

Формирование стратегии выхода стартапа на рынок спортивной одежды на примере компании ООО "Ветер Сайклинг"

Научный руководитель – Шапошников Сергей Вячеславович

Авдеенко Егор Павлович

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа бизнеса (факультет), Кафедра менеджмента, Москва, Россия

E-mail: egor.avdeenko@inbox.ru

Малый бизнес - основной показатель благополучия экономики страны, что подразумевает уровень ее гибкости, конкурентоспособности и отношение к изменениям на макроуровне. Также сектор микро- и малого бизнеса способствует созданию рабочих мест и росту уровня качества услуг. Осознавая важность данного сектора, государство оказывает ему поддержку, выставляя льготные условия ведения деятельности, упрощая налоговые условия, создания институтов поддержки таких, как бизнес-инкубаторы, венчурные компании, и другими способами [1].

Таким образом, поддержку государства и других институтов можно разделить на материальную и нематериальную. Любому основателю стартапа, чтобы привлечь инвестиции в свой бизнес, необходимо заинтересовать инвесторов, а просто «хорошей» идеи недостаточно для оценки потенциала, финансового прогноза, поэтому команде или собственнику проекта стоит подготовить определенную информацию, описывающую проект. Если молодые предприниматели не в силах собрать нужную информацию, они могут обратиться в специальные институты, в чем и заключается идея нематериальной поддержки.

В рамках данной работы будет изучен процесс развития стартапа, который выводят на узкоспециализированную нишу рынка спортивной одежды: тренировочная велоформа. Основной функцией компании является производство данного типа одежды.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что задачей любого основателя стартапа, неважно, в какой индустрии он находится, является выстраивание правильной стратегии, которая поможет достичь желаемого результата при выводе продукта на рынок и минимизировать риски того, что проект может не выйти из стадии «долина смерти», когда прибыли еще нет.

Основная сложность процесса формирования стратегии состоит в том, что жизнеспособность идеи сложно предсказать на ранней стадии проекта. По данным аналитического агентства CB Insights, существует порядка двадцати причин провала. Так, например, вероятность, что стартап закроется в первый год жизни по причине отсутствия спроса, что является результатом слабого анализа рынка, составляет 42%, примерно 23% прекращают работу из-за отсутствия слаженной работы в команде, слабых компетенций или личностных конфликтов, а недостаток финансирования составляет 29% [3]. Издание «Коммерсантъ» также опубликовала статью, где рассматриваются причины провала стартапов, зарегистрированных на территории РФ или с российским основателем. Так, издательство среди распространенных ошибок выделяет низкую жизнеспособность идеи, а также сложную модель монетизации, из-за чего привлечение инвесторов, а следствие, финансирование проекта становится затруднительным [2].

Исходя из вышенаписанного, следует сделать вывод, что риски провала во многом зависят от направления, сферы, специфики отрасли, но самые основные ошибки стоит понимать и изучить, чтобы увеличить шансы на успех.

Целью данной работы является формирование стратегии вывода стартапа на рынок. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: провести анализ рынка, сформировать ценностное предложение, сформировать портрет потребителя, выявить его потребности, сегментировать целевую аудиторию, выбрать каналы продаж, выстроить ценообразование, сценарную финансовую модель, бизнес-план, проработать партнерство, поставщиков, подвергнуть критическому анализу саму идею.

В качестве инструментов сбора данных автором были выбраны анкетирование и глубинное интервью. Для анкетирования в рамках данной работы была разработана структурированная, самоадминистрируемая, интерактивная анкета двух видов: электронный (SurveyMonkey) и бумажный. Выборку респондентов составят спортсмены шоссейного вида велоспорта и смежные ему. Объем выборки составит не менее 50 опрошенных. Ссылка на данную анкету будет разослана точно определенным людям, чье мнение в приоритете интереса, в тематических группах социальных сетей, форумах. Также анкеты будут доставлены в бумажной форме в тренировочные клубы для сбора данных у спортсменов и тренеров. Разработка вопросов анкеты основывается на анализе вторичных данных, а также информации, полученной после проведения глубинных интервью.

Сбор данных через глубинное интервью при личной встрече планируется проводить индивидуально с представителями велоспорта (спортсменами, организаторами массовых соревнований, менеджерами магазинов тренировочной одежды и редакторами тематического журнала). В зависимости от типа респондента место интервью будет выбрано отдельно: тренировочные клубы (Health Active), офис компании (Gran Fondo), магазины (Серпантин). Из тренировочного клуба будет выбран тренер команды и/или спортсмен, выступающий за команду. Для проведения интервью с представителем компании-организатора массовых соревнований будет приглашен руководитель проекта. Из издательского агентства будет приглашен редактор раздела моды. Из магазина тренировочной одежды планируется пригласить продавца-консультанта или директора магазина.

При анализе вторичной литературы будут использованы такие источники, как тематические издательства, отчеты консалтинговых фирм и маркетинговых агентств, а также онлайн-платформы. Все полученные данные будут обработаны и анализированы для дальнейшего использования.

Итоги выполненной работы могут нести практическую значимость для компании. Полученные результаты анализов, интервью, разработанная бизнес-модель, могут повлиять на дальнейшее видение и формирование стратегии стартапа. Более того, предложенная сценарная финансовая модель даст более четкое понимание целесообразности реализации того или иного решения.

Источники и литература

- 1) Всемирный Банк: <http://www.vsemirnyjbank.org/ru/news/feature/2016/06/20/entrepreneurs-and-small-businesses-spur-economic-growth-and-create-jobs>
- 2) Коммерсант.ru: <https://www.kommersant.ru/doc/2266334>
- 3) CB Insights: <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>