

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Факультет Компьютерных наук
Кафедра программирования и информационных технологий

Предпроектное исследование
для системы
«Сервис для поиска фрилансеров Jobsy»

Выполнил _____ В. Р. Калгин

Воронеж 2025

Содержание

1 SWOT-анализ проекта фриланс-биржи	4
1.1 Сильные стороны	4
1.2 Слабые стороны	4
1.3 Возможности	5
1.4 Угрозы	6
2 Бенчмаркинг конкурентов.....	7
2.1.1 Kwork.....	7
2.1.2 Freelancer.ru	7
2.1.3 Worzilla.....	7
2.1.4 Авито	7
2.1.5 Freelance Job	8
2.2 Дизайн	8
2.2.1 Kwork.....	8
2.2.2 Freelancer.ru	8
2.2.3 Worzilla.....	9
2.2.4 Авито	9
2.2.5 Freelance Job	9
2.3 Стоимость и модель монетизации.....	9
2.3.1 Kwork:	9
2.3.2 Freelancer.ru:	10
2.3.3 Workzilla:.....	10
2.3.4 Авито:	10
2.3.5 Freelance Job:	10
3 3 Целевая аудитория и рынок	11
3.1 Портрет целевой аудитории.....	11
3.1.1 Фрилансеры	11
3.1.2 Заказчики	11
3.2 Географический охват (ГЕО).....	11

3.3 Оценка SAM/SOM.....	12
3.3.1 SAM (Serviceable Available Market)	12
3.3.2 SOM (Serviceable Obtainable Market)	13
4 Финансовая модель	14
4.1 Способы монетизации	14
4.2 UNIT-экономика.....	14
4.2.1 ARPU (средний доход с пользователя).....	14
4.2.2 Расходы на одного пользователя.....	14
4.2.3 Маржинальная прибыль	14
4.2.4 Дополнительные метрики	15
4.3 Прогноз P&L (3 года).....	15
4.4 Расчет RoI	16
4.4.1 Риски и корректировки.....	17

1 SWOT-анализ проекта фриланс-биржи

1.1 Сильные стороны

- Инновационность и технологичность: интеграция AI для генерации описания проекта позволяет заказчикам быстро и точно формулировать технические задания, что снижает временные затраты и повышает качество заявок.
- Конкурентное ценообразование: фиксированная комиссия в размере 10% с успешных сделок создает прозрачные и выгодные условия как для заказчиков, так и для фрилансеров, в отличие от платформ с более высокими комиссиями.
- Удобство использования: современный, минималистичный дизайн мобильного приложения обеспечивает быстрый доступ к основному функционалу, что особенно привлекательно для целевой аудитории.
- Отсутствие дополнительных платежей: отсутствие платных откликов и подписок снижает финансовые барьеры для пользователей и способствует привлечению широкой аудитории.

1.2 Слабые стороны

- Низкая узнаваемость бренда: как новый проект, Jobsy может столкнуться с недостаточным уровнем доверия со стороны потенциальных пользователей.
- Ограниченный функционал начальной версии: в рамках MVP не реализованы возможности внутренней коммуникации и

полноценное формирование отзывов, что может ограничить полноту представления выполненных работ.

- Возможные риски AI-генерации: технология генерации описаний на базе AI может допускать ошибки, что негативно скажется на качестве представляемых данных и доверии к сервису.
- Проблемы масштабируемости: при росте числа пользователей и объема данных могут возникнуть трудности с обеспечением стабильной работы системы без значительных доработок архитектуры.

1.3 Возможности

- Рост рынка фриланса и удаленной работы: увеличивающаяся популярность фриланса и удаленной работы создает благоприятные условия для развития сервиса.
- Расширение функционала: возможность интеграции дополнительных сервисов (встроенный чат, расширенные инструменты аналитики, премиум-функции) для повышения конкурентоспособности.
- Партнерство и сотрудничество: сотрудничество с образовательными учреждениями и бизнес-сообществами, ориентированными на молодых специалистов, может способствовать привлечению целевой аудитории.
- Адаптация к региональному рынку: фокус на рынке России и СНГ позволяет учесть локальные особенности и потребности, создавая продукт, адаптированный под реальные запросы пользователей.

1.4 Угрозы

- Высокая конкуренция: существующие платформы, такие как Kwork, Freelancer.ru, Workzilla и Авито, уже завоевали доверие пользователей, что может затруднить привлечение аудитории к новому сервису.
- Регуляторные риски: изменения в законодательстве, касающемся фриланса, персональных данных и использования AI-технологий, могут повлиять на функционирование сервиса.
- Технологические риски: возможные сбои в работе AI-решений и нестабильность интеграции с внешними сервисами могут негативно сказаться на качестве предоставляемых услуг.
- Экономическая неопределенность: изменения в экономической ситуации и снижение покупательской способности могут ограничить готовность заказчиков инвестировать в фриланс-проекты.

2 Бенчмаркинг конкурентов

2.1.1 Kwork

- Основной функционал: платформа для оказания услуг с фиксированными тарифами, чётко структурированными категориями, стандартными шаблонами заказов.
- Ограничения: ограниченная гибкость при реализации нестандартных проектов, низкий уровень персонализации.

2.1.2 Freelancer.ru

- Основной функционал: широкий спектр услуг, развитая система рейтингов и отзывов, возможность работы над различными типами проектов.
- Ограничения: высокая комиссия, сложный интерфейс и большое количество функциональных элементов, что может затруднять использование.

2.1.3 Worzilla

- Основной функционал: фокус на выполнение микрозадач с быстрым откликом, упрощённая система заказов.
- Ограничения: недостаточная поддержка сложных и масштабных проектов, ограниченная персонализация и возможности аналитики.

2.1.4 Авито

- Основной функционал: размещение объявлений, широкий охват аудитории благодаря узнаваемости бренда, разнообразие услуг.
- Ограничения: отсутствие специализированной системы подбора фрилансеров, перегруженность информацией, слабая система рейтингов и отзывов.

2.1.5 Freelance Job

- Основной функционал: современный интерфейс с ориентацией на мобильное использование, прозрачная система комиссий, специализированный подход к фриланс-услугам.
- Ограничения: относительно невысокая узнаваемость бренда, возможные сложности с масштабированием при резком росте аудитории.

2.2 Дизайн

2.2.1 Kwork

- Функциональный, но менее гибкий дизайн; интерфейс рассчитан на быстрый выбор готовых услуг.
- Меньше внимания уделяется персонализации интерфейса, что может сказаться на удобстве использования для отдельных категорий пользователей.

2.2.2 Freelancer.ru

- Дизайн платформы традиционный и насыщенный информацией, что может создавать сложности для новых пользователей.

- Сложная навигация из-за большого объёма функционала, что требует времени на освоение.

2.2.3 Worzilla

- Простой и понятный интерфейс, ориентированный на выполнение микрозадач, с минимальным количеством шагов.
- Однако интерфейс может выглядеть устаревшим и не всегда адаптированным под мобильные устройства.

2.2.4 Авито

- Использует единый стиль платформы Авито, но дизайн не всегда оптимизирован для специализированных фриланс-услуг.
- Переизбыток элементов и информации может затруднять быстрый поиск нужного предложения.

2.2.5 Freelance Job

- Современный и минималистичный дизайн, ориентированный на мобильное использование, с хорошей адаптацией под экран.
- Простота интерфейса способствует быстрому освоению функционала, однако может быть недостаточно подробной информационной архитектуры для крупных проектов.

2.3 Стоимость и модель монетизации

2.3.1 Kwork:

- Использует фиксированные тарифы и стандартные пакеты услуг, что обеспечивает прозрачность, но может ограничивать гибкость ценообразования.

2.3.2 Freelancer.ru:

- Высокая комиссия и дополнительные сборы за отклики или подписки, что может снизить привлекательность для фрилансеров.

2.3.3 Workzilla:

- Доступные условия для микрозадач, однако стоимость услуг может варьироваться, что не всегда выгодно для заказчиков крупных проектов.

2.3.4 Авито:

- Бесплатное размещение объявлений, но низкая специализация на фриланс-услугах и отсутствие прозрачной системы комиссий может влиять на качество подбора специалистов.

2.3.5 Freelance Job:

- Прозрачная система комиссий, но модель монетизации может требовать дополнительных инструментов для расширенной аналитики и поддержки функционала.

3.3 Целевая аудитория и рынок

3.1 Портрет целевой аудитории

Целевая аудитория сервиса Jobsy включает две ключевые группы.

3.1.1 Фрилансеры

Это молодые специалисты, студенты и самозанятые, ищущие гибкие возможности для дополнительного заработка. Основные проблемы, с которыми сталкиваются фрилансеры, – высокие комиссии на традиционных платформах, длительный процесс оформления заявок, сложности с формированием привлекательного портфолио и недостаточная прозрачность оценки выполненных работ.

На данный момент фрилансеры используют такие платформы, как Freelancer.ru, Workzilla и Kwork, однако данные решения зачастую характеризуются завышенными комиссиями и ограниченной функциональностью для генерации описаний проектов.

3.1.2 Заказчики

Представители малого и среднего бизнеса, стартапы и индивидуальные предприниматели, которым необходимо быстро находить квалифицированных исполнителей для реализации проектов. Основные боли заказчиков – сложность составления грамотного технического задания, высокая стоимость услуг и отсутствие персонализированного подбора специалистов. Заказчики часто прибегают к использованию различных онлайн-сервисов, но эти решения не всегда удовлетворяют их требования по удобству и эффективности.

3.2 Географический охват (ГЕО)

Основной географический рынок сервиса – Россия с перспективой расширения на страны СНГ. Особенности локального рынка включают:

- Преобладание русского языка в коммуникации и интерфейсах;
- Наличие платежных систем, адаптированных под региональные требования;
- Региональные особенности ведения бизнеса и организации удаленной работы;
- Рост спроса на цифровые и гибкие решения в условиях быстро меняющейся экономической среды.

3.3 Оценка SAM/SOM

3.3.1 SAM (Serviceable Available Market)

Если принять, что городское население в возрасте от 18 до 25 лет составляет примерно 9 млн человек, результаты проведенного опроса показывают, что:

- 58% респондентов готовы с удовольствием воспользоваться сервисом Jobsy;
- 38% респондентов могут воспользоваться, если сервис окажется удобным;
- 3% респондентов удовлетворены существующими платформами и не планируют переход.

Таким образом, потенциальный рынок (SAM) можно оценить как:

- консервативная оценка (только 58%): $9 \text{ млн} \times 0.58 \approx 5,22 \text{ млн}$ пользователей;
- расширенная оценка (при условии, что часть из 38% также будет конвертирована): $9 \text{ млн} \times (0.58 + 0.19) = 9 \text{ млн} \times 0.77 \approx 6,93 \text{ млн}$ пользователей.

3.3.2 SOM (Serviceable Obtainable Market)

SOM отражает ту долю SAM, которую сервис может реально привлечь в начальной фазе развития. Учитывая конкуренцию и специфику рынка, реалистичной оценкой является захват порядка 1–2% от SAM, что составляет:

- при консервативной оценке: 1–2% от 5,22 млн $\approx 52,200 - 104,400$ пользователей;
- при расширенной оценке: 1–2% от 6,93 млн $\approx 69,300 - 138,600$ пользователей;

Эти показатели являются ориентировочными и могут корректироваться в дальнейшем на основе детального анализа рынка и дополнительных пользовательских исследований.

4 Финансовая модель

4.1 Способы монетизации

Модель монетизации сервиса Jobsy основана на фиксированной комиссии в размере 10% с каждой успешно закрытой сделки между заказчиком и фрилансером. Такой подход обеспечивает прозрачность условий для всех участников платформы, снижая финансовый порог входа за счёт отсутствия платы за регистрацию, отклики или подписку.

4.2 UNIT-экономика

Данные расчёты являются предварительными и ориентировочными. При более детальном анализе с использованием реальных данных показатели могут корректироваться.

4.2.1 ARPU (средний доход с пользователя)

Пусть средняя стоимость закрытого проекта составляет 4 000 руб. При фиксированной комиссии 10% доход от одного успешного проекта составит:

$$\text{ARPU} = 10\% \times 4\,000 \text{ руб.} = 400 \text{ руб.}$$

4.2.2 Расходы на одного пользователя

Допустим, затраты на маркетинг, техническую поддержку, эксплуатацию инфраструктуры и обслуживание системы составляют в среднем 250 руб. на одного активного пользователя.

4.2.3 Маржинальная прибыль

Валовая прибыль (маржинальная прибыль) на одного пользователя рассчитывается как разница между ARPU и расходами:

$$\text{Маржинальная прибыль} = 400 \text{ руб.} - 250 \text{ руб.} = 150 \text{ руб.}$$

4.2.4 Дополнительные метрики

CAC (Цена привлечения клиента): допустим, затраты на привлечение нового пользователя составляют примерно 250 рубз.

LTV (Пожизненная ценность клиента): если предположить, что активный пользователь остаётся на платформе в среднем 12 месяцев, то $LTV = ARPU \times 12 = 10\,000 \text{ руб.} \times 12 = 120\,000 \text{ руб.}$

При таких показателях отношение LTV/CAC составляет $120\,000 / 5\,000 = 24$, что указывает на высокую эффективность модели

4.3 Прогноз P&L (3 года)

Исходные параметры:

- Средняя стоимость проекта: 4 000 руб.
- Комиссия: 10% (доход с одного успешного проекта = 400 руб.)
- Операционные расходы: агрегированные затраты на маркетинг, поддержку, эксплуатацию инфраструктуры и обслуживание, которые условно составляют определённую сумму, распределённую на каждого успешного проекта.

Годовой прогноз (гипотетический пример):

Год 1:

- Количество успешных сделок: 100
- Комиссионный доход: $100 \times 400 \text{ руб.} = 40\,000 \text{ руб.}$
- Операционные расходы: $100 \times 250 \text{ руб.} = 25\,000 \text{ руб.}$

— Валовая прибыль: $40\,000 \text{ руб.} - 25\,000 \text{ руб.} = 15\,000 \text{ руб.}$

Год 2:

— Количество успешных сделок: 200

— Комиссионный доход: $200 \times 400 \text{ руб.} = 80\,000 \text{ руб.}$

— Операционные расходы: $200 \times 250 \text{ руб.} = 50\,000 \text{ руб.}$

— Валовая прибыль: $80\,000 \text{ руб.} - 50\,000 \text{ руб.} = 30\,000 \text{ руб.}$

Год 3:

— Количество успешных сделок: 300

— Комиссионный доход: $300 \times 400 \text{ руб.} = 120\,000 \text{ руб.}$

— Операционные расходы: $300 \times 250 \text{ руб.} = 75\,000 \text{ руб.}$

— Валовая прибыль: $120\,000 \text{ руб.} - 75\,000 \text{ руб.} = 45\,000 \text{ руб.}$

Итоговые показатели за 3 года:

— $15\,000 \text{ руб.} + 30\,000 \text{ руб.} + 45\,000 \text{ руб.} = 90\,000 \text{ руб.}$

4.4 Расчет RoI

Предположим, что суммарные инвестиционные затраты на разработку и запуск проекта составляют 70 000 руб.

RoI рассчитывается по формуле:

— $\text{RoI} = (\text{Общая валовая прибыль}) / (\text{Инвестиционные затраты})$

Подставляем значения:

$$\text{— RoI} = 90\,000 \text{ руб.} / 70\,000 \text{ руб.} = 1.285$$

Таким образом, прогнозируемый RoI равен 1.285, что превышает минимальное требование в 1.05 (то есть, чистая прибыль не менее 5% от вложенных средств) за трехлетний период.

При условных показателях система генерирует достаточную маржинальную прибыль, что свидетельствует о потенциальной финансовой эффективности модели с комиссией 10% от успешного проекта.

4.4.1 Риски и корректировки

Представленные расчёты являются предварительными и ориентировочными. Фактические показатели могут изменяться в зависимости от:

- фактической динамики роста рынка;
- изменений в операционных расходах (маркетинг, техническая поддержка, инфраструктура);
- уровня конкуренции и изменений в экономических условиях.
- По мере получения актуальных данных и проведения более детального анализа рынка, показатели Unit-экономики, прогноз P&L и расчет RoI могут быть уточнены.