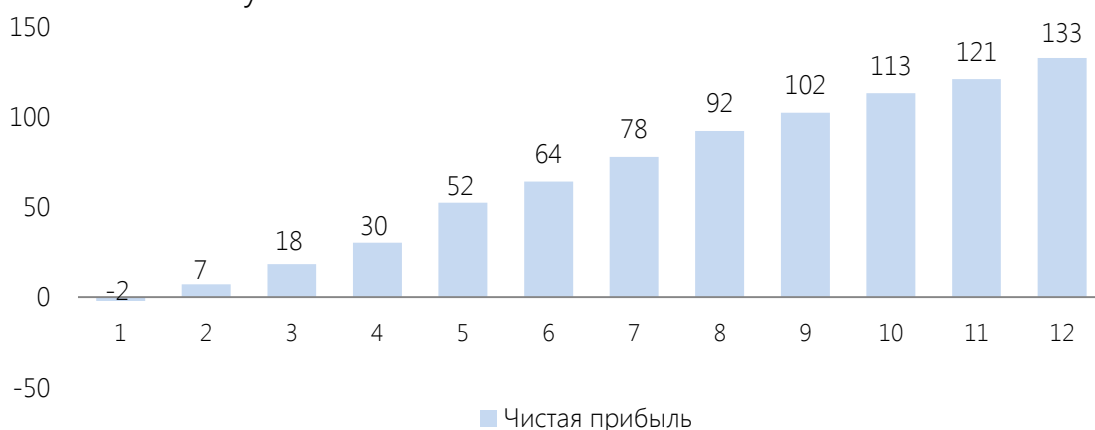


Рисунок 6.1. Динамика чистой прибыли по проекту, тыс. USD

Результаты расчетов показывают, что, ежеквартально **начиная со 2 квартала реализации проекта компания будет получать чистую прибыль**, что свидетельствует о том, что деятельность создаваемого бизнеса будет эффективной. Наличие убытка в 1 квартале неизбежно и обусловлено

наличием высоких затрат на персонал и недозагрузкой маркетплейса. Однако по итогам 12 квартала компания планирует нарастить чистую прибыль до 126 тыс. USD/квартал (445 тыс. USD за 3-й год).

Динамика чистого дохода по проекту аналогична динамике чистой прибыли. Более того, значения чистого дохода равны значениям чистой прибыли (ввиду отсутствия начисления амортизации).

Динамика рентабельности продаж по проекту представлена на рисунке 6.2.

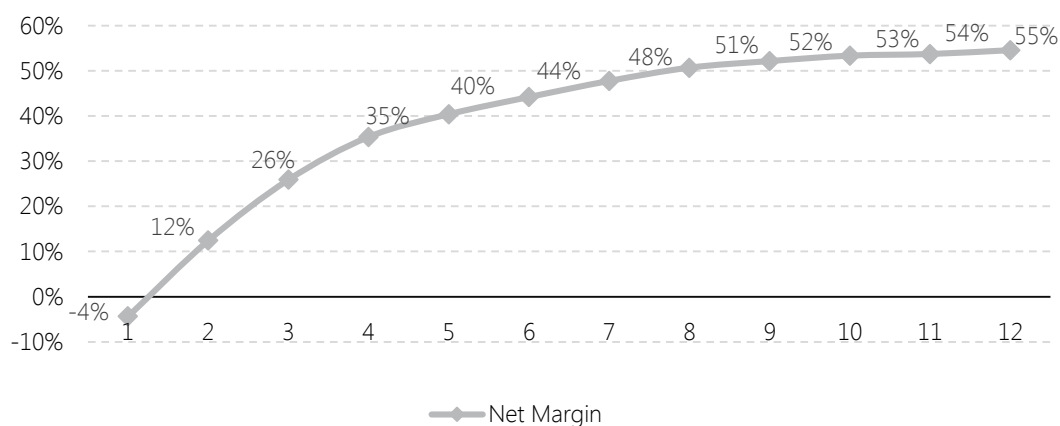


Рисунок 6.2. Динамика рентабельности продаж по проекту, %

Уровень рентабельности продаж ожидается на уровне от 12% по итогам 2 квартала до 55% по итогам 12 квартала.

Прогнозирование потока денежных средств по проекту показывает движение денежных средств по годам реализации проекта от всех видов деятельности: финансовой, инвестиционной и текущей.



Рисунок 6.3. Динамика Cash flow по проекту, тыс. USD

Расчет потока денежных средств по проекту с учетом и без учета реализации проекта приведен в Таблице 10 Приложения 1.

Анализ денежного потока проекта показывает о том, **недостаток денежных средств, равный 4,6 тыс. USD**, будет отмечен по итогам 1 квартала реализации проекта, при этом, далее, со 2 квартала компания сможет генерировать положительный денежный поток и **на конец периода прогнозирования он достигнет 772 тыс. USD**.

Финансово-экономические показатели и расчет потоков денежных средств показывают, что с учетом планируемого объема выручки от осуществления финансово-хозяйственной деятельности по проекту возмещаются все расходы, связанные с деятельностью организации, включая уплату текущих платежей, уплачиваются налоги, отчисления и сборы, установленные действующим законодательством. Кроме того, обеспечивается получение чистой прибыли, достаточной для обеспечения текущей хозяйственной деятельности.

6.4. Оценка рисков

При реализации данного инвестиционного проекта существует вероятность возникновения различного рода рисков. На основе проведенного анализа основных видов рисков, мест и условий их возникновения, выявлены наиболее существенные из них, оценена вероятность их наступления и степень их влияния на выполнение основных прогнозных показателей и разработаны меры, направленные на их предупреждение и минимизацию негативных последствий в случае их наступления.

Анализ проектных рисков может быть подразделен на качественный (описание всех предполагаемых рисков проекта, а также оценка их последствий и мер по снижению) и количественный (непосредственные расчеты изменений эффективности проекта в связи с реализацией тех или иных рисков).

Ниже в таблице приведены основные риски инвестиционного проекта и рекомендуемые меры по их снижению.

Таблица 6.2. Перечень рисков проекта и меры по их предупреждению

Риски	Меры предупреждения рисков и снижения последствий их реализации
Негативное изменение экономической ситуации в стране и мире	Мониторинг и прогнозирование развития экономической и политической ситуации в Республике Беларусь и мире. Онлайн бизнес не требует локальной привязанности и обеспечивает оперативное маневрирование трудовыми и прочими ресурсами. Маркетплейс не ориентирован на 1 страну, он учитывает потребности потребителей многих рынков, следовательно, экономические и политические риски минимальные. Тем не менее, в случае возникновения негативной ситуации на 1 или нескольких странах, маркетинговые ресурсы перераспределяются и ориентируются на другие рынки.
Отсутствие спроса на продукт	Мониторинг рынка, опросы покупателей и продавцов. Продвижение продукта через необходимые маркетинговые каналы. Результаты проведенного маркетингового исследования говорят о высоком потенциале маркетплейса и прогнозной динамике роста рынка. Однако в случае снижения спроса ввиду изменения предпочтений потребителей, информирование продавцов маркетплейса с целью переработки их продуктов, переработка разделов маркетплейса в соответствии с пожеланиями покупателей и продавцов.
Недостаточность опыта Инициаторов проекта для его реализации	Инициаторы проекта имеют опыт работы на данном маркетплейсе с 2012 года, в случае необходимости возможно привлечение внешних независимых консультантов
Перспектива свертывания рынка в краткосрочной или среднесрочной перспективе, сокращение платежеспособного спроса	Мониторинг рынка, совершенствование маркетинговой стратегии, т.ч. изменение каналов продвижения. Внедрение возможности добавления других способов монетизации проекта, уведомление продавцов маркетплейса о конкурентоспособности их цен и предпочтениях клиентов, по результатам анализа фактических покупок. Следует отметить, что свертывание рынка цифровых продуктов маловероятно.
Неработоспособная идея проекта	Дополнительная проработка идеи проекта, тщательный подбор консультантов, проведение анализа рынка. На данный момент продукт является очень востребованным, а потребители – платежеспособными.
Недостаток оборотных финансовых средств	Создание резервов. Разработка системы мероприятий по снижению потребности компании в оборотных средствах за счет повышения ритмичности работы.

Риски	Меры предупреждения рисков и снижения последствий их реализации
Недостаточность собственных денежных средств для реализации проекта проекта	Для функционирования маркетплейса начиная со 2-го периода реализации при планировании умеренного роста достаточно реинвестирования генерируемой прибыли, однако для более быстрого роста возможно привлечение дополнительных источников. Для минимизации финансовых рисков планируется использование различных схем привлечения финансовых ресурсов, в том числе заемных и венчурных, разработка альтернативных вариантов финансирования.
Невозможность обеспечить прибыльную работу организации в конкретных экономических условиях	Добавление уникальных элементов на маркетплейс, расширение спектра оказываемых услуг и масштаба бизнеса., разработка и анализ финансовой модели проекта, переработка ценовой и маркетинговой политики, тщательный подбор консультантов.
Противодействие конкурентов	Разработка собственного бренда, выгодное продвижение брендов продавцов платформы при условии реализации их продуктов только через заданный маркетплейс или с учетом других ограничений, создание собственной команды разработчиков продуктов для платформы, защита интеллектуальной собственности компании, добавление уникальных элементов на маркетплейс.
Рост стоимости ресурсов на рынке капитала	Использование различных схем привлечения финансовых ресурсов, в том числе заемных и венчурных.
Неплатежеспособность потребителей	Мониторинг рынка, выход на новые ниши и рынки, внедрение схем, позволяющих оперативно адаптироваться к изменению ситуации на рынке, регулярный пересмотр ценовой политики.

Организацией разработан действенный комплекс мер, направленный на минимизацию влияния на реализацию инвестиционного проекта вышеуказанных групп рисков.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1
ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ ПРОЕКТА