

# Твой первый бизнес: Создай невозможное!

От идеи до полноценного проекта.

Проориентационный курс ТАУ для школьников в Образовательном центре «Галактика» через технологию молодежного наставничества // Модуль «Экономика и предпринимательство»

Молодежный интенсив “Я - наставник”

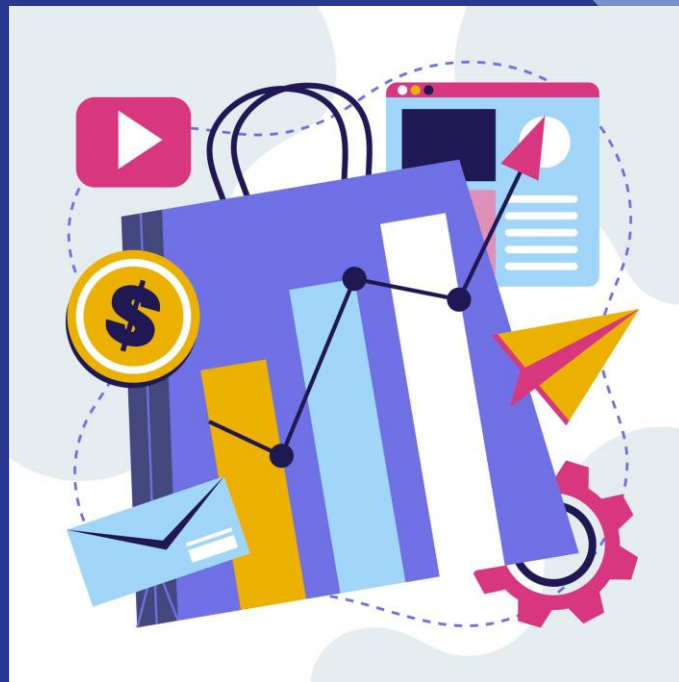


# Рынок товаров и услуг

**Рынок товаров и услуг - это система экономических отношений, в которой происходит обмен товарами и услугами между продавцами и покупателями.**

**ЗАЧЕМ?**

**Рынок товаров и услуг - это система экономических отношений, в которой происходит обмен товарами и услугами между продавцами и покупателями.**



# Показатели рынка

**Клиент и спрос - поведение и мотивы потребителей.  
Ценообразование и жизненный цикл товара.**

**Показатели рынка - емкость:  
текущие и будущие продажи.  
Потенциал: максимальный объем  
рынка.**



# Методы анализа рынка

**SWOT-анализ** — метод анализа рынка, который позволяет оценить сильные и слабые стороны бизнеса, а также выявить возможности и потенциальные угрозы на рынке. **SWOT-анализ** помогает определить стратегию развития компании и адаптироваться к изменениям внешней среды.

**Анализ конкурентов** включает в себя определение **прямых и косвенных конкурентов**

**Прямые конкуренты** — компании, которые предлагают одинаковые продукты или услуги и борются за одну целевую аудиторию.

**Косвенные конкуренты** — компании, которые могут решить ту же проблему потребителя, но используют разные решения. К примеру, автомобильный салон и магазин мотоциклов — косвенные конкуренты на рынке, они решают проблемы передвижения людей, но разными транспортными средствами.

**PEST-анализ** — метод конкурентного анализа, который позволяет оценить влияние факторов внешней среды на компанию. Оценивают по четырем факторам: политическому, экономическому, социальному и технологическому.

**Главная цель PEST-анализа** — подготовить долгосрочную стратегию развития предприятия на ближайшие годы или даже десятилетия. **PEST-анализ** помогает решить такие задачи, как предсказать тренды на рынке и потребности клиентов, свести к минимуму факторы, негативно влияющие на компанию, найти новые ниши для развития компании и другие.

# Как сделать так, чтобы покупатели выбрали вас?

## Анализ конкурентов

Изучите конкурентов

–Цены, качество, функции,  
упаковку

SWOT-анализ

–Определите их сильные и слабые  
стороны

УТП

Чем ваш продукт  
отличается от конкурентов?

## Креативные идеи для улучшения продукта

Инновации в дизайне

Дополнительные функции

Удобство использования

Обратная связь с клиентами

## Маркетинг и продвижение

Используйте креативные маркетинговые стратегии, чтобы выделиться. Например, запустите кампанию с участием инфлюенсеров или создайте вирусный контент.

**Игра:**  
**«РЫНОЧНЫЙ СПРИНТ»**



Карточки с бизнесом

Формат ответа

Мы выбираем рынок [название], потому что [ключевой параметр]: например, «спрос 9/10 + рост +30%»



**Игра:  
«УТП за 3 секунды»**

## Критерии хорошего УТП:

- 🔍 Уникально (нет у конкурентов),
- 💡 Полезно (решает боль клиента),
- 📊 Конкретно (цифры, сроки, ясные выгоды)

## Формат ответа

«Для [кто] мы [что делаем], в отличие от [конкурент], потому что [почему это важно]».

**Аренда формы «СтильУч»**

- ✓ Бесплатная замена
- ✓ Стирка включена
- ✓ Не тратить 10 000 Р
- ✓ Всегда опрятно
- ✗ "ШкольМода" — только продажа

**Экономия 70%!**

Карточка для составления УТП