**Международный технопарк IT-стартапов «Astana Hub»**

**БИЗНЕС-ПЛАН ТОО «Индустрия Газа 2030»**

Разработчик и исполнитель проекта - TOO «Индустрия Газа 2030», юридическое лицо зарегистрированное в соответствии с законодательством Республики Казахстан, расположенное по адресу: Казахстан, город Астана, район Нұра, Проспект Тұран, дом 7, помещение 3 этаж кабинет №5

БИН 230740000814

**г. Аcтана 2024**

СОДЕРЖАНИЕ

|  |
| --- |
| 1. Наименование проекта и его описание……………………………………………....….3 |
| 2. Место реализации проекта……………………………………………………………….3 |
| 3. Основание для владения проекта (собственная разработка, лицензия)………….........4 |
| 4. Сведения о разработчике / авторе проекта…………………………………………..…..4 |
| 5. Цель и задачи проекта…………………………………………………………………….5 |
| 6. Стадия готовности проекта……………………………………………………………….5 |
| 7. Ключевые показатели эффективности (KPI) проекта…………………………………...6 |
| 8. Техническое описание проекта (архитектура, структура, применяемые решения)…..7 |
| 9. Смета планируемых расходов на реализацию проекта…………………………………9 |
| 10. Способ продаж и ожидаемая выручка (доход)………………………………………...10 |
| 11. Клиенты/потенциальные клиенты……………………………………………………...11 |
| 12. План мероприятий, необходимый для реализации проекта………………………….11 |
| 13. Виды предлагаемых в рамках проекта товаров, работ, услуг, имущественных |
| прав и ежегодный объем предполагаемых продаж……………………………………….13 |
| 14. Обоснование необходимости реализации проекта (общественная значимость и |
| эффект от успешной реализации)………………………………………………………….13 |
| 15. Сведения о патентно-лицензионной защите, авторских правах, торговых знаках |
| и других объектах интеллектуальной собственности (при наличии)……………………14 |

**1 . Наименование проекта и его описание**

|  |  |
| --- | --- |
| **О проекте** | |
| **О компании** | |
| Наименование юридического лица | TOO “Индустрия Газа 2030” |
| Год создания, БИН | 2023, 230740000814 |
| Цель деятельности компании | Создание прибыльной компании в сфере ИТ-технологий по предоставлению сервисов для e-commerce площадок |
| Отрасль предприятия | ИТ, Web-Platform |
| Юридический адрес | Казахстан, город Астана, район Нұра, Проспект Тұран, дом 7, этаж3 кабинет 5 |
| Фактический адрес | Казахстан, город Астана, район Нұра, Проспект Тұран, дом 7, этаж3 кабинет 5 |
| Учредители компании:  ФИО, доля в уставном капитале | Рамазанов Ержан Дусенбаевич , доля в УФ 100% |

**2. Место реализации проекта**

|  |  |
| --- | --- |
| Название проекта | Индустрия Газа 2030 |
| Ключевые направления деятельности | Доставка и страхования товаров любых габаритов посредством платформы  Развитие цифровизация путем легкой доступности цифровых технологий для факторинга и логистики |
| Продукция/услуга по проекту | Разработка веб-платформ без кода |
| Дата начала ведения проекта  (предполагаемый срок запуска проекта) | Март 2024 |
| Цель и задачи проекта | Создание цифровых продуктов развития электронной торговли |
| Место реализации проекта | Казахстан, Астана |
| Клиенты (потенциальные клиенты) | Граждане Казахстана от 18 до 63 лет |

**3. Основание для владения проекта (собственная разработка, лицензия)**

Все права на произведение принадлежат автору, который является сотрудником компании. Собственная разработка frontend, backend и всех сопутствующих фреймворков разрабатывается местными квалифицированными разработчиками. Дизайн и интерфейс отрисовывается местными экспертами дизайна. Во всех продукциях созданной компанией используются новые технологии, которые дают возможность конкурировать, как и отечественными разработчиками, так и с зарубежными. В данный момент ведутся переговоры с различными fulfillment площадками. для перенятия опыта и внедрения в собственную платформу.

**4. Сведения о разработчике / авторе проекта**

Digital-агентство Индустрия Газа 2030 — это высококвалифицированные Frontend и Backend разработчики, дизайнеры, маркетологи, бизнес-аналитики и проект-менеджеры с творческим подходом к работе. Е-Факторинг успешно работает в сфере логистики товаров и упаковки видов и уровней сложности. На начале пути Е-Факторинг планирует развивать стартап оказываю услуги разным клиентам , среди которых можно увидеть работы, начиная с малогабаритных товаров и заканчивая крупногабаритными товарами.

Компания является digital-агентством полного цикла, так используем комплексный подход в продвижении. Первостепенные направления компании — логистика, страхование, и факторинг. Главное преимущество — это полное понимание желаний нашей целевой аудитории.

Индустрия Газа 2030 намерена оказывать полный спектр услуг по предоставлению инструментов, техническому обслуживанию и другим услугам через собственную платформу, которая призвана помочь популяризации информационных технологий.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименования** | **Компетенции** | **Стаж** |
| Разработчик ПО | ASP .NET Core Basics, Algorithms & Data Structures, SOLID, REST, Databases, etc. | 5 года |
| Веб-разработчик | JavaScripts, HTML, CSS, Styling, State Management, Routing, REST, etc. | 4 лет |
| Тестировщик | HTML и CSS. | 3 года |
| Системный администратор | Python, bash, Linux Server Administration, CI/CD, Clouds, Servers, Monitoring & Logging, etc. | 5 года |
| Сетевой администратор | Python, bash, Linux Server Administration, Network & Security, Clouds, Servers, etc. | 6 лет |
| Специалист по ИБ | Python, bash, Linux skills, Network & Security, eJPT, OSCP, PNPT, etc. | 3 года |

**5. Цель и задачи проекта**

У digital-агентства Индустрия Газа 2030 есть ряд важных задач:

* Обеспечение своевременной доставки товаров e-commerce площадок;
* Сокращение кассовых разрывов e-commerce площадок путем предоставления услуги факторинга;

Наиболее «сдерживающие» 2 фактора:

* низкая информированность людей о таких логистических услугах
* пока еще высокое недоверие

Это довольно нормальные вещи для нового рынка, ведь мы пока что находимся только в самом начале развития автоматизации логистических услуг.

На данный момент многие клиенты потихоньку осознают преимущества наших услуг, ведь обращаясь к нам им не требуется склад, работники (кто будет упаковывать и готовить товар к отправке), не нужны курьеры, также мы предоставляем услуги по всему Казахстану, что каждый пользователь будет иметь доступ к складу. Поэтому наша компания поставила перед собой ряд целей, которые улучшат спектр наших услуг:

1. Развитие сервисов по предоставлению услуг факторинга и аутсорсинга логистики игрокам электронной торговли;
2. Извлечение прибыли за счет предоставления услуг;
3. Создание других продуктов развития электронной торговли;
4. Привлечение базы партнеров и клиентов;
5. Увеличение товарных отправлений путем предоставления уникальных услуг, в последствии положительное влияние на экономику страны;
6. Увеличение доли рынка логистики e-commerce;
7. Предоставление дополнительных сервисов для интернет-магазинов.

**6. Стадия готовности проекта**

Платформа находится на стадии MVP и готова для принятия первых заявок на услуги. Также имеются устные договоренности с первыми клиентами.

Компания разрабатывает платформу по направлениям: logistic optimization и analytics

|  |  |
| --- | --- |
| **X** | **Мероприятия** |
| ✅ | проработана бизнес-идея |
| ✅ | разработан бизнес-план проекта |
| ✅ | заключены контракты (договор о намерениях) с поставщиками систем безопасности |
| ✅ | имеется в наличии часть необходимого оборудования |
| ✅ | произведена наладка оборудования |
| ✅ | произведен подбор / набор персонала |

**7. Ключевые показатели эффективности (KPI) проекта:**

Планируется применять качественные и количественные метрики KPI. На основе качественных метрик взяты такие показатели как: LTV, NPS.

LTV (Lifetime Value) — это показатель прибыли, который сгенерирует каждый клиент.

NPS — или индекс лояльности пользователей — подсчитывается очень просто. Путем опроса: «Оцените от 1 до 10, с какой вероятностью вы порекомендуете наш сервис или услугу друзьям или знакомым».

Метрика рассчитывается как разница между долей сторонников и критиков: от количества людей, выбравших цифры от 9 до 10 (то есть сторонников), вы отнимаете количество людей, выбравших цифры от 1 до 6 («критиков»). Нейтрально настроенные к обучению люди, выбравшие пункты 7-8, в расчет не берутся.

Рост NPS, то есть увеличение числа людей, которые в восторге от услуги, означает в будущем увеличение процента возврата этих или других людей, которые получили информацию о нашей компании «Индустрия Газа 2030».

В качестве количественных метрик компания рассматривает такие показатели как: средний чек, количество выполненных заказов, количество новых пользователей, реактивация старых пользователей. Эти метрики используют компании, работающие в любом направлении. Возникает вопрос как мы можем влиять на эти KPI в сфере логистических услуг.

Например, повысить средний чек можно за счет увеличения ценности предложения (например, наличия дополнительных опций, включенных в стоимость), за счет комплексного предложения. Чем ограничивается средний чек на наши услуги? Прежде всего конкурентной средой: мы не можем назначать цены, которые будут выше, чем у наших конкурентов на аналогичные услуги. Но вы можем сделать свое предложение более весомым, добавить ему ценности и тем самым обусловить разницу в цене.

Увеличить показатель количество выполненных заказов поможет практика апсейлов: если у клиента товар был успешно доставлен, можно предложить ему дополнительные услуги по техническому обслуживанию. Хорошо работают и рекомендательные системы — когда клиент получает скидку на ряд услуг, если его друзья или знакомые обращаются в нашу компанию.

Здесь надо учитывать, что для данного проекта рост количества новых пользователей — долгий процесс. Не всегда новый клиент готов обращаться многократно. Часто для этого требуется постепенные продажи клиентских продуктов на маркетплейсах: ведь покупатели интересуется отзывами и лишь потом совершает покупку, а от этого зависит как часто клиент будет обращаться к нам.

Новые пользователи обеспечивают конверсию из числа заявок, а выполненные заказы — это конверсия из трафика с сайта и других каналов. Часто конверсия из трафика становится метрикой для продуктологов и отдела маркетинга, а конверсия с выполненных заказов— KPI для отдела продаж.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | KPI | Цель к 2025 году |
| 1 | Количество выполненных отправлений в месяц | 1000 |
| 2 | Количество покрытых финансовых рисков в месяц | 200 |
| 3 | Количество новых клиентов в месяц | 200 |

**8. Техническое описание проекта (архитектура, структура, применяемые решения)**

Фулфилмент – не обычная доставка, а комплексный подход к обработке заказов – от получения заявки до передачи на склад маркетплейса. Фулфилмент-оператор обеспечивает:

* получение товаров, например, он забирает их с производства или напрямую у поставщика;
* складское хранение, как краткосрочное, так и постоянное;
* комплектацию и упаковку (индивидуальную, в коробки, другие варианты);
* маркировку и стикеровку;
* обработку возвратов, подготовку к повторной продаже.

Соответственно, оптимизация - неотъемлемая часть развития бизнеса. При оптимизации платформы следует задавать себе ряд вопросов, например: актуальна ли информация, которую мы предлагаем ЦА, эффективны ли способы предоставления обратной связи и т.д.

Кастдев в таком случае - самый оптимальный инструмент, с помощью которого можно проверить реалистичность и выгодность бизнес-идеи. Появится понимание, что мы делаем продукт, за который люди готовы платить определенную сумму денег, и о котором они не пожалеют. Самый эффективный инструмент кастдева - проблемное интервью. С помощью проблемного интервью можно узнать о реальных трудностях наших пользователей, а также об их потребностях. Кастдев также помогает в составлении более четкого портрета ЦА digital-агентства, что будет эффективно при настройке таргета (или другой рекламы, например) и при определении стратегии ценообразования.

Компания перестает динамически развиваться, когда управленческому составу приходится большую часть времени уделять текущим задачам и нет времени сосредоточиться на стратегически важных вопросах. Благодаря делегированию полномочий руководителями, у бизнеса появляется возможность освободить время, и минимизировать расходы.

Отслеживая работу каждого отдела, руководитель будет знать о проблемах, которые существуют в каждом отделе, и проконтролировать их решение. Специалисты отделов получают четкие KPI, они знают целевой результат своей работы, методы его достижения и возможные санкции за нарушение договоренностей. Таким образом, руководитель обеспечивает прозрачность работы, которая снижает вероятность невыполнения задачи.

Платформа digital-агентство «Е-Факторинг» имеет свои функции такие как:

* Платформа обеспечивает идентификацию и авторизацию пользователей;
* Платформа соответствует требованиями по безопасности и защите;
* Платформа защищена от несанкционированного доступа к данным;
* Платформа обеспечивает возможность увеличения количества одновременно работающих пользователей, не уменьшая, при этом, производительность.
* Платформа обеспечивает возможность поэтапного наращивания как производительности, так и функционального состава системы.

Стоит отметить что платформа построена на принципе открытой архитектуры, обеспечивающем возможность встраивания и взаимодействия (интеграции) с другими информационными платформами и программными продуктами. Платформа имеет открытые интерфейсы для развития и интеграции.

Основной функцией является то что в режиме актуального времени в одной системе вести операционный учет со следующими функционалами:

* регистрация пользователей посредством ЭЦП;
* фиксирование процесса отгрузки товара, если курьер определен как сервис Индустрия Газа то есть фулфилмент;
* генерирование ШПИ;
* просмотр дашборда;
* формирование дебиторской задолженности;
* просмотр заявок от клиента и ее обработка;
* заключение договора;
* выгрузка отчетов по сформированным товаров на отправку;
* просмотр досье клиента по группам платежеспособности и благонадежности;
* просмотр графика отгрузки;
* формирование и согласование заказа;
* формирование счета на оплату.

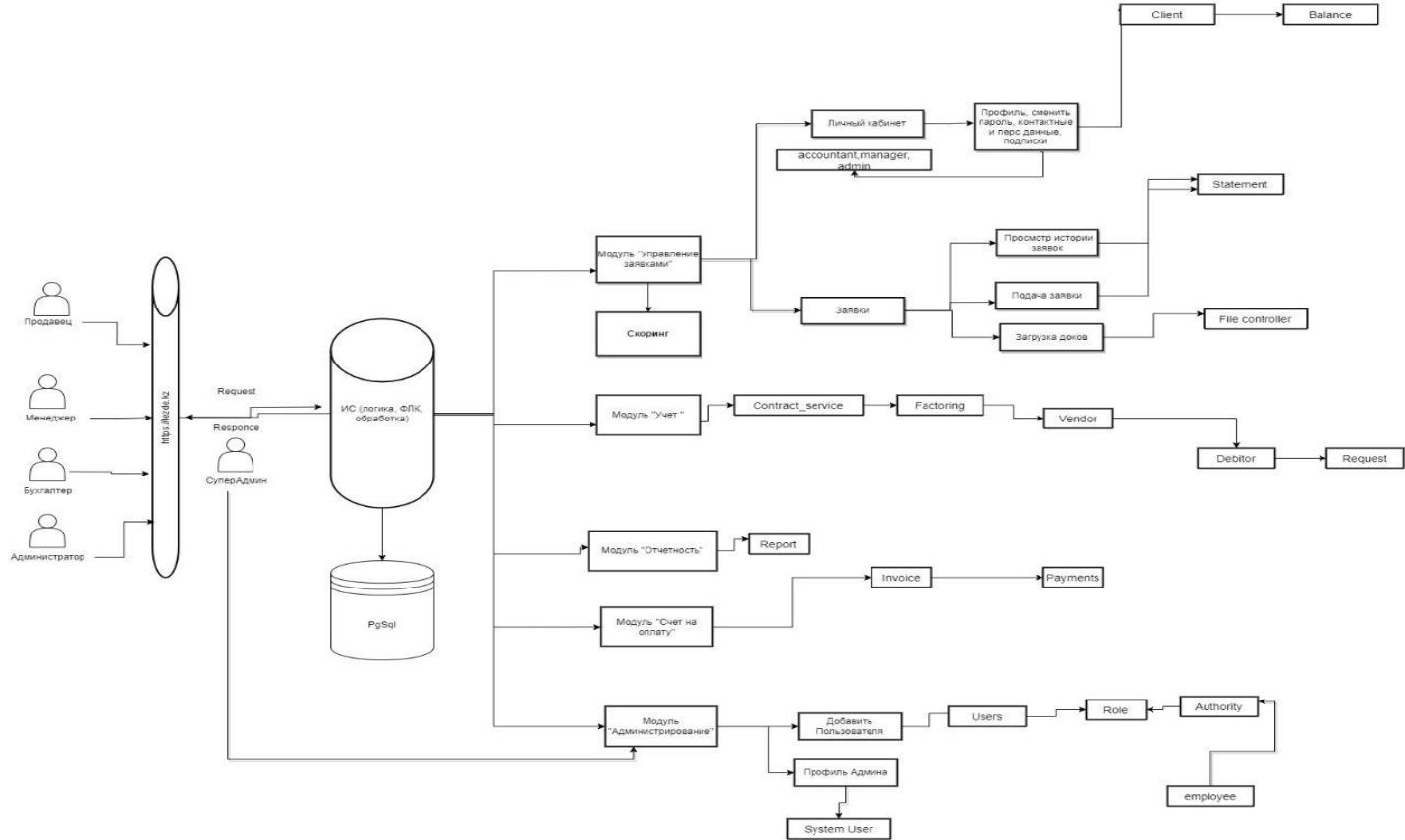


Рисунок 1. Функциональная архитектура Системы

**9. Смета планируемых расходов на реализацию проекта**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование** | **Величина расходов, тг** |
| Аренда серверов | 315.000 |
| Банковские услуги | 50.000 |
| Непредвиденные расходы | 200.000 |
| Реклама и продвижение | 1500.000 |
| Консультационные услуги | 300.000 |
| Бухгалтерия | 100.000 |

9.2 Персонал и расходы на оплату труда по годам

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование группы сотрудников** | **2024** | | **2025** | | **2026** | | **2027** | | **2028** | | **2029** | | **2030** | | **2031** | |
| **кол.** | **ФОТ** | **кол.** | **ФОТ** | **кол.** | **ФОТ** | **кол.** | **ФОТ** | **кол.** | **ФОТ** | **кол.** | **ФОТ** | **кол.** | **ФОТ** | **кол.** | **ФОТ** |
| Административные работники | 2 | 2,400,000 | 2 | 9,600,000 | 2 | 10,560,000 | 2 | 11,616,000 | 2 | 12,777,600 | 2 | 14,055,360 | 2 | 15,460,896 | 2 | 17,006,985 |
| Производственный персонал | 3 | 3,150,000 | 3 | 12,600,000 | 3 | 13,860,000 | 3 | 15,246,000 | 3 | 16,770,600 | 3 | 18,447,660 | 3 | 20,292,426 | 3 | 22,321,668 |
| Разработ-  чики | 2 | 3,000,000 | 2 | 12,000,000 | 2 | 13,200,000 | 2 | 14,520,000 | 2 | 15,972,000 | 2 | 17,569,200 | 2 | 19,326,120 | 2 | 21,258,732 |
| **ИТОГО** | **7** | **8,550,000** | **7** | **34,200,000** | **7** | **27,620,000** | **7** | **41,382,000** | **7** | **45,520,200** | **7** | **50,072,220** | **7** | **55,079,442** | **7** | **60,587,385** |

9.3 Смета затрат по проекту

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Код статьи** | **Наименование статьи затрат** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** | **2028** | **2029** | **2030** | **2031** |
| 1 | Фонд оплаты труда | 8,550k | 34,200k | 37,620k | 41,382k | 45,520k | 50,072k | 55,079k | 60,587k |
| 2 | Затраты на оборудование | 500k | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3 | Затраты на офис | 900k | 3,600k | 3,960k | 4,356k | 4,791k | 5,270k | 5,797k | 6,377k |
| 4 | Затраты на наем, продвижение, маркетинг | 3,000k | 6,000k | 6,600k | 7,260k | 7,986k | 8,784k | 9,663k | 10,629k |
| 5 | Прочие расходы | 1,500k | 6,000k | 6,600k | 7,260k | 7,986k | 8,784k | 9,663k | 10,629k |
| **ИТОГО** | | **13,051k** | **49,800k** | **54,780k** | **60,258k** | **66,283k** | **72,912k** | **80,203k** | **88,223k** |

9.4 Предполагаемый доход

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименовани** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** | **2028** |
| **доход** | **доход** | **доход** | **доход** | **доход** |
| **Факторинг** | 8,930,681 | 64,046,658 | 80,203,989 | 99,592,787 | 122,859,344 |
| **Логистика** | 9,985,409 | 61,505,600 | 73,806,719 | 88,568,063 | 106,181,676 |
| **Страхование** | 10,492,545 | 64,629,326 | 77,555,191 | 93,066,230 | 111,679,475 |

**10. Способ продаж и ожидаемая выручка (доход)**

Наша целевая аудитория это: все предприниматели работающие на маркетплейсах с 18 до 63 лет. Продвижение и получение заявок планируется через таргетированную рекламу Facebook в социальных медиа такие как: Instagram, Youtube, Facebook. После таргетированной рекламы поступает от потенциального клиента заявка в CRM систему.

Дальше будет запись на бесплатную консультацию для тех, кто вовсе не знаком с деятельностью компании, также будет диверсификация услуг.

|  |  |
| --- | --- |
| Программа монетизации проекта за год | * Факторинг: доход – 64 046 658 тенге. * Логистика: количество товаров – 410 037 штук, что в денежном эквиваленте: 61 505 600 тенге. * Страхование товаров: количество товаров – 410 037 штук, что в денежном эквиваленте: 64 629 326 тенге |
| Численность сотрудников  по проекту | 2-8 |
| Предполагаемые рынки оказания услуг (структура продаж) | Весь Казахстан |
| Клиенты/потенциальные клиенты: | * + QP Service   + Фрут.кз   + Halyk маркет   + Jusan маркет   + OZON |
| Расходы | |
| Затраты на продвижение  и техническую поддержку продукта/услуг в процессе эксплуатации | * + расходы на маркетинг и рекламу 10%   + расходы на оплату труда персонала 15%   + аренда офиса и прочие расходы 15% |

**11. Клиенты/потенциальные клиенты**

Резиденты Республики Казахстан от 18 до 63 лет. Ожидается поток клиентов со всей страны. Вид бизнеса: B2C, B2В.

Про потенциальных клиентов очень полезно знать такие качества как:

* исторические данные отправок
* возвратность товаров
* налоговую историю
* опыт на рынке

По данным критериям составили портрет целевой аудитории школы в нижеприведенной таблице.

**12. План мероприятий, необходимый для реализации проекта (описание конкретных мероприятий (шагов) необходимых для реализации и развития проекта).**

Организацию оказания услуг на предприятии предполагается осуществлять с учетом следующих принципов:

1. Постоянный мониторинг конкурентоспособности и работа над ее совершенствованием;

2. Использование комплекса мер по формированию спроса и стимулированию сбыта, формированию имиджа и закреплению постоянных клиентов.

Для эффективного маркетингового продвижения услуг необходимо основываться на следующих принципах:

* учет возможностей и пожеланий потребителей. При этом фактически формируется определенная целевая аудитория;
* составление обращения к целевой аудитории и постоянное общение с ней на предмет ценности предоставляемой услуги;
* рекламирование услуг не должно быть навязчивым, но вместе с тем должно тонко подчеркивать имеющиеся у вас достоинства по сравнению с конкурентами;
* необходимо делать упор на качественность своей услуги, т.е. надежность, гарантированность, своевременность, отзывчивость и многое другое;
* участники сбыта должны быть в меру креативны и, безусловно, профессиональны.

Брошюры/листовки. Разработать информационные (открыточные) брошюры и листовки и распространить их через целевую компанию прямой почтовой рассылки.

Визитные карточки. Раздача визитных карточек в местах, где чаще всего встречаются наши потенциальные клиенты и делиться ими без разбора, чтобы распространять информацию о ваших услугах.

Презентация УТП. Рассказать через всевозможные способы о своем уникальном торговом предложении малым, средним и крупным игрокам e-commerce**.**

Выставки и публичное выступление.Принять участие в Fintech и IT конференциях, семинарах, которые будут проходить в Технопарке.

В ИТ-сфере лучший двигатель для продвижения — это Интернет. Все наши клиенты — и потенциальные, и существующие — активные пользователи.

Ниже приведены алгоритмы продвижения школы под целевую аудиторию:

* + продвижение в органической выдаче (SEO);
  + под определенные направления размещать контекстную рекламу;
  + активно вести соцсети, публиковать рекламные статьи и полезный контент;
  + таргетированная реклама;
  + программы лояльности: скидочные карты для постоянных клиентов, акция «приведи друга», подарочные сертификаты;
  + сарафанное радио.

Следующий этап продвижения: создание социальных сетей в разных платформах (инстаграм, тик-ток, фейсбук). Целевая аудитория являются активными пользователями социальных сетей. Планируется нанимать SMM специалиста для продвижения через социальные медиа и повысить узнаваемость бренда digital-агентства.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Вид работ/Месяц** | **Апрель** | **Май** | **Июнь** | **Июль** | **Август** | **Сентябрь** | **Октябрь** | **Ноябрь** | **Декабрь** | **Январь** |
| Определение и постановка  задач ТЗ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Прототипирование |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Разработка Web-дизайна главной страницы |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Дизайн внутренних страниц приложения |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Верстка дизайна |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Программирование. Back-end |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Тестирование |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**13. Виды предлагаемых в рамках проекта товаров, работ, услуг, имущественных прав и ежегодный объем предполагаемых продаж**

В настоящее время компания предоставляет услуги**:**

* + Факторинга
  + Логистика
  + Страхование товаров

На данный момент компания планирует работать с более 300 клиентами, в дальнейшем планируется увеличить количество постоянных и новых клиентов, демонстрируя свои преимущества на рынке e-commerce.

**14. Обоснование необходимости реализации проекта (общественная значимость и эффект от успешной реализации)**

Фулфилмент, логистика и факторинг - это три важных аспекта бизнеса, которые имеют большое общественное значение, так как они влияют на различные аспекты экономики и общества.

1. Фулфилмент (или исполнение заказов) управляет и обрабатывает заказы, а также осуществляет прием, обработку, упаковку и доставку товаров потребителям. Общественное значение фулфилмента заключается в том, что он способствует развитию электронной коммерции и улучшению доступа потребителей к широкому ассортименту товаров и услуг. Это также способствует росту рабочих мест в сфере логистики и транспортировке товаров.
2. Логистика - это процесс управления потоком товаров, информации и услуг от производителя к потребителю. Общественное значение логистики заключается в оптимизации процессов доставки, уменьшении издержек и сокращении негативного воздействия на окружающую среду. Эффективная логистика позволяет улучшить качество жизни, обеспечивая доступ к товарам и услугам, а также снижая воздействие на дорожное движение и окружающую среду.
3. Факторинг - это финансовая практика, при которой компании продажи свои долги третьей стороне (фактору) в обмен на немедленное получение средств. Общественное значение факторинга заключается в том, что он способствует улучшению доступности финансирования для малых и средних предприятий (МСП), позволяя им получить необходимые средства для роста и развития. Это важно для стимулирования экономического роста и создания рабочих мест.

В целом, эти три аспекта - фулфилмент, логистика и факторинг - являются важными элементами современной экономики и способствуют улучшению доступности товаров и услуг, оптимизации процессов и поддержке бизнеса, особенно МСП.

В процессе успешной реализации данного проекта, будет решено ряд проблем такие как:

* Улучшение рабочей среды
* Улучшение бизнес-процессов
* Повышение оборотов e-commerce площадок путем предоставления вышеописанных услуг, что в свою очередь увеличит обороты розничной торговли в Республике Казахстан
* Сокращение времени ожидания доставки товаров до конечного получателя и увеличение товарных отправлений.

**15. Сведения о патентно-лицензионной защите, авторских правах, торговых знаках и других объектах интеллектуальной собственности (при наличии)**

После утверждения product/market fit, проверки всех гипотез и тестирования MVP платформа планирует зарегистрировать авторские права в [QazPatent.](https://qazpatent.kz/ru/)