СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. БИЗНЕС-ИДЕЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА 7

1.1 Общая характеристика стартап-проекта 7

1.2 Описание продукта 10

1.3 Маркетинговый анализ, стратегия и сбыт продукта 14

ГЛАВА 2. ГЛАВА 2. БИЗНЕС-МОДЕЛЬ СТАРТАП-ПРОЕКТА 19

2.1 Производственный план 19

2.2 Организационный план 22

2.3 Финансовый план 23

ГЛАВА 3. ОЦЕНКА СТАРТАП-ПРОЕКТА 25

3.1 Направленность, эффективность, конкурентоспособность 28

3.2 Проектные риски 29

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 30

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ 32

ПРИЛОЖЕНИЯ 34

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире настольные игры все чаще и больше привлекают внимание людей всех возрастов, увлечений и профессий. Благодаря им устраиваются семейные и дружеские встречи, появляется способ провести время с интересом и пользой, а также возможность сблизиться и завести новые дружеские знакомства. При этом, настольные игры появились довольно давно. Всеми известные карточные игры в «Дурака» или «Двадцать одно», шахматы, шашки, русское лото на слуху и памяти у довольно большого процента людей, включая старшее поколение, наших родителей и т.д.

С течением времени, настольные игры стали приобретать различные функции и направлены на решение различных задач. Существуют детские развивающие, семейные, разговорные, психологические, ролевые, обучающие, стратегические, карточные, игры-бродилки и другие настольные игры. Все они имеют свои особенности, правила и направленности. При помощи настольных игр, можно найти себе друзей по интересам, провести время с семьей и детьми, там самым сблизившись и пообщавшись, весело провести вечер в шумной компании, а также извлечь пользу. Такая тема, как «русские сказки» поможет познакомить детей с героями и персонажами традиционных сказок, ведь в современных реалиях младшее поколение все меньше отдает предпочтение добрым и поучительным русско-народным сказкам, увлекаясь современными, порой бессмысленными и ничему не учащими мультфильмами и рассказами.
Кроме того, 2024 год признан годом семьи «Указ президента от 22.11.2023 №875 “О проведении в РФ года семьи” В 2024 году будет уделено особое внимание развитию семейных ценностей, укреплению института семьи и усилению мер поддержки» [6]. Поэтому, такие задачи, как создание условий для развития детей, становление опорой в психологическом и социальном плане, передача основ и опыта создания и сохранения семьи, уважительного отношения к старшим, приобщение детей к прикладным навыкам, помощи, воспитание

чувства значимости собственного «я» ребенка являются приоритетными для родителей в отношении их детей.

Дети с расстройством аутистического спектра (РАС) также смогут интересно и познавательно провести время за игрой, т.к. для них к игре имеются два дополнения в виде отдельных игровых полей и карточек с заданиями.

Таким образом, целью стартап-проекта является разработка обучающей настольной игры-бродилки для детей дошкольного, младшего школьного возраста и их родителей, которая поспособствует повышению интереса к чтению и русскому народному творчеству. При помощи интересной и увлекательной концепции, привлекающего внимание оформления, проект настольной игры в жанре «бродилка» может заинтересовать семьи с детьми, ведь игра будет способствовать проведению совместного досуга, общению, сближению и приобщению к традиционным семейным ценностям.

Цель выпускной квалификационной работы в формате стартапа:

Проведение исследования и проектирование дизайн-концепции настольной игры-бродилки «Сказания» с целью обучения, мотивирования и привлечения интереса детей к русскому фольклору, а также приобщению к семейным ценностям.

Для достижения поставленной цели предполагается решить следующие задачи:

1. Изучение особенностей и требований к образовательным и игровым продуктам для детей. Анализ аналогов и конкурентов проекта.
2. Проведение интервью работников дошкольных учреждений, а также опрос родителей дошкольников и младших школьников.
3. Разработка обучающего и интерактивного продукта в виде настольной игры-бродилки для детей 5–7 лет.
4. Проработка маркетингового анализа, стратегии бренда, а также каналов сбыта продукта.

5. Создание производственного плана с прописыванием плана реализации настольной игры.
6. Расчет финансового плана и предполагаемым сроком окупаемости продукта.
7. Выявление количественных и качественных показателей на основе пройденного пути стартап-проекта.

Актуальность выпускной квалификационной работы в формате стартапа заключается необходимости повышения интереса к чтению, русскому народному творчеству, а также приобщению к традиционным семейным ценностям для родителей и детей. Настольная игра позволит интересно и с пользой провести время, а наличие интерактивных функций даст больше возможностей для прохождения игры. Изучая русский фольклор, отвечая на вопросы и отгадывая загадки, у детей будет повышаться интерес к чтению, а также развиваться умение логически мыслить и размышлять.

Объект исследования: проблемы проектирования детских обучающих игр, направленных на повышение интереса к русскому народному творчеству, чтению литературы у детей дошкольного и младшего школьного возраста.

Предмет исследования: принципы и подходы проектирования детской обучающей настольной игры и комплекса визуальной коммуникации для продвижения игры-бродилки «Сказания».

В результате работы планируется получение готовой настольной игры-бродилки, которая поможет повысить интерес дошкольников и младших школьников к русскому фольклору, а также к чтению литературы.

Уникальность настольной игры-бродилки «Сказания» заключается в новом игровом формате обучения и знакомстве с русским народным творчеством с применением современных цифровых технологий. Игра сочетает в себе образовательную часть, в виде карточек с загадками и заданиями по определенной сказке, а также интерактивную часть, в виде поля-бродилки со своими правилами передвижения, зависящими от успешного ответа на карточки.

В помощь детям на игровом поле присутствуют QR-коды, которые, при сканировании телефоном, переносят игроков на текст и аудио сказки, по которой задается вопрос или загадка. Таким образом, шанс ответить верно есть у детей с любым уровнем знания литературы и русского фольклора.

Со стартап-проектом планируется выход на рынок Москвы и МО с дальнейшей перспективой масштабирования до рынка РФ после окупаемости через полгода-год. Горизонт расчета финансовых показателей будет рассчитан на 12 месяцев. Говоря об источниках финансирования, стартап-проект предполагает содействие инвестиционного фонда или венчурное финансирование. Также есть возможность финансирования проекта государством, так как сейчас повысилась заинтересованность в развитии социально значимых и просветительских проектов.

Показатели эффективности стартап-проекта предполагаются положительные, так как с каждым голом возрастает интерес к настольным играм как у детей, так и у взрослых. Любой стартап-проект сопряжен с большим риском, поэтому подвергается углубленному анализу и расчету перспективности. Например, появление конкурента с более мощным рекламным инструментом, может повлечь за собой спад интереса к данному продукту, так как сейчас идет активное продвижение детской инициативы. В том числе и из-за рисков очень важно для защиты интеллектуальной собственности оформить авторские права на визуальную часть приложения, а также сделать патент на промышленный образец – основную составляющую часть.

ГЛАВА 1. БИЗНЕС-ИДЕЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА

1.1 Общая характеристика стартап-проекта

Стартап-проект «Сказания» относится к предпринимательству в сфере образования, так как направлен на оказание образовательных услуг. Суть бизнес предложения заключается в создании настольной игры для детей дошкольного и младшего школьного возраста (5-7 лет), которая нацелена на развитие навыков чтения и знакомство с произведениями фольклорной прозы. Главной задачей проекта является повышение уровня читательской грамотности у детей 5-7 лет, тренировка слуховой памяти и приобщение к традиционной русской культуре, а также совместное времяпрепровождение и общение детей и их родителей путем создания настольной игры-бродилки «Сказания».

Видение бренда: первая игра-бродилка, приобщающая к русской культуре и мотивирующая детей читать.

Ценности бренда: формирование у детей интереса к процессу чтения и изучения русской литературы, в том числе произведений устного народного творчества, русских сказок, за счет применения игровой формы обучения с внедрением современных цифровых технологий.

Характер бренда: обучающий, игровой, интерактивный, увлекательный, полезный, развивающий, общедоступный.

Перспективой развития продукта может стать сотрудничество с центрами дошкольного и школьного образования, оказывающими образовательные услуги для детей, на всей территории Российской Федерации. Проект «Сказания» позволит родителям и общеобразовательным учреждениями сформировать у детей интерес к произведениям русского народного творчества, сказкам.

Целевая аудитория проекта складывается из детей 5–7 лет, их родителей, старшего поколения семьи (бабушки и дедушки), работников дошкольных образовательных учреждений и учителей начальных классов.

Для определения потребности в продукте было проведено интервью с работниками дошкольных учреждений, начальных классов школ и опрос среди родителей детей дошкольного и младшего школьного возраста. Работникам образовательных учреждений были заданы такие вопросы: «Как проводят совместный досуг современные родители и дети?», «Читают ли детям книги, в особенности русские сказки?», «Знают ли дети героев русских народных сказок?». Родителям детей в формате опроса в Яндекс формах были заданы, такие вопросы: «Как вы проводите время с детьми?» (Приложение 1), «Играете ли вы в совместные игры с детьми?» (Приложение 2), «Читаете ли вы своим детям книги и какие?», а также вопросы про настольные игры-бродилки, например, «Знаете ли вы, что такое настольная игра-бродилка?» (Приложение 3).

По результатам интервью и опроса прослеживается спадающая тенденция интереса детей к чтению книг, особенно русских сказок. Все больше времени родители не ходят с детьми в театры и музеи, не читают вместе книги, не изучают новое. В современном мире дети чаще смотрят телевизор, играют в компьютерные игры с раннего возраста, зачастую вместе со своими родителями. Со слов работников детского сада, многие дети не знают, кто такой Емеля, Жар-птица, Царевна-лягушка и другие герои. Но все же остались семьи, в которых чтение литературы, совместный досуг с детьми проходит продуктивно и с пользой. Также, не может не радовать, что большинство респондентов (70,8%) знают настольные игры-бродилки и поддерживают идею создания игры по русско-народным сказкам (95,8%) (Приложение 4).

Потребителями продукта являются дети от 5 до 7 лет, а покупателями является старшее поколение (родители, бабушки и дедушки), а также работники дошкольных и школьных образовательных учреждений, которые будут приобретать продукт для детей. Все эти категории являются целевой аудиторией проекта. Дети 5-7 лет только готовятся к поступлению в школу или уже учатся в 1-ом классе. Этот период, безусловно, является одним из главных в жизни

ребенка. Дети активно развиваются, узнают новое. Ведущей деятельностью остается игра, но уже закладываются азы и навыки к обучению.

Основные характеристики ЦА (дети 5-7 лет) включают:

- Интенсивное развитие основных процессов мышления и познания.
- Развитие произвольного внимания, слуховой и зрительной произвольной памяти.
- Развитие наглядно-образного мышления и логики.
- Развитие воображения.
- Осмысленный, управляемый, интеллектуальный характер восприятия.
- Развитие речи: заканчивается процесс формирования правильного произношения звуков, словарный запас расширяется, формируется грамматический строй речи.
- Физическое развитие: подвижные игры на свежем воздухе.
- Дети 5-7 лет хорошо реагируют на информацию, подкрепленную картинками и иллюстрациями. Они активно учатся через интерактивные, визуальные и занимательные методы.

Игра должна быть понятная, не перегружена информацией, чтобы детям было интересно пройти ее полностью. [4]

Родители и учителя заинтересованы в активном развитии детей, интерактивной и увлекательной форме образования, донесении знаний через игру.

Проанализировав потенциальных конкурентов и похожие настольные игры-бродилки, выявлено, что большинство игр спроектированы по зарубежным сказкам и мультфильмам, у многих конкурентов однотипный сюжет и правила игры, не привлекающая иллюстрация. Идея стартап-проекта настольной игры-бродилки «Сказания» с внедрением современных интерактивных технологий, QR кодов позволит выделиться на фоне конкурентов и привлечь внимание целевой аудитории, а яркий дизайн и иллюстрации по русским народным

сказкам поспособствует поднятию интереса к традиционной русской культуре и ценностям.

Все вышеперечисленные особенности играют важную роль в процессе дизайна, поэтому важно учитывать предпочтения, потребности и характеристики потребителей и покупателей, особенности потенциальных конкурентов, чтобы создать продукт или услугу, которая будет наиболее привлекательной и полезной для своей целевой аудитории.

1.2 Описание продукта

Стартап-проект бренда настольных игр-бродилок «Сказания» создан в качестве нового метода мотивации для детей дошкольного и младшего школьного возраста, чтобы помочь им повысить начитанность, читательскую грамотность, словарный запас, развить логическое мышление, а также знание произведений русского народного творчества. Кроме того, поспособствует общению и совместному времяпрепровождению родителей и детей, а также будет приобщать к традиционным семейным и русским ценностям. Как конечный продукт, игра-бродилка «Сказания» — это настольная игра для детей 5–7 лет, которая нацелена на развитие навыков чтения и ознакомление с русским народным фольклором.

Концептуальная задумка настольной игры-бродилки «Сказания» заключается в том, что за основу взято шесть русско-народных детских сказок, а именно: «Колобок», «Гуси-лебеди», «Маша и медведь», «По щучьему веленью», «Морозко» и «Иван-царевич и серый волк». Выбор произведений обусловлен тем, что главные герои в своих сказках проходят различные испытания, преодолевают трудности и находятся в поиске решений, возникших трудностей. Из каждой сказки в качестве главных героев и фишек для игры взяты: колобок из сказки «Колобок», Маша из сказки «Маша и медведь», доченька из сказки

«Гуси-лебеди», Емеля из сказки «По щучьему велению», Настенька из сказки «Морозко» и Иван-царевич из сказки «Иван-царевич и серый волк».

В полный комплект настольной игры входят: правила игры, карточки с заданиями и вопросами к каждой сказке, фигурки-персонажи, игральный кубик, игровое поле, а также дополнение для детей с РАС, в которое входят два игровых поля по сказкам «Колобок», «Маша и медведь» и карточки с заданиями к каждой сказке.

В игре ребенок с выбранным персонажем из сказки отправится в путешествие по карте с шестью локациями – сказками, откуда сами главные герои. На пути могут попасться задания разного уровня сложности, связанные содержанием произведений. Так, в игре присутствуют два вида карт:

- с вопросами (например, «Кто съел колобка?») (Приложение 5).;
- с загадками (например, «Гуси-лебеди летят, унести детей хотят. Кто помог сестрице с братцем от Яги домой добраться?»).

На каждый вид карт есть свои правила: за выполнение задания участник передвигается на две клетки вперед, за невыполнение — на две клетки назад.

Также на игровом поле присутствуют клетки без заданий, различающиеся по цветам: если участник попал на клетку фиолетового цвета, то он делает шаг назад, если на клетку оранжевого цвета – шаг вперёд, если участник попал на клетку со стрелкой по направлению к старту, то он передвигается на начало предыдущей от него сказки (например, игрок находится на сказке «Морозко», а передвигается на сказку «Маша и Медведь», которая предшествует «Морозко»), если на стрелку по направлению к финишу, то игрок передвигается на начало следующей сказки. Чтобы детям было проще различать карточки была выведена система обозначений: вопросы обозначаются фирменным знаком вопроса (?), а загадки — звездочкой (*). Все вышеперечисленное написано в правилах игры (Приложение 6), (Приложение 7).

Также введена цветовая дифференциация. Таким образом, вопросы из сказки «Колобок» стали обозначаться желтым цветом, загадки — оранжевым

цветом; вопросы из сказки «Маша и медведь» – бордовым цветом, загадки – темно-зеленым; вопросы из сказки «Морозко» – синим цветом, загадки – голубым; вопросы из сказки «Гуси-лебеди» – фиолетовым цветом, загадки – розовым цветом; вопросы из сказки «По щучьему велению» – коричневым цветом, загадки – бежевым цветом; вопросы из сказки «Иван-царевич и серый волк» – графитовым цветом, загадки – светло-серым цветом. На каждый участок со сказкой будет по три карточки с вопросами и по три с загадками.

В игре присутствуют современные диджитал-технологии в форме QR-кодов. Так, если игрок не знает ответ на вопрос или загадку из карточки, у него есть возможность навести камеру смартфона на QR-код, после чего ему откроется специально созданная страница с текстом и аудио произведения. Ребенку в этом могут помочь родители и вместе прочитать сказку для ответа на вопрос или загадку. Таким образом, у ребенка есть возможность правильно ответить и пройти дальше. QR-коды размещены на игровом поле (Приложение 8)

Для детей с РАС разработаны отдельные игровые поля по сказкам «Колобок» и «Маша и медведь», а также карточки с заданиями (Приложение 9) и (Приложение 10). Правила игры идентичны с основным игровым полем. Набор разработан с учетом всех особенностей детей с РАС, для того, чтобы они смогли также беспрепятственно погрузиться в мир сказок с помощью настольной игры-бродилки «Сказания» [9].

Фирменный стиль проекта создавался с учетом целевой аудитории и ее потребностей. Поэтому в стартап-проекте были соблюдены следующие параметры:

● Яркость. Насыщенная цветовая палитра привлекает внимание детей и их родителей, а дети в возрасте 5-7 лет любят яркие цвета, узоры и детали.

● Детализированность. Узоры на картах, костюмах персонажей добавляет яркие акценты и усложняет образ. Благодаря этому происходят ассоциации со сказочностью, волшебностью. Детям становится интересно разглядывать

персонажей, рассматривать игровое поле, карточки и т.д. Это способствует развитию насмотренности, творческого мышления и фантазии.

В состав настольной игры входят:

- 6 фишек (Приложение 11);
- 1 игральный кубик;
- 18 карточек с вопросами;
- 18 карточек с загадками;
- буклет с правилами игры
- складное игровое поле.
- дополнение для детей с РАС «Колобок» (игровое поле, 3 карточки с вопросами, 3 карточки с загадками).
- дополнение для детей с РАС «Маша и медведь» (игровое поле, 3 карточки с вопросами, 3 карточки с загадками).

Также разработана раскраска по всем сказкам из настольной игры (Приложение 12).

Упаковка настольной игры разработана в соответствии с содержанием, правилами. На ней располагаются иллюстрации с персонажами, а также некоторые элементы из игрового поля. На оборотной стороне – описание игры и вся дополнительная информация (Приложение 13).

Правила настольной игры-бродилки «Сказания»

В игре могут принимать участие от 2 до 6 человек или команд (например, ребенок и родитель). Перед стартом игры желательно ознакомиться со списком произведений, используемых в игре.

Для начала необходимо определить очередность игроков. Для этого каждый должен кинуть игральный кубик, у кого выпадет большее число — тот ходит первым, у кого меньшее — тот последним. Участники, у которых совпало число на кубике, перекидывают еще раз, чтобы определить очередность между собой. Каждый участник игры выбирает себе понравившуюся фишку-персонажа.

В свой ход игрок бросает игральную кость, чтобы определить количество шагов. Также передвижения зависят от ответов на вопросы и выполнения заданий. Клеточки фиолетового цвета отвечают за возвращение на 1 шаг назад, оранжевые – продвижение на 1 шаг вперед, клеточки со стрелкой по направлению к старту отвечают за возвращение игрока на локацию с предыдущей сказкой, по направлению к финишу – за переход игрока к локации следующей сказки Оранжевым цветом обозначается место начала сказки.

К каждой сказке прилагаются 3 карточки с вопросами (помечены знаком «?») и 3 карточки с загадками (помечены знаком «*») — это увлекательные задания, которые помогут участнику добраться до финиша. За правильный ответ на вопрос или загадку делается 2 шага вперед, за неправильный — 2 шага назад.

Если возникли сложности и не получается ответить на вопрос, можно отсканировать QR-код на игровом поле, который располагается на каждой локации со сказкой, при помощи камеры смартфона. Так, откроется текст и аудио произведения, который поможет сформулировать правильный ответ. Выиграет тот, кто первый придет к финишу, играя по правилам «Сказании».

1.3 Маркетинговый анализ, стратегия и сбыт продукта

Настольные игры становятся все более популярными, не только среди детей и подростков, но и среди взрослых. На сегодняшний день существует большое разнообразие игр, различных по тематике, стилю, жанру, направленности и т.д. Каждый сможет выбрать для себя игру по душе.

«По оценке DISCOVERY Research Group, объем рынка настольных игр в России в 2015 году составил порядка 7,6 млрд руб. Объем рынка настольных игр в России в 2019 году составил порядка 11,8 млрд. руб. При этом по итогам 2020 г. ожидается значительный прирост рынка» [1].

По результатам маркетинговых исследований, были выявлены следующие конкуренты:

1. Настольная игра-бродилка «В стране сказок». Это игра для детей от 3 лет, в которой нужно перемещаться по полю с помощью кубика и фишек. На игровом поле дети встретят курочку Рябу, Медведя, Репку, Лисичку, Колобка и много других известных героев. А играть в неё очень просто и весело. Игра яркая и привлекающая внимание, но в ней отсутствуют диджитал технологии и иные дополнения.

2. Настольная игра «Путешествие по сказке. Теремок». Бродилка «Теремок» поможет погрузить в мир культовой сказки в новом формате. Нужно дойти до финиша, несмотря на препятствия с медведем. Игра также рассчитана на дошкольный возраст от 3 лет. Игра интересная, наполнена яркими иллюстрациями и деталями, но в ней также отсутствуют диджитал технологии и нет карточек с вопросами или загадками по сказке.

3. Еще одним конкурентом является настольная игра-бродилка «Любимые сказки. К.И. Чуковский». В ней помимо того, что нужно ходить по полю, появляется интерактив. В зависимости от положения игрока на карте, выполняются различные действия:

- возвращение назад на клетку;
- переход вперед на клетку;
- пропуск хода;
- пересказ любого произведения К. И. Чуковского; изображение любого героя из произведения К. И. Чуковского, а остальные игроки угадывают, кто это.

Игра привлекает внимание красочными иллюстрациями из сказок К.И. Чуковского, помимо путешествия по полу, игроки выполняют различные действия, указанные на игровом поле. Но в данной настольной игре отсутствуют фишки-персонажи из сказок, которыми бы мог ходить по полю игрок. Вместо них в наборе стандартные фишки, различающиеся по цвету.

4. Игра-бродилка «В тридевятом царстве» не менее привлекательна. Игра сочетает в себе бродилку с викториной. В комплект игры входят карточки

с вопросами викторины, карточки с предметами, карточки с событиями и чарами, а также кубик с фишками для игры. Также можно играть детям вместе с родителями. Игра легко может заинтересовать, благодаря детальным иллюстрациям и карточкам с вопросами викторины, но в игре отсутствуют диджитал технологии и фишки-персонажи из сказки.

Существуют и другие аналогично похожие настольные игры-бродилки с различной тематикой.

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что на рынке существует несколько конкурирующих настольных игр-бродилок для развития и развлечения детей дошкольного и младшего школьного возраста. Однако, проект «Сказания» будет отличаться уникальным внешним видом, яркими иллюстрациями, внедрением современных диджитал технологий в виде QR-кодов, переносящих на страницу с аудио и текстом самой сказки. Карточки с заданиями поспособствуют развитию у детей памяти и логического мышления. Тема русского народных сказок позволит повысить интерес к русской культуре, традициям и фольклору. Кроме того, совместное прохождение игры детей с родителями поспособствует укреплению семейных отношений, установлению налаживанию контакта между членами семьи. Дополнение для детей с расстройством аутистического спектра позволит детям с «особенностями» тоже принять участие в игре, совместно с родителями прочесть сказку и выполнить задания, появляющиеся по ходу прохождения игры.

Общий тренд среди данных конкурирующих настольных игр – это акцентированность на увлекательности, яркости и внешнем виде игрового поля, персонажей и других составляющих, а также игровом подходе к обучению. Конкуренция на рынке настольных игр-бродилок для детей является довольно активной, поэтому успешный проект должен предложить уникальное предложение и/или дополнительную ценность для привлечения целевой аудитории.

Далее была составлена таблица по SWOT-анализу. «SWOT-анализ — метод стратегического планирования, используемый для оценки факторов и явлений, влияющих на проект или предприятие. Все факторы делятся на четыре категории: strengths (сильные стороны), weaknesses (слабые стороны), opportunities (возможности) и threats (угрозы)» [8]. Рассмотрим результаты приведенный в Таблице 1.1. (Приложение 14)

Таблица 1.1

SWOT – анализ

Сильные стороны	**Слабые стороны**
1) игровой формат привлекает детей больше, чем любой другой; 2) возможностьразвивать логическое мышление и память; 3) углубленный анализ произведений дошкольниками и младшими школьниками; 4) возможность налаживания коммуникаций между детьми и родителями; 5) повышение интереса к русской народной культуре; 6) принять участие можно с любым объемом знаний.	1) недостаточный уровень репутации проекта на рынке; 2) высокая конкуренция.
Возможности	**Угрозы**
1) нарастание спроса и популярности на игру; 2) улучшение коммуникаций в семьях; 3) прививание традиционных семейных ценностей; 4) повышение интереса детей к произведениям русского фольклора.	1) неусидчивым детям сложно пройти игру до конца; 2) непонимание пользы игры; 3) детям с ОВЗ и/или иными отклонениями необходима помощь тьюторов при прохождении игры. 4) сложность в заинтересованности из-за повышения интереса к компьютерным и онлайн играм.

Слабые стороны из таблицы 1.1 являются факторами, на которые можно повлиять при помощи качественной маркетинговой кампании. Так, продвижение

продукта планируется через наружную рекламу в магазинах детских игрушек (например, «Детский Мир»), которые в дальнейшем могли бы стать партнерами и предоставлять возможность наладить канал сбыта продукта через сеть магазинов. Еще одним из основных каналов пиара является таргетированная реклама в соцсетях и на платформах Яндекс. Необходимо не забывать и про развитие групп проекта в социальных сетях, такие как Вконтакте и Яндекс Дзен.

ГЛАВА 2. БИЗНЕС-МОДЕЛЬ СТАРТАП-ПРОЕКТА

2.1 Производственный план

Каждый стартап-проект требует глубокую проработку системы реализации проекта и различных вычислений рисков и возможностей для производства.

Так, одним из этапов реализации продукта является составление производственного, организационного и финансового планов [7]. Производственный план в стартап-проекте играет важную роль в обеспечении эффективности и успешности производственной деятельности. Он помогает предвидеть и устранять возможные проблемы, планировать использование ресурсов и успешно достигать поставленных целей [13].

Чтобы настольная игра обрела известность и реализовалась, необходимо:

- Придумать увлекательную концепцию игры;
- Провести тесты с помощью прототипа, для начала с участием друзей и родных;
- Продумать позиционирование и презентацию продукта. Нужно ответить на вопросы: чем игра лучше других в категории, почему товар будет хорошо продаваться;
- Провести маркетинговую кампанию. Например, можно использовать систему скидок и лояльности, акции и распродажи, бесплатные игротеки в торговых центрах, поддерживающие мероприятия, например, организацию игр в кафе, антикафе, лофтах [2].

План реализации проекта:

1. Идея и концепция: определение темы и механики настольной игры. Проработка смыслов карточной системы и игрового поля. Продумывание системы QR-кодов и внедрение ее в игру.

2. Дизайн: разработка концепции поля для игры, карт с заданиями, фишек-фигурок и иных элементов настольной игры. Дизайн яркого логотипа в русско-народном стиле, который будет читаем для детей.

3. Прототипирование: печать прототипа игры для выявления проблем и дальнейшей доработки игры. Тестирование игры с детьми в привычной для них обстановке и сбор обратной связи от играющих, родителей и педагогов для корректировки продукта, а также внесения качественных улучшений.

4. Производство: после доработки и утверждения прототипа начинается этап производства игры в большом масштабе. Решение, каким способом будет производиться игра: самостоятельно, через издательства или через типографии.

5. Упаковка и маркировка: разработка упаковки для игры, которая будет привлекательной и информативной. Указание возрастных ограничений, количества игроков и другой важной информации на упаковке.

6. Маркетинг и продвижение: разработка маркетинговой стратегии для продвижения игры, а также проработка рекламной кампании в рамках созданной стратегии. Создание сайта-лэндинга, оформление социальных сетей и других каналов коммуникации для привлечения внимания к продукту.

7. Дистрибуция и продажи: решение возможности распространения игры: продажа через розничные магазины, онлайн-платформы или использование в других целях [10].

Исходя из вышеперечисленных этапов производства настольной игры, можно вывести производственные переменные издержки (Таблица 2.1), а также производственные постоянные издержки (Таблица 2.2).

Таблица 2.1

Наименование затрат	**Сумма (руб)**
Печать игры	900 (1 шт. при тираже в 100 экземпляров)
Заработная плата копирайтера	2000 (за 1 статью)
Рекламная кампания	300 000
Итого на производственные переменные издержки: 400 000 руб. (с учетом всех экземпляров и 5 статей)	

Стоимость печати 100 экземпляров настольной игры нужной комплектации составит 900 рублей по данным типографии Printready [11].

Таблица 2.2

Наименование затрат	**Сумма (руб)**
Дизайн основного и дополнительных игровых полей	70 000
Дизайн основного и дополнительных игровых полей	70 000
Дизайн карточек (с вопросами и загадками)	30 000
Дизайн упаковки (внешняя сторона развертки)	17 500
Дизайн полиграфии	17 500

Продолжение таблицы 2.2

Дизайн фишек-фигурок (в количестве 6 штук, двусторонние)	105 000
Итого за дизайн игры: 240 000 руб.	
Оформление патента на игру	10 000
Оформление ИП	7800
Итого на правовые расходы: 17 800 руб.	
Итого на производственные постоянные издержки: 257 800 руб.	

Таким образом, произведя расчет постоянных и переменных издержек, можно получить начальную сумму затрат на запуск стартап-проекта настольной игры «Сказания», она составит 657 800 руб.

$$СБ_{100} = 657800[руб]$$

$$СБ_1 = \frac{СБ_{100}}{k}$$

$$СБ_1 = \frac{657800}{100} = 6578[руб]$$

, где k – тираж игры.

Итак, себестоимость одной настольной игры–бродилки «Сказания», с учетом всех приведенных выше расчетов издержек равна 6578 рублей.

2.2 Организационный план

Прежде чем приступать к разработке организационного плана необходимо определить правовую форму, в которой будет существовать проект. В случае данного стартапа выбор пал на ИП. Индивидуальный предприниматель — это физическое, а не юридическое лицо, которое имеет регистрацию в качестве

предпринимателя и осуществляющее такую деятельность под личную ответственность.

ИП во многом проще и выгоднее, чем иные правовые формы по многим моментам, вот некоторые из них:

1. Упрощенная система налогообложения.

2. Работа без обязательной сдачи отчетности.

3. Упрощенное использование заработанных денежных средств.

4. Упрощённая кассовая дисциплина.

5. Работа без сотрудников по решению руководителя.

6. Упрощенная система открытия и закрытия ИП.

7.Система штрафов меньше, чем в других правовых формах [5].

Одной из частей организационного плана является организационная структура. Организационная структура очень нужна, т.к. в ней прописываются предполагаемая стратегия, правовые формы, характеристика сотрудников и т.д. Организационная структура должна быть эффективной для организации, чтобы наладить взаимодействие между отделами и их сотрудниками; создать наилучшие условия для качественной работы; поспособствовать развитию организации и ее продукта [12]. Для стартап-проекта настольной игры–бродилки «Сказания» разработана организационная структура в виде схемы (Рис. 2.1).

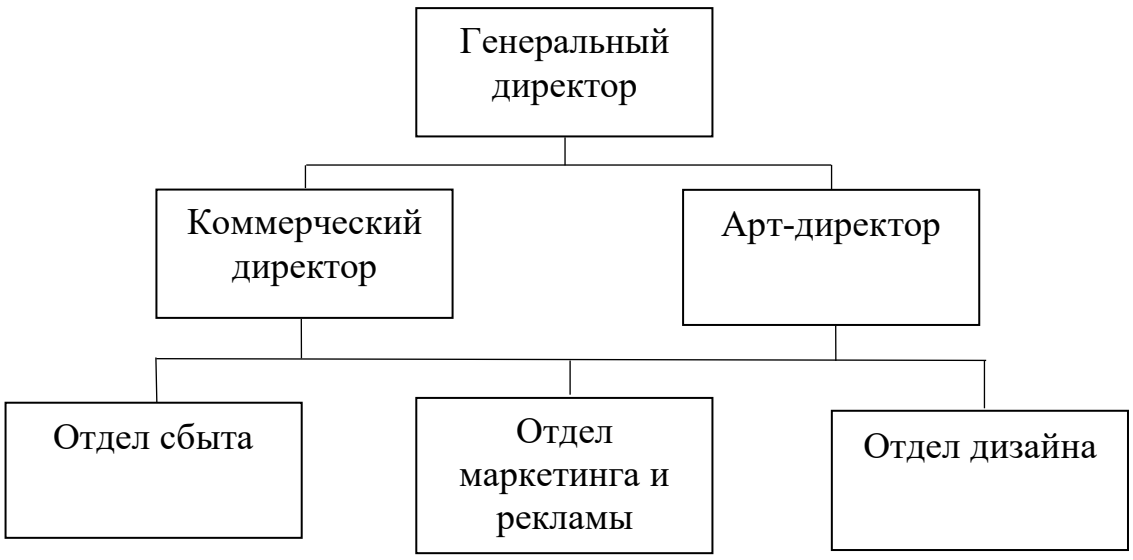


Рис. 2.1 Организационная структура проекта

Состав и численность персонала, необходимого для соблюдения составленной структуры представлен в Таблице 2.3.

Таблица 2.3

Штаб сотрудников

Специальность	**Численность**	**Стаж**	**Заработная плата (мес.)**
Ген. директор	1	от 10 лет	300 000 руб
Коммерческий директор	1	от 10 лет	200 000 руб
Арт-директор	1	от 5 лет	150 000 руб
Дизайнер	2	от 1 года	70 000 руб
SMM-менеджер	1	от 1 года	70 000 руб
PR-менеджер	1	от 1 года	75 000 руб
Сборщик заказов	2	без опыта	45 000 руб

Всего в процессе задействовано 9 человек. Расширение штата (найм дизайнеров, сборщиков, маркетологов) возможно при условии расширения линейки игр, увеличения объемов выпускаемой продукции или открытия фирменных магазинов.

2.3 Финансовый план

Финансовый план разработки настольной игры «Сказания» не может быть составлен без анализа целевой аудитории продукта. Согласно всероссийской переписи населения, в Российской Федерации насчитывается 5 181 334 детей в возрасте от 5 до 7 лет [14]. Более полноценная статистика, отражающая число детей дошкольного возраста в России представлена в Таблице 2.4.

Таблица 2.4

Возраст	**Девочки, чел**	**Мальчики, чел**
5 лет	825 733	864 061
6 лет	865 811	908 523
7 лет	836 991	880 215
Итого	**5 181 334**	

Используя данные таблицы, приведенной выше, можно построить воронку продаж, содержащую в себе процентное отражение конверсии. Для построения воронки берется 5% заинтересовавшихся покупателей от общего числа потенциальной ЦА, а именно родителей 5 181 334 детей 5 – 7 лет, то есть 259 067 человек. (Рис. 2.2).

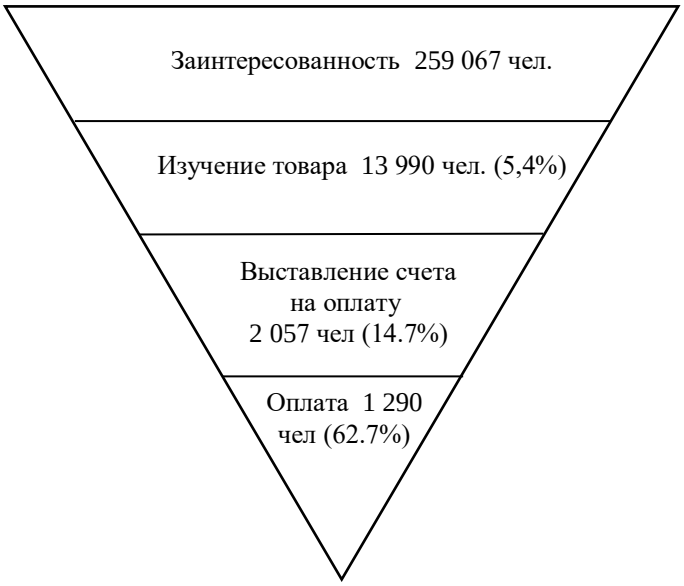


Рис 2.2 Воронка продаж

На основе воронки продаж рассчитывается выручка в первый месяц работы компании.

Выручка = Стоимость продукта × Продажи продукта

Выручка = 2 000 руб. × 1290 = 2 580 000 руб.

По данным, полученным при расчете выручки за продажу настольных игр в первый месяц работы компании, составляется план расходов и доходов

первого и второго месяцев (Таблица 2.5).

Таблица 2.5

План расходов и доходов 1-го месяца

Статья	**Доход (руб)**	**Расход (руб)**
Выручка	2 580 000	
Фонд оплаты труда		1 025 000
Организационные расходы		657 800
НДФЛ		335 400
Налог по УСН		154 800
Чистая прибыль	**407 000**	

Так, за первый месяц продаж получается чистая прибыль, равная 407 000 руб. За второй месяц продаж охват ЦА увеличится за счет рекламной кампании, а также рекомендаций людей, которые приобрели товар в первый месяц. Это приведет к повышению охвата на 1%, что увеличит выручку до 2605800 руб (Таблица 2.6).

Таблица 2.6

План расходов и доходов 2-го месяца

Статья	**Доход (руб)**	**Расход (руб)**
Выручка	2 605 800	
Фонд оплаты труда		1 025 000
Постоянные издержки		257 800
НДФЛ		338 754
Налог по УСН		156 348
Нераспределенная прибыль	**407 000**	
Чистая прибыль	**827 898**	

Так, из таблицы 2.5 видно, что нераспределенная прибыль прошлого периода сможет покрыть расходы по уплате НДФЛ. Однако, в данном случае, остальные расходы покрываются выручкой за второй месяц продаж игры.

По прошествии двух месяцев активной продажи настольных игр общая чистая прибыль составит 1 234 898 руб. Если учитывать, что стоимость разработки продукта составила 657 800 руб., следует считать, что срок окупаемости проекта составляет 2 месяца от старта продаж.

В дальнейшем сумма со счета нераспределенной прибыли, которая останется после покрытия прочих расходов, может быть направлена на масштабирование тиража игр, выпуск дополнений к игре, а также рекламной кампании проекта. Благодаря произведенным выше расчетам можно наблюдать оптимистичную динамику стартап-проекта, что говорит об инвестиционной привлекательности для государственных инвесторов в лице образовательных учреждений, фондов или частных инвесторов в лице физических и юридических лиц.

ГЛАВА 3. ОЦЕНКА СТАРТАП-ПРОЕКТА

3.1 Направленность, эффективность, конкурентоспособность

В данном разделе необходимо рассмотреть основные моменты, влияющие на эффективность проекта. В первую очередь, эффективность напрямую зависит от того, насколько настольная игра адаптирована и интересна детям выбранной возрастной категории, а также детям с расстройством аутистического спектра. Необходимо обеспечить разнообразие заданий, ярких фишек-фигурок, иллюстраций, понятных и доступных правил игры и иных элементов для привлечения внимания целевой аудитории.

Стартап проект настольной игры-бродилки «Сказания» должен обеспечить понятную, безопасную, обучающую инфраструктуру, носящую характер игры и совмещающую в себе диджитал-технологии. Эффективность настольной игры зависит от понятного использования и правил игры, доступности для детей 5-7 лет и детей с РАС, привлекательных иллюстраций и дизайна, а также пользы от прохождения игры. Важным фактором является вовлеченность родителей и педагогов в игровой и обучающий процесс, которые совмещены в «Сказании».

Частое обновление, выпуск дополнений к игре, иных улучшений и адаптация под требования рынка могут сделать этот стартап-проект успешным на долгосрочной перспективе. Оценка проекта учитывает множество факторов — как объективных, так и субъективных. Важно помнить, что оценка стартапа без выпущенного продукта всегда ниже уже вышедшего на рынок аналога. Таким образом, выпуск продукта и начало монетизации должны стать ближайшими по достижению целями, чтобы доказать эффективность выбранной выше стратегии и показать на деле грамотный подход к управлению бизнесом.

Существуют и иные виды эффективности стартапа, кроме перечисленных, по которым можно оценить проект. Например,

- **Финансовая эффективность**, определяющая доходы и прибыль от стартапа.
- **Рыночная эффективность**, оценивающая проект с точки зрения конкурентоспособности, роста клиентской базы, занимаемое место на рынке и удовлетворенность потенциальными покупателями.
- **Техническая эффективность**, оценивающая активное и грамотное использование современных технологий и автоматизацию процессов.
- **Социальная эффективность**, оценивающая вклад проекта в общество, его решение социальных проблем и внедрение новых технологий.

Таким образом, выполнив анализ эффективности стартапа настольной игры «Сказания», можно сказать, что проект обладает высоким потенциалом. Эффективность проекта обусловлена уникальностью идеи, продуманным игровым механизмом и высоким интересом целевой аудитории к этому виду развлечений, а также адаптированностью к детям с РАС. Для достижения большей эффективности стоит уделить внимание маркетинговой кампании и оптимизации производственного процесса.

3.2 Проектные риски

У стартап-проекта существуют проектные риски. Это непредсказуемые события, которые могут иметь как негативное, так и позитивное влияние на стартап. В таблице перечислены предполагаемые угрозы по методу PEST анализа (Приложение 14). При вышеперечисленных проектных рисках стартап всегда можно изменить или подстроить под сложившуюся ситуацию. Контроль и сокращение данных рисков должно сочетать в себе точное планирование, мониторинг и быстрое реагирование на изменения, происходящие вокруг и внутри самого стартап-проекта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении, для стартапа настольной игры-бродилки «Сказания» был разработан бизнес-план и графическое оформление для запуска проекта.

Кроме того, в рамках выпускной квалификационной работы в формате стартапа были выполнены следующие задачи:

1. Произведен анализ детских настольных игр жанра «бродилка»;
2. Выявлены особенности и требования к образовательным продуктам для детей.
3. Разработана настольная игра-бродилка для детей 5–7 лет.
4. Проработан маркетинговый анализ.
5. В рамках производственного плана рассчитаны полные постоянные и переменные издержки. 5.
6. В организационном плане прописан штаб сотрудников, их стаж, численность и зарплаты.
7. В финансовом плане построена воронка продаж, получена выручка и написан план расходов и доходов за 2 месяца.
8. Разобраны проектные риски для запуска настольной игры в тираж.

Исследование показало, что проект в сфере настольных игр не имеет конкуренцию, но не высокую. Актуальность и оригинальность проекта позволит занять высокие позиции на рынке. Проект нацелен как на образовательную, так и на воспитательную миссию. Игра позволит детям и их родителям сблизиться, провести совместный досуг, кроме того, приобщит к духовно-нравственным ценностям и традиционному русскому фольклору. Дети с расстройством аутистического спектра также смогут пройти игру и открыть для себя что-то новое.

Ниже представлена краткая выжимка финансовых расчетов:

1. Себестоимость настольной игры с учетом всех расчетов издержек равна 6 578 рублей.

2. Начальная сумма затрат на запуск стартап-проекта составляет 657 800 рублей.
3. 3. Чистая прибыль за 2 месяца составляет 1 234 898 рублей.
4. Окупаемость произойдет за два месяца.

В итоге была достигнута основная цель проекта, которая заключалась в обучении, мотивировании и привлечении интереса детей к русскому фольклору, а также приобщению к семейным ценностям. Таким образом, была разработана настольная игра-бродилка «Сказания», которая объединила в себе как интерактивный, игровой, так и обучающий форматы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Анализ рынка настольных игр в России [Электронный ресурс] / DISCOVERY Research Group. / – Электрон. дан. – Режим доступа: https://drgroup.ru (дата обращения: 20.12.2024).
2. Баженов, Р.И. Технология подготовки выпускной квалификационной работы в виде «стартап как диплом»: первый опыт / Р.И. Баженов // Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана. – 2022. – № 5. – С. 33-36.
3. Бизнес на продаже настольных игр: как оценить спрос и продвигать товары [Электронный ресурс] / Dasreda / – 2024 г. – Электрон. дан. – Режим доступа: https://dasreda.ru (дата обращения: 28.11.2024).
4. Возрастные особенности старших дошкольников [Электронный ресурс] / Umnazia / – Электрон. дан. – Режим доступа: https://umnazia.ru/blog (дата обращения: 19.12.2024).
5. Выгодно ли становиться индивидуальным предпринимателем [Электронный ресурс] / T-J / – Режим доступа: https://journal.tinkoff.ru (дата обращения: 26.11.2024).
6. Год семьи [Электронный ресурс] / Umnazia / – Электрон. дан. – Режим доступа: https://umnazia.ru/blog (дата обращения: 19.12.2024).
7. Добрынина, М.В. Основы предпринимательства. Старт для стартапа: Учебное пособие / М.В. Добрынина, А.А. Андреева, Д.А. Огородов. – Москва: Национальный исследовательский университет «Московский институт электронной техники», 2023. – 174 с.
8. Кузнецова Е.Ю. и др. Современный стратегический анализ: учебное пособие / Е.Ю. Кузнецова – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та. - 2016. - С. 66.
9. Лосева, Г.А. Ребёнок с РАС: опыт исследования и помощи. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным

участием / Г.А. Лосева – Чебоксары: «Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс», 2023. – С. 155-156.

10. Модели и методологии разработки стартапа [Электронный ресурс] / VC / – Электрон. дан. – Режим доступа: https://vc.ru/money (дата обращения: 29.11.2024).
11. Настольные игры — изготовление на заказ [Электронный ресурс] / Printready / – Электрон. дан. – Режим доступа: https://printready.ru (дата обращения: 26.11.2024).
12. Организационный план бизнес-плана [Электронный ресурс] / Бизнес План-Пример / – Электрон. дан. – Режим доступа: https://biznesplan-primer.ru (дата обращения: 25.11.2024).
13. Производственный план бизнес-плана [Электронный ресурс] / Бизнес План-Пример / – Электрон. дан. – Режим доступа: https://biznesplan-primer.ru (дата обращения: 28.11.2024).
14. Сколько детей в России посещает детсады [Электронный ресурс] / T-J / – Электрон. дан. – Режим доступа: https://journal.tinkoff.ru (дата обращения: 26.11.2024).

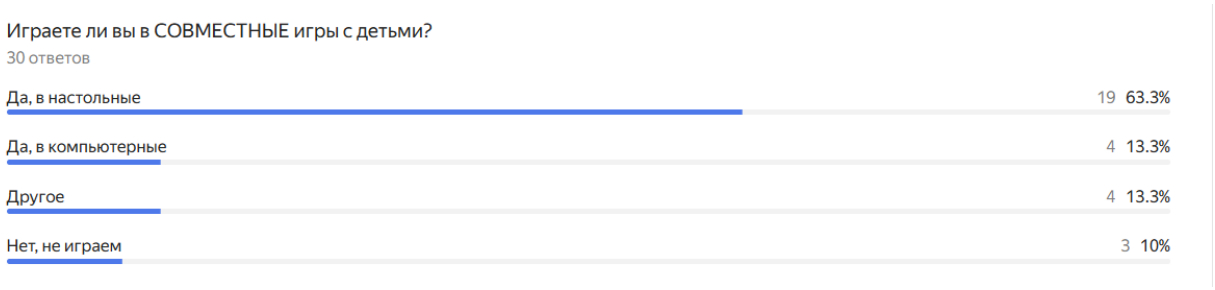
ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Результат из самостоятельно проведенного опроса среди родителей детей 5-7 лет

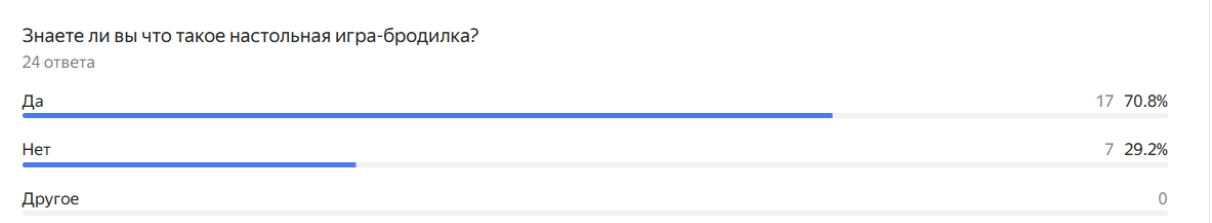
Приложение 2

Результат из самостоятельно проведенного опроса среди родителей детей 5-7 лет



Приложение 3

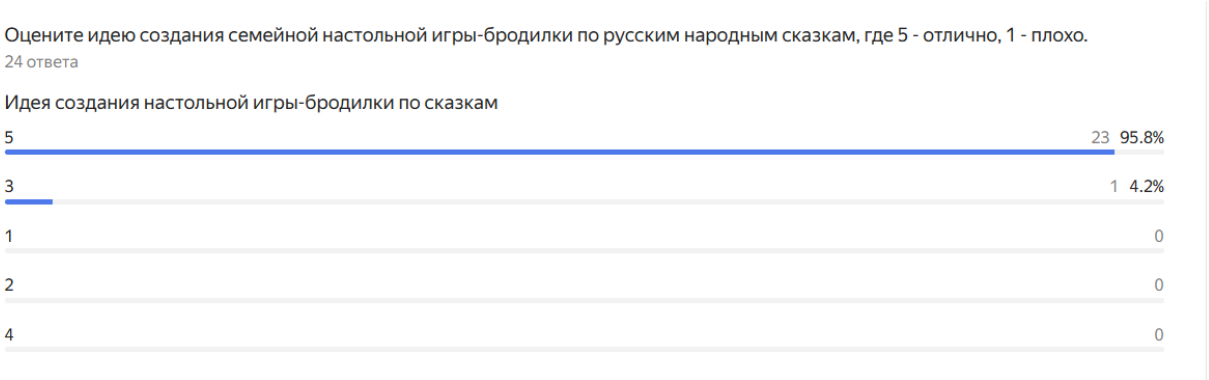
Результат из самостоятельно проведенного опроса среди родителей детей 5-7 лет



Приложение 4

Результат из самостоятельно проведенного опроса

среди родителей детей 5-7 лет



Приложение 5

Карточки с заданиями по сказкам

Приложение 6

Правила игры

Приложение 7

Обложка правил игры

Приложение 8

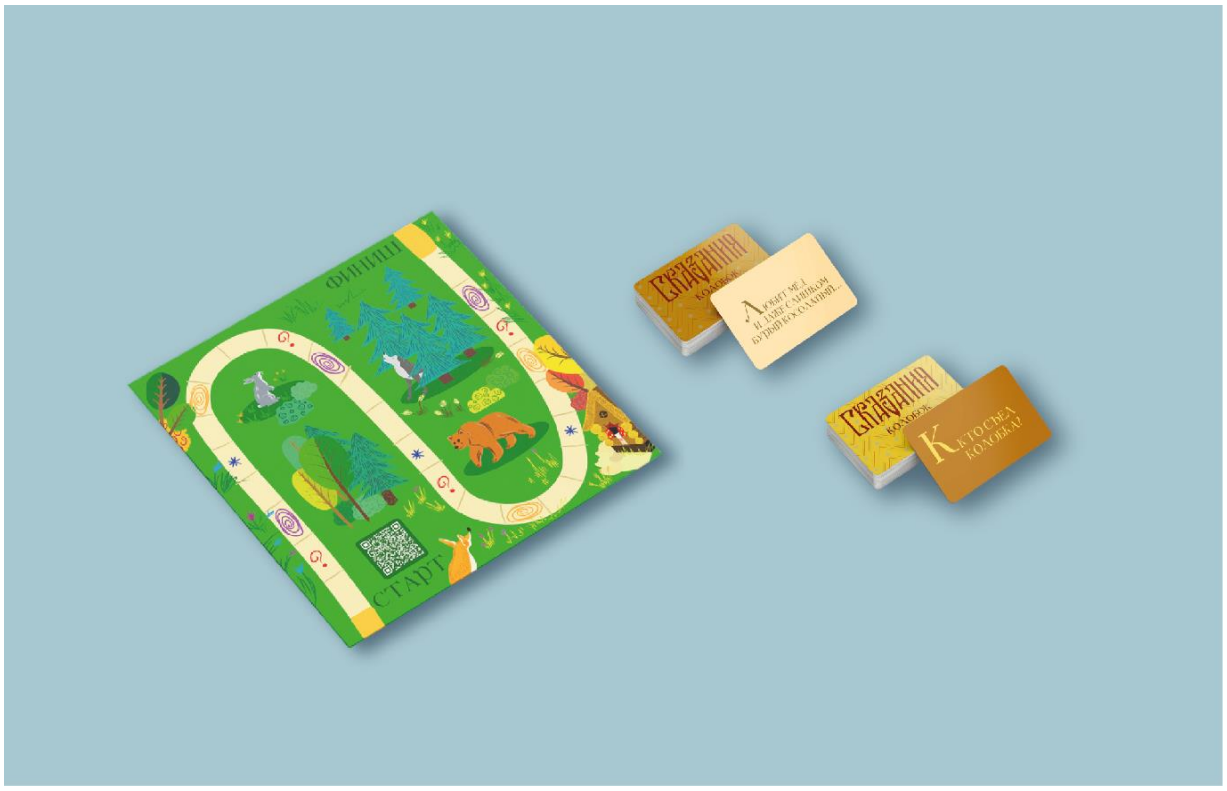
Игровое поле

Приложение 9

Дополнение для детей с РАС по сказке «Маша и медведь»

Приложение 10

Дополнение для детей с РАС по сказке «Колобок»



Приложение 11

Фишки-персонажи сказок

Приложение 12

Раскраска

Приложение 13

Упаковка настольной игры

Приложение 14

PEST - анализ

Внешние факторы	**Угрозы**
Политические	-Изменения в законодательстве, имеющее отношение к образовательным проектов, программам, а также. -Непредвиденные правовые проблемы или конфликты. -Нарушение патентных или авторских прав. - Например, изменения в правилах торговли или лицензирования могут повлиять на проект.
Экономические	- Инфляция, курс валюты или иные изменения в экономике. - Экономический спад может снизить покупательскую способность и спрос на настольные игры.

	- Недостаток финансирования может замедлить разработку проекта.
Социальные	- Изменение предпочтений потенциальных потребителей. - Демографические тенденции или культурно-традиционные различия. - Появление конкурирующих проектов. - Сложность в маркетинге и продвижении продукта. - Проблемы в работе с персоналом. - Отрицательные отзывы и недостаточная удовлетворенность потребителей.
Технологические	- Прогрессирующая цифровизация и переход в онлайн-форматы. - Появление и распространение электронных аналогов и конкурентов.