

«RusChina Connect»

Берлина Диана Сергеевна

**АКСЕЛЕРАЦИОННАЯ
ПРОГРАММА**

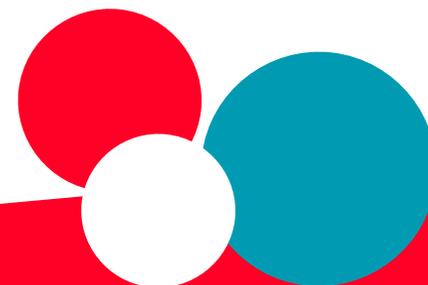
«ФИНСОЦТЕХ»

Актуальность



Налаживание торговых связей между Россией и Китаем в настоящее время становится особенно важным по таким причинам, связанным с глобальными трендами, как:

- изменения геополитической ситуации, связанные с санкциями, что является возможностью укрепления торговых связей России и Китая
- экономическая интеграция двух стран в рамках таких инициатив, как Шанхайская организация сотрудничества (ШОС) и проект «Один пояс, один путь», что создает новые возможности для инвестиций
- рост спроса на импортные товары на китайском рынке при котором Россия может предложить уникальные продукты, такие как сельскохозяйственная продукция, энергетические ресурсы
- глобальная цифровизация при которой сотрудничество в области технологий и инноваций становится ключевым (Россия и Китай могут обмениваться опытом и развивать совместные проекты в области технологий)
- условия глобальных вызовов, связанных с климатическими изменениями в которых сотрудничество в области зеленых технологий и экологии может стать важным направлением для совместных проектов



Продукт



Объектом разработки является проект по созданию онлайн-платформы для торговли между Россией и Китаем, которая также может осуществлять консультационные услуги по поводу выхода на китайский рынок. Создание такой платформы будет способствовать торговле между российскими и китайскими компаниями. Проект подразумевает под собой создание маркетплейса, где компании смогут размещать свои товары и услуги, что позволит создать витрину, адаптированную для каждой страны. В деятельность маркетплейса будет включена возможность онлайн консультирования со специалистами по юридическим и маркетинговым вопросам, помощь в налаживании деловых контактов. а также образовательные материалы для обучения предпринимателей специфике ведения бизнеса с другой страной.

Схема работы проекта:

- регистрация и создание профиля (компании смогут зарегистрироваться , создать профиль и разместить товары и услуги)
- торговые операции (платформа обеспечит удобный интерфейс для заключения сделок, что включает в себя разделы для общения, обсуждения условий и оформления заказов)
- консультационные услуги (пользователи смогут заказывать консультации по выходу на китайский рынок, а также получать доступ к образовательным ресурсам)
- логистика и платежи (платформа интегрируется с логистическими компаниями и предоставляет различные варианты оплаты, чтобы упростить процесс покупки и продажи)



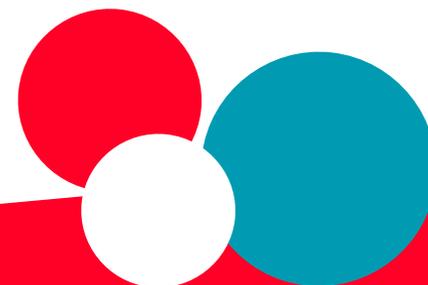
Продукт



Итоговый продукт будет схож с некоторыми уже существующими проектами, такими как Alibaba или Amazon (платформа будет выступать в роли маркетплейса, предлагая возможности торговли, однако акцент будет на специфике российско-китайских отношений), а также McKinsey или Deloitte, которые предлагают услуги по выходу на международные рынки (но данный продукт будет направлен именно на конкретные особенности РФ и КНР).

Новизна идеи заключается в том, что в наше время для обеих стран актуальна тема взаимной торговли и экономического взаимодействия, поэтому мой продукт будет уникален тем, что в отличие от глобальных платформ будет учитывать культурные, языковые и юридические особенности сотрудничества между Россией и Китаем, сочетать в себе маркетплейс и консультационные услуги, что позволит создать комплексное предложение для бизнеса, а также сможет предлагать образовательные программы для предпринимателей и менеджеров, что будет отличать платформу от чисто торговых площадок.

Реализация продукта будет осуществляться с использованием современных фреймворков, искусственного интеллекта, работы программистов, использовании облачных технологий.



Проблема

Бизнес проект «RusChina Connect» может значительно помочь в решении ряда проблем, с которыми сталкиваются компании, стремящиеся выйти на новые международные рынки.

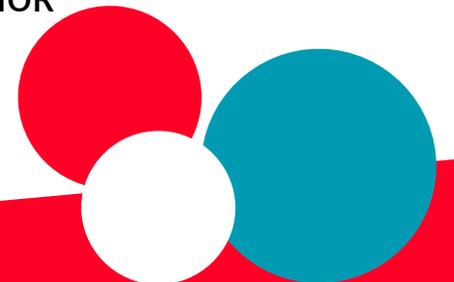
Проблема	Решение
Ограниченный доступ на рынок из-за культурных и языковых барьеров, юридических аспектов	Платформа предоставит информацию, советы и инструменты для успешного выхода на рынок, включая юридические консультации поддержку в регистрации бизнеса
Несоответствие товаров местным требованиям	Консультационные услуги. Включающие анализ рынка и аудит продуктов, что поможет продавцам адаптировать свой товар под требования местных клиентов
Трудности с доставкой товаров и организации логистики между двумя странами	Платформа интегрируется с логистическими компаниями, предоставляя пользователям доступ к логистическим решениям и отслеживанию грузов
Нехватка знаний о специфике ведения бизнеса в другой стране среди предпринимателей	Платформа предложит обучающие курсы и статьи по ведению бизнеса в другой стране и о специфике ее культуры

Проблема

Функции платформы можно использовать для удовлетворения потребностей клиентов. Например, предпочтения клиентов будут удовлетворены благодаря получению актуальных данных о рынке на платформе, местные правовые нормы будут соблюдены за счет возможности получить юридические консультации, удобные платежи и доставка будут возможны за счет предоставления информации о надежных партнерах по доставке и оптимизации логистики.

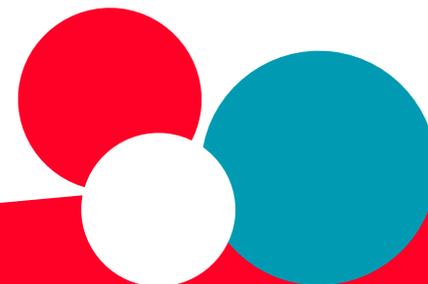
Решения, предлагаемые платформой, адресованы конкретным проблемам и потребностям целевой аудитории: адаптация к локальным условиям (помощь компаниям в адаптации своих товаров повысит шансы на успех на рынке), простота доступа к информации (объединение всех необходимых ресурсов на одной платформе способствует экономии времени для компаний), создание надежных партнерств (платформа способствует налаживанию связей между российскими и китайскими компаниями, что приведет к долгосрочным торговым отношениям).

Таким образом, проект способен значительно снизить риски и упростить процесс выхода на рынок другой страны, обеспечивая предпринимателям необходимую поддержку и ресурсы.



Целевая аудитория

Основные целевые аудитории для проекта - это компании и организации (B2B), заинтересованные в выходе на китайский/российский рынок и улучшении торговых связей. Хотя B2C также может быть включен в проект в виде дополнительных сервисов, основной акцент должен быть сделан на B2B сегменте, так как он более заинтересован в глубоких и комплексных решениях, предоставляемых платформой.



РЫНОК

Определение TAM (Total Addressable Market)

TAM представляет собой общий рынок для продукта или услуги без учета каких-либо ограничений. В случае с платформой для торговли между Россией и Китаем, TAM включает все расходы на импортеры и экспортеры товаров из обеих стран. В 2022 году общий объем товарооборота между Россией и Китаем составил около 185 миллиардов долларов. Если учесть, что 10% от этого объема может быть предоставлено через платформу, то TAM составит приблизительно 18,5 миллиарда долларов.

Определение SAM (Serviceable Available Market)

SAM — это часть TAM, на которую можно реально претендовать с определенными продуктами и услугами, учитывая конкурентоспособность и специфику предложения. Предположим, что платформа будет сконцентрирована на определенных категориях товаров (например, потребительские товары, электроника, товары для дома и т.д.), что может составлять примерно 50% от TAM. В таком случае SAM будет составлять: 18,5 миллиарда долларов x 50% = 9,25 миллиарда долларов.

Определение SOM (Serviceable Obtainable Market)

SOM — это реалистичный объем рынка, который можно захватить в ближайший срок (обычно 3-5 лет) на основе выбранной бизнес-модели, стратегии и способности конкурировать.

Если есть возможность захватить приблизительно 1% этого SAM к концу пятого года, тогда SOM составит:

9,25 миллиарда долларов x 1% = 92,5 миллиона долларов.

TAM- 18.5
миллиарда
долларов

SAM-18.5 * 50%=9.25
миллиарда
долларов

SOM-9.25 * 1%=92.5
миллиона
долларов



РЫНОК



Динамика рынка и прогнозы

В последние годы наблюдается рост двусторонней торговли между Россией и Китаем. Популярность онлайн-торговли продолжает увеличиваться, особенно после пандемии COVID-19, что способствует росту электронной коммерции. Ожидается, что рынок электронной коммерции в Китае продолжит расти в среднем на 15-20% в год, в то время как рынок электронной торговли в России также показывает положительную динамику. Это может создать благоприятные условия для вашей платформы.

Прогнозы по доле участия проекта

Консервативный — вы достигнете 0,5% SOM, что будет составлять 46,25 миллиона долларов.

Оптимистичный — вы достигнете 2% SOM, что будет составлять 185 миллионов долларов.

Среднесрочный — вы достигнете 1% SOM, что будет составлять 92,5 миллиона долларов.

Логика расчетов

Анализ объемов торговли (начинаем с настоящих данных о товарообороте между двумя странами для оценки TAM), анализ категорий (выделяем целевые категории, на которые будет направлен ваш проект, чтобы определить SAM), учет факторов конкуренции и потенциального спроса (определяем, какую долю SAM ваш проект может захватить с учетом факторов конкурентоспособности, маркетинга и стратегий продаж).

Таким образом, проект по созданию платформы для торговли между Россией и Китаем имеет значительный потенциал на основании вышеуказанных расчетов. Устойчивый рост электронной коммерции в обеих странах, стратегическое позиционирование и единые условия для поставок могут дать возможности для достижения значительных объемов рынка.

Конкурентный анализ



ФИНАНСОВЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



Chapay Hub
Business Incubator



Стартап
Студия

Примеры конкурентов:

1. Alibaba

Функциональность платформы: Одна из крупнейших платформ для B2B-торговли между Китаем и остальным миром.

Уровень сервиса: Предоставляет консультации и поддержку, но на массовом уровне. Персонализированное обслуживание может отсутствовать.

Интерфейс: Многофункциональный, но может быть перегружен для новых пользователей.

Аналитика: Хорошая аналитика, но больше ориентирована на китайских пользователей.

Ценовая модель: Комиссии на транзакции; могут быть высокими на международных продажах.

2. JD.com

Функциональность: Ориентирован на B2C, с фокусом на продажах через собственные каналы.

Уровень сервиса: Поддержка для китайских компаний, но менее фокусирован на иностранных предпринимателях.

Интерфейс: Удобный, но с акцентом на китайских потребителей.

Аналитика: Сильная аналитика, но специфичная для своей экосистемы.

Ценовая модель: Зависит от объемов продаж, преимущественно в Китае.

3. Торговые представительства и агентства

Функциональность: Предоставляют услуги посредничества и консультации без использования технологий.

Уровень сервиса: Персонализированные услуги, но с ограниченными возможностями масштабирования.

Ценовая модель: Высокие затраты на услуги.

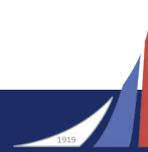
4. Локальные поставщики и производители

Функциональность: Прямые продажи на внутреннем рынке без выхода на международные платформы.

Уровень сервиса: Нехватка профессиональных консультаций по выходу на иностранные рынки.

Ценовая модель: Непредсказуемые цены без прозрачности.

Конкурентный анализ



ФИНАНСОВЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



Chapay Hub
Business Incubator

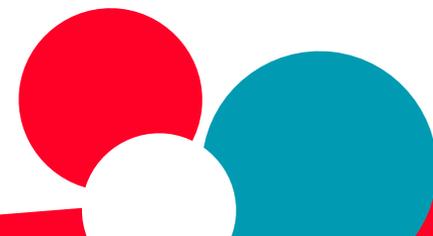


Стартап
Студия

Конкурентов заставят переключиться на проект «RusChina Connect» следующие отличительные факторы:

- Совершенствование технологий (множество небольших компаний и индивидуальных предпринимателей могут обращаться на данную платформу, ведь она предлагает интегрированные решения, которые делают процесс торговли проще и доступнее)
- Консультирование и поддержка (данный сервис будет включать образовательные ресурсы, которые помогут новым пользователям понять, как эффективно выходить на китайский/российский рынок, что составляет важное конкурентное преимущество)
- Безопасность транзакций (предоставление более безопасной платформы для торговли может привлечь клиентов, которые испытывают недоверие к существующим решениям)
- Анализ и данные (предоставление доступной аналитики и отчетности может помочь пользователям принимать более обоснованные решения, что повысит ценность данной платформы)
- Локализация (уделение особого внимания специфике культур и языков двух стран поможет привлечь пользователей, которым нужны решения, адаптированные под их нужды)

Таким образом, проект «RusChina Connect» по созданию платформы для торговли между Россией и Китаем имеет значительное преимущество, ведь акцентирует внимание на сервисе, локализации и консультировании. Конкуренция на этом рынке существует, но есть возможности для дифференциации через технологии и качество предоставляемых услуг. Разработка уникального предложения и понимание потребностей целевой аудитории помогут привлечь клиентов из различных сегментов и заставят конкурентов задуматься о переходе на более современные решения.



Бизнес-модель



Модель Остервальдера включает в себя следующие компоненты:

1. Ключевые партнеры

- Торговые представители:** Партнерства с торговыми палатами и агентами, работающими на китайском и российском рынках.
- Логистические компании:** Партнеры для выполнения логистических услуг и доставки товаров.
- Консалтинговые компании:** Компании, предоставляющие юридическую и финансовую поддержку для клиентов.
- Телекоммуникационные компании:** Партнеры для обеспечения связи и технической инфраструктуры.

2. Ключевые виды деятельности

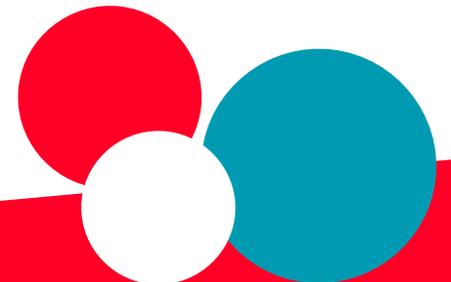
- Разработка платформы:** Постоянное обновление и оптимизация платформы.
- Консультирование:** Предоставление консультационных услуг по выходу на рынок.
- Маркетинг и продажи:** Привлечение участников на платформу.
- Служба поддержки:** Обеспечение поддержки пользователей.

3. Ключевые ресурсы

- Экспертные знания:** Команда консультантов с опытом работы на китайском и российском рынках.
- Бренд:** Инфраструктура маркетинга и связи с клиентами.

4. Ценностные предложения

- Удобная торговая платформа:** Простота и доступность для пользователей.
- Консультативные услуги:** Помощь в выходе на новый рынок с учетом культурных и правовых нюансов.
- Доступ к аналитике:** Предоставление актуальной информации о рынке и трендах.



Бизнес-модель



5. Взаимоотношения с клиентами

- Персонализированное обслуживание: Индивидуальные консультации и поддержка.
- Обучающие вебинары и материалы: Автоматизированные и личные обучающие программы.

6. Каналы

- Сайт платформы: Основной канал для привлечения пользователей.
- Социальные сети: Продвижение через китайские и российские социальные сети (WeChat, VK).
- Email-маркетинг: Информирование подписчиков о новостях и акциях.
- Выставки и мероприятия: Участие в специализированных выставках и конференциях.

7. Сегменты клиентов

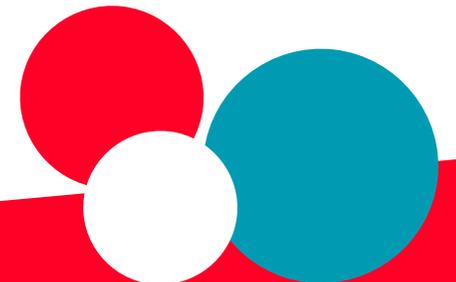
- Малые и средние предприятия, заинтересованные в выходе на китайский или российский рынок.
- Индивидуальные предприниматели, ищущие возможности для поставок или продаж.
- Крупные компании с международными амбициями.

8. Структура затрат

- Разработка и поддержка платформы
- Маркетинговые расходы.
- Зарботная плата сотрудников.
- Расходы на партнеров и логистику.

9. Потоки доходов

- Комиссии от транзакций: Определенный процент от каждой продажи, проведенной через платформу.
- Платные консультации: Оплата за персонализированные консультационные услуги.
- Подписка: Модели подписки для доступа к аналитике и дополнительным ресурсам.
- Реклама и размещение: Доход от рекламы на платформе.



Бизнес-модель



Монетизация.Потоки доходов:

- Комиссии от транзакций (например, 3-5% от каждой продажи).
- Подписка на платформа (например, \$50-100 в месяц для SMEs).
- Платные вебинары, курсы и тренинги (например, \$30-200 за курс).

Каналы продвижения и связи с клиентами

-Онлайн-каналы

- SEO и контент-маркетинг для привлечения органического трафика.
- Рекламные кампании в Google Ads и социальных сетях.
- Публикации и PR-статьи о платформе и её возможностях.

- Оффлайн-каналы

- Участие в выставках и бизнес-форумах.
- Организация встреч и семинаров для потенциальных клиентов.

- Партнёрства

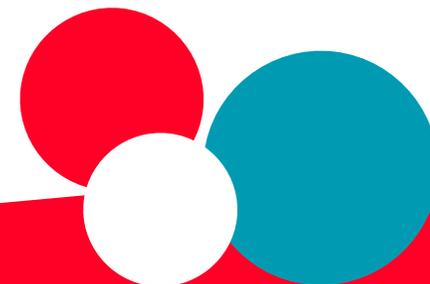
- Сотрудничество с внешними консалтингами и юридическими фирмами, которые могут рекомендовать вашу платформу своим клиентам.

Стратегия продвижения на рынке

Позиционирование (сделать акцент на уникальности и технологии платформы, а также на качестве консультирования)

Контент-маркетинг (создание полезных материалов (блоги, видео, подкасты) для выделения экспертизы)

PR и освещение в СМИ (получение упоминаний в отраслевых изданиях и создание контента для них)



Экономические показатели

Основные источники доходов : комиссионные сборы (плата за оказание услуг на платформе), подписка, реклама (доход от рекламных площадей на платформе для производителей и поставщиков).

Основные источники расходов: технические затраты, маркетинг и реклама, управленческие расходы, логистика, обслуживание клиентов

Цена для клиентов может варьироваться в зависимости от: типа сделки, степени сервиса, конкуренции

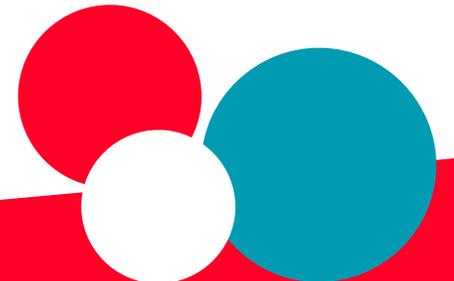
Ожидаемая рентабельность проекта зависит от нескольких факторов: объёмы продаж, сокращение расходов, увеличение ценности для клиента

Ожидаемая динамика

В краткосрочной перспективе: Ожидается необходимость первоначальных инвестиций для разработки платформы и привлечения клиентов. В начале возможно отсутствие прибыли.

В среднесрочной перспективе: При росте базы клиентов и увеличении объёмов торговли доходы начнут превышать расходы, что приведёт к положительному cash flow.

В долгосрочной перспективе: При успешной реализации бизнес-модели и стабильном росте клиентов можно ожидать увеличение рентабельности и возможность масштабирования бизнеса (выход на новые рынки, расширение ассортимента услуг).



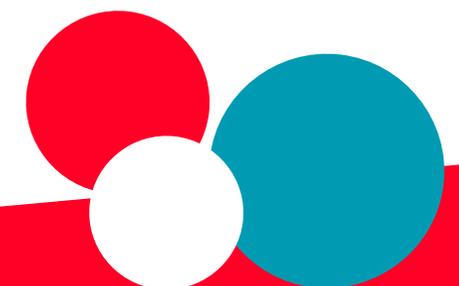
Дорожная карта развития

Этапы развития бизнес-проекта:

1. Исследование рынка и анализ конкурентов
2. Определение целевой аудитории
3. Разработка бизнес-модели
4. Выбор стратегии
5. Формулирование ценностного предложения
6. Создание платформы
7. Разработка технического решения
8. Запуск маркетинга и продвижения
9. Начало операций и привлечение первых клиентов
10. Запуск платформы
11. Привлечение первых пользователей
12. Обратная связь и оптимизация
13. Расширение ассортимента и обслуживание
14. Масштабирование и выход на новые рынки
15. Партнерство

Шаги на ближайшее время

1. Сбор информации
2. Создание проектной команды
3. Разработка минимально жизнеспособного продукта (MVP)
4. Формирование партнерств
5. Планирование запуска рекламы
6. Запуск бета-тестирования.
7. Подготовка документов



Риски

1. Политические и экономические риски

Политические изменения или напряженность между странами могут повлиять на торговлю, вызвать изменения в законодательстве или санкции.

Вероятность: Средняя, ведь политика может изменяться, но стабильные торговые отношения между Россией и Китаем обеспечивают относительную предсказуемость.

2. Сложные процедуры сертификаций и нормативные ограничения

Для бизнеса, работающего в международной торговле, важно соответствовать множеству требований в обеих странах.

Вероятность: Средняя, ведь процедуры часто меняются, но наличие серьезных требований можно предсказать.

3. Логистические риски

Проблемы с логистикой и транспортировкой включают задержки в доставке, таможенные проверки, недостаток транспортных мощностей и недостаточное качество услуг логистических компаний.

Вероятность: Высокая, ведь логистические проблемы часто возникают из-за расстояния и сложности процессов.

4. Культурные и языковые барьеры

Разные деловые культуры, языковые барьеры и недопонимание могут привести к ошибкам и конфликтам.

Вероятность: Средняя, риск можно минимизировать за счет обучения и подготовки персонала.

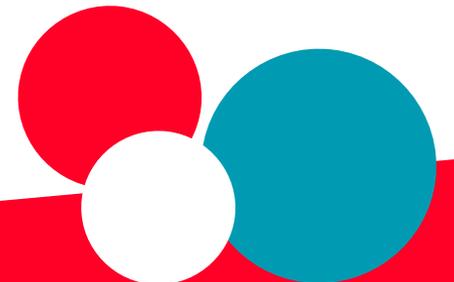
5. Технологические риски

Технические сбои в работе платформы: проблемы с инфраструктурой, программным обеспечением или киберугрозы могут негативно сказаться на работе бизнеса.

Вероятность: Средняя, ведь подобные риски можно минимизировать путем обеспечения надежной IT-инфраструктуры и регулярного обслуживания.

Запрос к аудитории

Источник финансирования и стратегические партнеры являются необходимым ресурсом для данного проекта. Их средства будут использоваться на рекламные услуги, логистику, создание технологической платформы, анализ рынка, юридические и консультационные услуги



Команда



1. Руководитель проекта

Роль: Общая координация и управление проектом, взаимодействие с ключевыми стейкхолдерами, контроль выполнения поставленных задач и сроков.

2. Специалист по внешнеэкономической деятельности

Роль: Анализ рынков России и Китая, поиск потенциальных партнеров и клиентов.

3. Юрист

Роль: Консультирование по правовым вопросам, связанным с международной торговлей и соблюдением законодательства.

4. Маркетолог

Роль: Разработка и реализация маркетинговой стратегии для продвижения товаров и услуг на рынках России и Китая.

5. Логист

Роль: Организация и управление логистическими процессами, связанными с поставками товаров.

6. Финансовый аналитик

Роль: Оценка финансовых рисков, подготовка финансовых отчетов и анализ доходности проекта.

7. Специалист по кросскультурным коммуникациям

Роль: Обеспечение эффективного взаимодействия между членами команды из разных культур.

8. IT-специалист

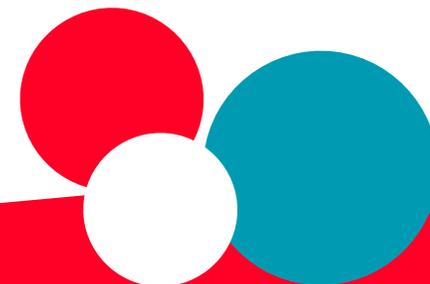
Роль: Поддержка и развитие технологической платформы для управления проектом.

9. Специалист по продажам

Роль: Реализация товаров и услуг, работа с клиентами.

10. Контролер качества

Роль: Обеспечение соответствия продукции и услуг установленным стандартам.



Контакты



На данный момент отсутствуют

