



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

# **Конкурс исследовательских и проектных работ школьников «Высший пилотаж» (направление «Предпринимательство»)**

**к.э.н., доцент кафедры Маркетинг фирмы  
Преподаватель курса «Бизнес» в лицее НИУ ВШЭ  
Наталья А. Поротникова**

**Москва, Декабрь, 2016**

# ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО



- Предпринимательство – вид деятельности, направленной на создание нового с целью получения прибыли (Й.Шумпетер).
- Предпринимательство – лучший способ раскрытия ваших талантов!
- Конкурс проектов – прекрасная возможность получить опыт в создании своего предпринимательского проекта и получить комментарии экспертов!

# ЧТО ТАКОЕ ПРОЕКТ?

регулярная деятельность



проект



- ✓ Цель (от проблемы- потребности)!
- ✓ Сроки
- ✓ Бюджет
- ✓ Результаты

# ВЫБОР ТИПА ПРОЕКТА:



Предпринимательский  
проект

**Новизна – сырьё, продукта,  
рынка, технологии и системы.**



Проект социального  
предпринимательства

**Решение социальной проблемы  
при коммерческой устойчивости.**

# КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ПРОЕКТА

## 3.1. Критерии оценки предпринимательского проекта

В своих презентациях участники должны продемонстрировать, насколько успешно они добились следующей цели: новизна и эффективность предпринимательского проекта

Критерий	Устная презентация (Максимальный балл)
1. Креативность, новизна, преимущества проекта перед аналогами. Оригинальность бизнес-идеи, отличия от существующих на рынке бизнес-проектов.	10
2. Экономическая эффективность проекта, обоснованность оценки его эффективности	20
3. Стратегия реализации. Обоснованность плана реализации проекта, необходимых ресурсов, перспектив его реализации. Обоснованность условий успешной реализации проекта.	20
4. Степень вовлеченности автора в разработку и реализацию проекта, материалы (видео, публикации, участие в проектных командах, проч.)	10
5. Оценка ответов на вопросы жюри.	40

Максимально возможное количество баллов - 100.

## Критерии оценки проекта социального предпринимательства

Участники должны продемонстрировать, насколько успешно они добились следующей цели: новизна и эффективность проекта социального предпринимательства.

Критерий	Устная презентация (Максимальный балл)
1. Значимость социального эффекта. Обоснование актуальности и масштаба социальной проблемы.	20
2. Обоснование ожидаемых результатов проекта. Оценка социального эффекта проекта.	20
3. Стратегия реализации. Обоснованность плана реализации проекта, необходимых ресурсов, перспектив его развития. Обоснованность условий успешной реализации проекта.	10
4. Степень вовлеченности автора в разработку и реализацию проекта, материалы (видео, публикации, участие в проектных командах, проч.)	10
5. Оценка ответов на вопросы жюри.	40

Максимально возможное количество баллов - 100.

## SHOES: *Now conveniently sold in pairs.*

### WOMEN'S SHOES

Sandals  
Heels  
Boots  
Sneakers & Athletic Shoes  
Flats  
Clogs & Mules  
Loafers  
Slippers  
Oxfords  
Boat Shoes  
Insoles & Accessories  
Climbing  
view all...

### MEN'S SHOES



- ✓ бесплатная доставка обуви;
- ✓ консультации по подбору;
- ✓ **365 дней** на замену обуви без указания причины!!



Каждая баночка мёда  
помогает менять мир  
к лучшему.  
Спасибо, что вы  
с нами!

АТЬ БОЛЬШЕ



<http://www.cocco-bello.com> от Гузель Санжаповой

Более 3 млн. руб. собрано через «Boomstarter»

# РАЗДЕЛЫ ПРОЕКТА:

Работа участника конкурса может включать в себя следующие разделы:

- введение;
- 1. описание бизнес-идеи;
- 2. описание этапов реализации проекта;
- 3. прогнозы и планы на ближайшие годы;
- 4. описание достигнутых результатов;
- заключение.



# 1. БИЗНЕС-ИДЕЯ

Идея, которая может быть использована для построения новой компании или нового направления деятельности в уже работающей компании.

1. КАКУЮ ПРОБЛЕМУ РЕШАЕТ БИЗНЕС? **Выгода потребителя?**

2. У КОГО ЕСТЬ ТАКАЯ ПРОБЛЕМА? **КТО он (ЦА)?**

3. КАКИЕ РЕШЕНИЯ ЕСТЬ НА РЫНКЕ? **Характеристики?**

4. **ПОЧЕМУ ВАШЕ РЕШЕНИЕ ЛУЧШЕ?** **Преимущество?**  
ПОЧЕМУ БУДУТ ПОКУПАТЬ У НАС?

## 2. ЭТАПЫ РЕАЛИЦИИ ПРОЕКТА

- 2.1. маркетинговый план (выход на рынок, оценка конкурентов, методы конкурентной борьбы);
- 2.2. краткий производственный план (объемы производства на ближайшие перспективы);
- 2.3. организационный план (распределение зон ответственности между участниками, сведения о партнерах, источники трудовых ресурсов и их распределение);
- 2.4. финансовый план (описание возможных расходов и ожидаемых доходов, связанных с реализацией бизнес-идеи, описание источников дополнительного финансирования).

## 2.1. ПЛАН МАРКЕТИНГА

2.1.1. Анализ рынка и конкурентов

2.1.2. Исследование потребителей

2.1.3. План продвижения

## **2.1.1. РЫНОК И КОНКУРЕНТЫ**

# ЧТО И ЗАЧЕМ ЗНАТЬ О РЫНКЕ?

Конкретные метрики, которые необходимо получить по итогам анализа рынка:

- размер рынка – реальные продажи продукта-технологии за определенный период (зависит от проблемы, которую решает продукт / технология)
- доля рынка, которую вы планируете занять за 1-5 лет
- количество потенциальных потребителей продукта
- рыночная цена продукта-технологии

Все эти метрики говорят о рыночной привлекательности продукта-технологии и ложатся в основу финансовой и бизнес-модели проекта!

# Сформулируйте гипотезу рынка



Эти прогнозы – основа для будущего расчета бюджета проекта

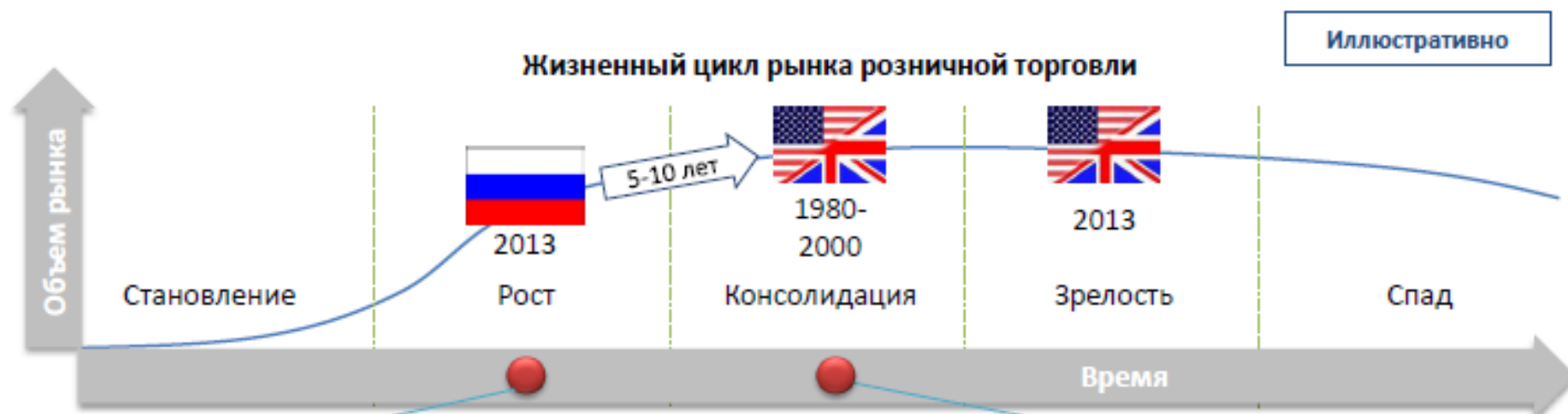
**TAM** = каковы размеры вселенной

**SAM** = какую ее часть я могу охватить с помощью своих каналов сбыта

**Целевой рынок** (для стартапа) = кто скорее всего станет покупателем

См. ПРИМЕР РАСЧЕТА <http://biz-insight.com.ua/stati/metodologicheskie/pam-tam-sam-som-ili-chast-texnologii-ocharovaniya-seryoznogo-investora>

# Сравнение с динамикой рынка в других странах позволяет оценить перспективы консолидации рынка

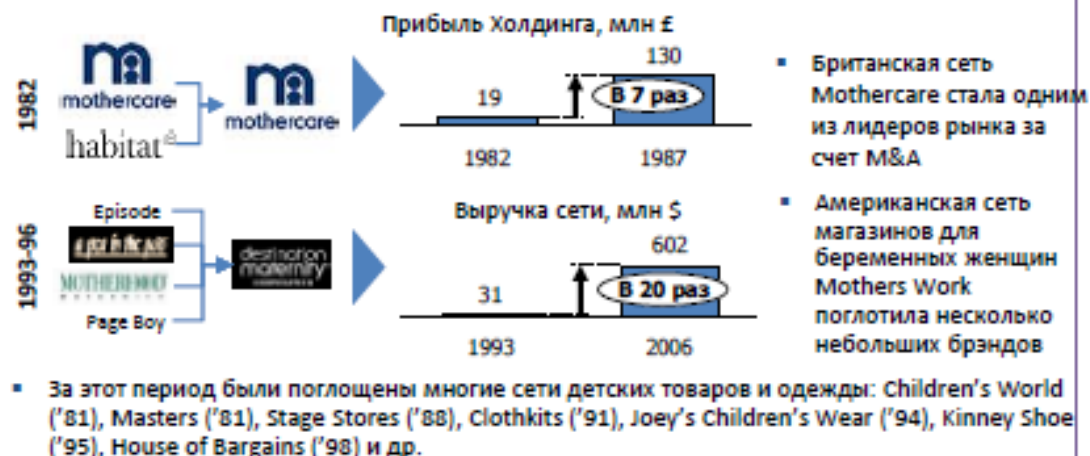


Рынок РФ находится в фазе роста, появляется множество новых быстрорастущих игроков

Количество магазинов крупнейших сетей детских товаров



В 1980-2000 гг. в США и Великобритании период роста сменился чередой слияний и поглощений



Источники: данные компаний, анализ SPG

# Практически по каждой отрасли существует отраслевой ресурс (иногда не один), на котором можно найти обзоры, статистику, интервью с экспертами и многое другое

Часто это ресурсы консалтинговых компаний, специализирующихся в данной отрасли, например:

Косметика



IT и Телеком



Сотовая связь



Лес



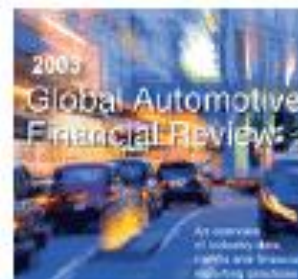
Интернет





# Международные консалтинговые компании часто публикуют исследования/ отчеты по разным индустриям

PRICEWATERHOUSECOOPERS PwC



McKinsey & Company

## The McKinsey Quarterly



FIGURE 1

A.T. Kearney's 2005 Global Retail Development Index (top 30 emerging markets)

Rank Country	Region Weight	Country rank 20%	Market at least 5 years 25%	Market at least 10 years 30%	Time potential 20%	Score
1 India	Asia	22	24	31	30	129
2 Russia	Eastern Europe	12	25	71	32	92
3 Ukraine	Eastern Europe	26	32	62	30	82
4 China	Asia	50	40	53	30	53
5 Slovakia	Eastern Europe	21	22	28	28	82
6 Latvia	Eastern Europe	27	20	51	70	81
7 Croatia	Eastern Europe	23	28	40	40	80
8 Vietnam	Asia	24	24	38	40	73
9 Turkey	Middle East	51	35	55	45	73
10 Indonesia	Eastern Europe	72	37	32	30	72
11 Chile	Latin America	70	50	60	44	70
12 Thailand	Asia	65	31	30	71	70
13 Bulgaria	Eastern Europe	40	30	73	60	72
14 South Korea	Asia	70	71	34	42	72
15 Taiwan	Middle East	66	30	34	20	71
16 Macedonia	Eastern Europe	73	31	34	75	70
17 Lithuania	Eastern Europe	27	22	51	52	68
18 Malaysia	Asia	70	40	50	40	67
19 Hungary	Eastern Europe	72	20	30	75	66
20 Georgia-Armenia	Eastern Europe	35	10	75	35	64
21 Czech Republic	Asia	35	20	72	75	64
22 Kazakhstan	Eastern Europe	52	31	20	81	63
23 Morocco	Middle East	56	34	62	30	62
24 Mexico	Americas	61	65	30	25	61
25 Egypt	Middle East	51	35	65	30	60
26 Taiwan	Asia	65	71	41	10	60
27 Philippines	Asia	42	37	71	50	57
28 Indonesia	Asia	22	42	60	17	53
29 Brazil	Latin America	20	14	37	20	49
30 Pakistan	Asia	44	27	31	14	48

Source: McKinsey & Company, World Bank reports and A.T. Kearney analysis

# Определите – кто ваши прямые и косвенные конкуренты

**Прямые конкуренты** – решают ту же проблему аналогичными технологиями.

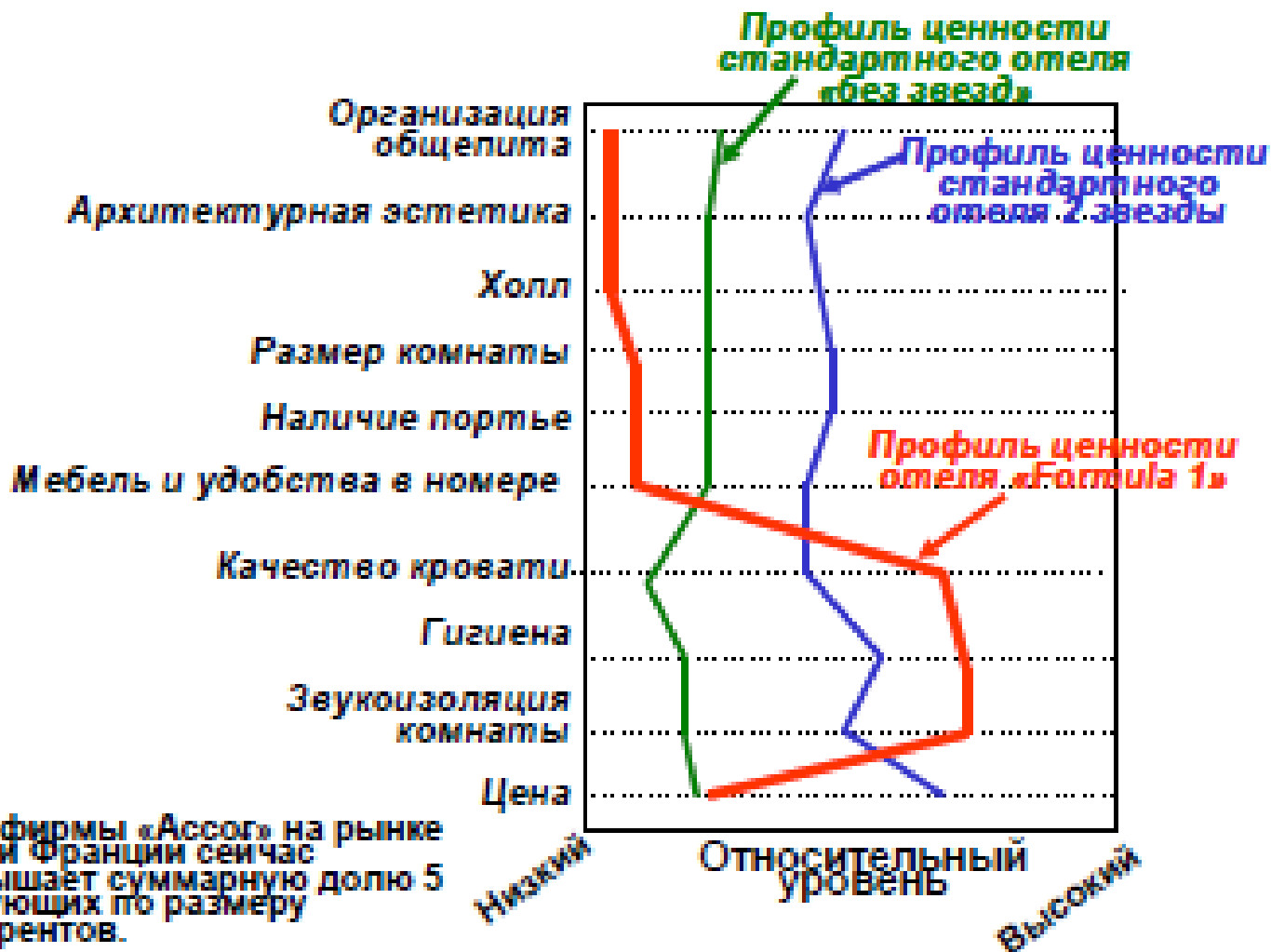
**Косвенные конкуренты** – решают ту же проблему рынка другим способом или технологией (!!!)

**Лидеры рынка** – игроки, определяющие или меняющие «правила игры» на рынке.

# Чем вы лучше конкурентов?

Составьте конкурентный профиль

Элементы качества товара  
или услуги



# Составьте конкурентный профиль

Последовательность действий для составления конкурентного профиля:

1. Определите рынок и его границы
2. Выделите 5-7 ключевых атрибутов продукта – характеристик, наиболее важных для потребителя – опишите гипотезу ценностного предложения для потребителей
3. Составьте гипотезу профиля ваших ближайших конкурентов
4. Найдите атрибуты (характеристики) продукта, где вы – лучше и почему
5. Спрогнозируйте вашу потенциальную долю на рынке (в %).

# Где брать Данные о рынках?

- Федеральная служба государственной статистики [www.gks.ru](http://www.gks.ru)
- Специализированные отраслевые сайты, сайты ассоциаций, объединений и проч. - статистика и аналитика по индустрии
- Сайты компаний - лидеров интересующей отрасли - информация о компании, а также о тенденциях отрасли
- Сайты консалтинговых компаний (PWC, McKinsey) - отчеты и аналитика по индустриям
- Сайты организаций типа OECD, Worldbank, United Nations и проч. - макроэкономика и статистика
- <https://www.vedomosti.ru/> - источник узкой аналитики по рынкам
- <http://marketing.rbc.ru/reviews/> - обзоры рынков

# Где брать Данные о рынках?

## Службы Google

Froogle

<http://froogle.google.com/>

Поиск стоимости товаров

Google suggest

<http://www.google.com/webhp?hl=en&complete=1>

Подбор слов в ходе поиска

Google Personalized Search

<http://labs.google.com/personalized>

Персонализированный поиск с учетом интересов и поисковой истории

Google scholar

<http://Scholar.google.com>

Поиск по научным работам

Google Print

<http://Print.google.com>

Поиск в книгах

Google Answers

<http://answers.google.com/answers/>

За небольшие деньги люди, профессионально занимающиеся поиском, помогут найти нужную информацию

## **2.1.2. ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

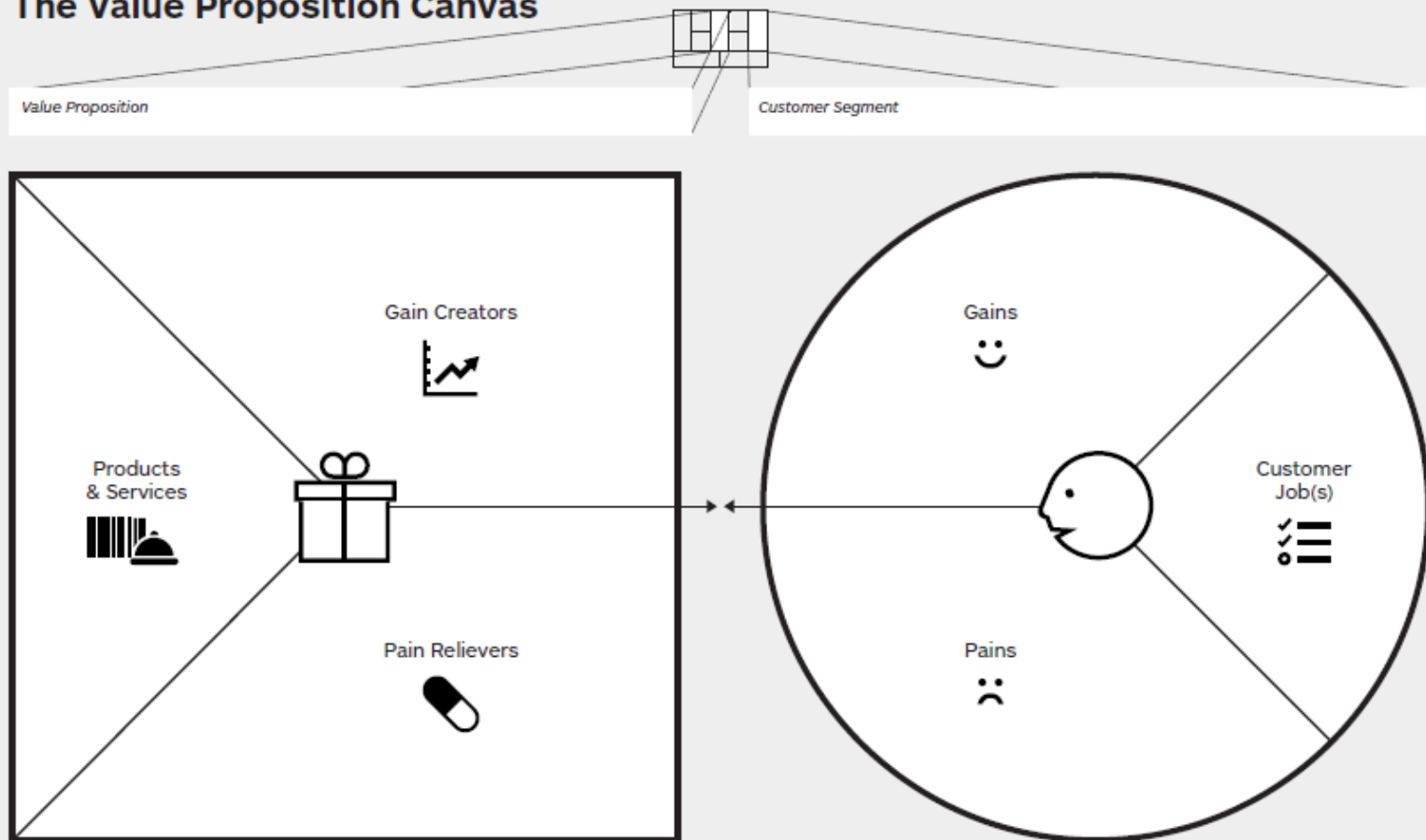
# Опишите вашего потребителя

- 1) Перечислите все возможные сегменты потребителей – компании, готовые платить за решение некой проблемы.
- *Пример сегментов для медицинских повязок:*
  1. *(кто?) коммерческие медицинские центры (где?) г. Москва, (чем?) специализирующиеся на ... (зачем, почему, как принимают решения?)...*
  2. *государственные медицинские учреждения г. Москвы, имеющие профильные подразделения, закупающие медицинские повязки на тендерах..*
- 2) Оцифруйте каждый из сегментов и выберите целевой – коммерчески более привлекательный



# Опишете вашего потребителя

## The Value Proposition Canvas



# ПЛАН ИССЛЕДОВАНИЯ:

1. Определение целей и задач исследования (проектирование желаемых результатов исследования – разработка продукта)
2. Определение выборки ЦА
3. Формулирования гипотез исследования (проблема-потребность, решение – текущие практики удовлетворения потребности атрибуты продукта (характеристики))
4. Разработка анкеты:
  - a. вводная часть про текущие практики
  - b. основная часть (с вопросами о гипотезах)
  - c. заключительная часть (о потребителях)
5. Проведение исследования (VK, GoogleForms) и обработка результатов

# Ключевые вопросы о потребителях:

- Что является болью клиента (gain)?
- Как клиент решает эту проблему на данный момент (customer job, действия)?
  - Сколько он тратит денег, времени на решение этой боли? (!!!)
  - Насколько он недоволен решением?
  - Какие альтернативные способы решения эта «боли» рассматривает ?
  - Готов ли клиент решить эту проблему другим способом?
- Какие выгоды он получит используя ваше решение (pain)?

# Цели решенческого интервью:

- Проверить, насколько гипотеза ценности решает ключевую проблему клиента
- Проверить ценностное предложение
- Найти ранних евангелистов (*носителей боли*)
- Протестировать цену
- *Идеально:* Заключить соглашение о намерениях
- **ОБЯЗАТЕЛЬНО!** Блок с контактными данными респондентов – участников опроса, чтобы продолжить общение!

# Как?

- Определите цели опроса и показатели теста «прошел-провалил».
- Составьте приветствие. Почему Вы этим занимаетесь? Почему это важно?
- Составьте сценарий разговора. Отрепетируйте его, так, чтобы помнить основные вопросы и задать их все.
- Спрашивайте о **прошлом**, а не о **будущем**
- Важны не только **мнения и оценки**, а **факты и договоренности** о следующем шаге
- Сделайте выводы по итогам опроса.

# Плохие вопросы:

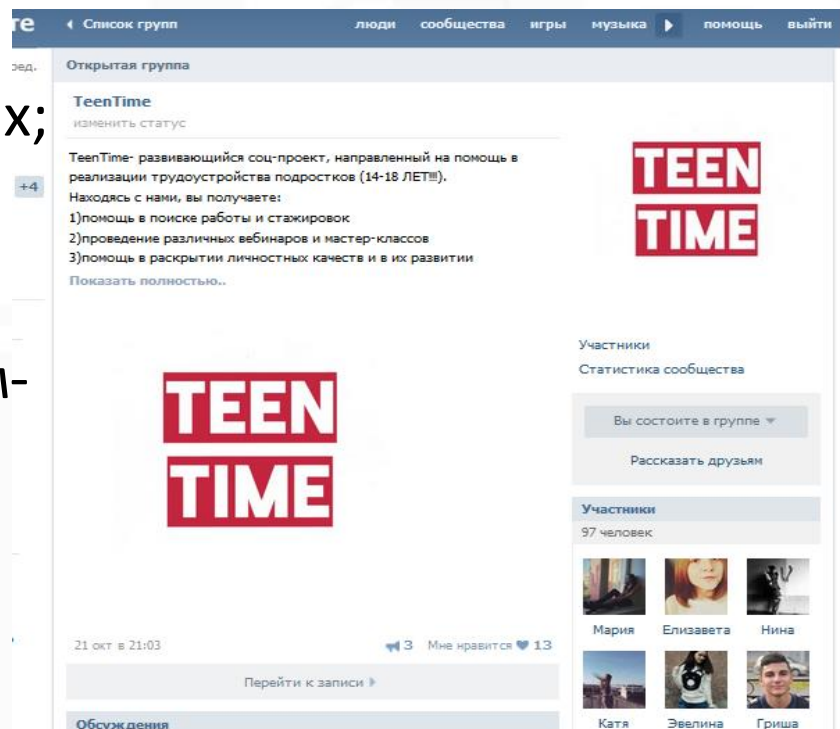
- Что вы думаете о нашей идее?
- Вы бы купили продукт, который решает эту проблему?
- Сколько вы готовы заплатить за наше решение?

# Хорошие вопросы:

- Расскажите подробно о том, как вы сталкивались с этой проблемой и как ее решили
- Сколько денег вы теряете из-за этой проблемы, есть ли у вас бюджет на это направление?
- С кем бы вы порекомендовали мне пообщаться?

## 2.1.3. ПЛАН ПРОДВИЖЕНИЯ

- Креативная концепция (баннер, слоган, текст с преимуществами продукта)
- Каналы (smm – например, группы и реклама в соц.сетях; листовки и пр.)
- Бюджет на продвижение по каждому каналу по месяцам-кварталам-годам)





## 2.2. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

План производства в шт. по периодам (в мес-квартал-год).

Если видов продукции (услуг) несколько, то план по каждому виду. Могут содержать ответы на вопросы – каким образом изменится продукт, система его продаж, региональный охват и т.д.

## 2.3. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

Состав команды – ФИО, выполняемые задачи (*например, менеджер проекта, маркетолог, финансист и т.д.*)

## 2.4. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.
<b>Затраты:</b>			
<i>Постоянные:</i>			
Хостинг			
Оплата труда			
...			
<i>Переменные:</i>			
Материалы			
Оплата труда			
<b>Выручка</b>			
<b>Прибыль</b>	-	+	+

**См. пример в приложении (файл Финансовый план)!**

<https://model.finolog.ru>

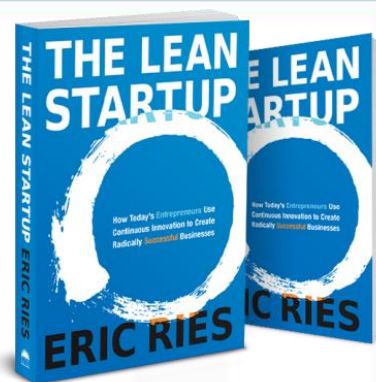
# РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА

- степень удовлетворенности потребителей (результаты опросов, интервью);
- оценка занятой доли рынка (результаты маркетинговых исследований);
- экономическая эффективность (доходность, прибыльность бизнес-идеи);
- другие показатели, которые авторы посчитают важными для своего проекта.

# ЧТО ЧИТАТЬ?



**Стив Бланк  
(Steve Blank)**



**Эрик Рис  
(Eric Ries)**



Кратко и бизнес-моделях: Управление → Конспект выходного дня: Построение бизнес-моделей [www.habrahabr.ru/post/290236](http://www.habrahabr.ru/post/290236)

# ЧТО СМОТРЕТЬ?

ФРИИ Интернет-предпринимательство

[https://www.youtube.com/watch?v=eQZz\\_fAcIJ0&index=1&list=PLz0jAa66OYaDx-m43wBRDGD-b2OfmiUbV](https://www.youtube.com/watch?v=eQZz_fAcIJ0&index=1&list=PLz0jAa66OYaDx-m43wBRDGD-b2OfmiUbV)

# С ЧЕГО НАЧАТЬ?

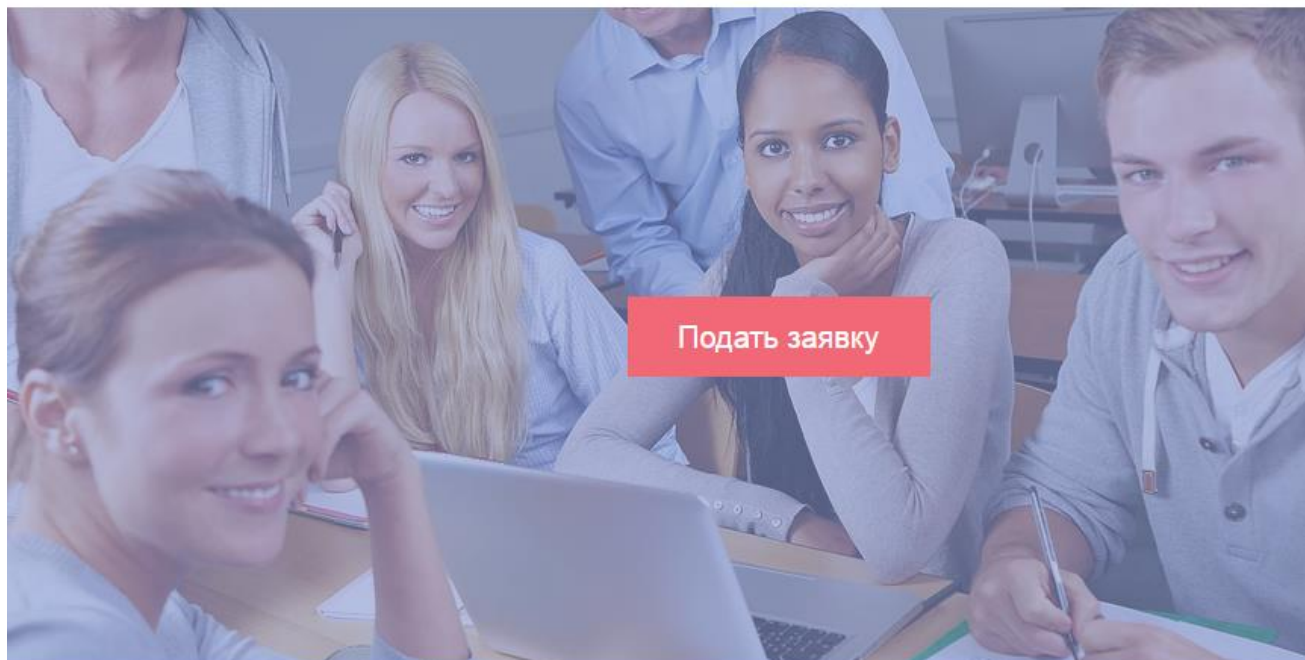


Школа бизнеса

Чемпионат НИУ ВШЭ

Мероприятия

О нас



<https://vk.com/businesscup2016>

<http://www.mystarta.ru/school>

Конкурс проектов – возможность реализовать  
твои мечты!

Ждем тебя и твой проект!

Успехов!

