«СНЕЖИНКИ» УЧАТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОМУ МЫШЛЕНИЮ

МАОУ СШ №8 проводит активную работу, направленную на повышение экономической и финансовой грамотности школьников.

В рамках курса внеурочной деятельности «БиСтарт», под руководством Мельничук Т. В., учащиеся 9-х классов осваивают правила создания успешных стартапов.

05 марта 2020 года ребята приняли участие в обучающей бизнес-игре «Снежинки», которая на практике помогла им освоить незаменимую для создания стартапа методологию Customer Development (тестирование идеи или прототипа на потенциальных потребителях).

Игра выглядит очень просто: команды вырезают из бумаги снежинки и продают их заранее "назначенным" покупателям. Выигрывает команда, которая заработала больше денег по результатам 5-ти раундов.

Раунд за раундом четыре команды под названиями «Симбиоз», «Ateez», « Argentum» и «Спектр» мерились силами идей по продажам. В роли покупателей выступали учащиеся 10 и 11-х классов.

Вроде бы ничего сложного в игре нет, но как понять, какую именно снежинку хочет купить покупатель? Именно в этом и заключалась основная задача участников — выявить предпочтения покупателей, произвести и продать свою снежинку быстрее и дороже, чем конкуренты.

В результате напряженной конкурентной борьбы победу одержала команда «Спектр» (Карина Карапетян, Олеся Киреева, Анна Павлушкова, Анна Хохлачёва)! Со значительным перевесом ей удалось заработать 79 условных «денежных» единиц («котеек»). Команда смогла быстро понять своих клиентов, которые могли заплатить хорошие деньги за изготовленные снежинки.

—Мы с командой разработали целый план продажи снежинок, который позволил нам завоевать покупателя. Такая ситуация происходит и на настоящем рынке! — рассказала Олеся Киреева.

— Каждому из нас нужно было вжиться в наши роли (производителей или покупателей товара) и отыграть их по максимуму. Мы были продавцами и в итоге смогли выбрать для своей команды правильную стратегию, — рассказал Георгий Хурцилава.

— Я была покупателем и поняла, что довольно сложно говорить людям: «Нет», — даже когда это необходимо для улучшения качества их работы, — рассказала Ксения Старова.

Все участники игры отметили, что эта игра не только помогла им лучше понять, как устроена рыночная экономика, но и развить свои личностные качества.

Мысль, что для создания успешного стартапа, необходимо знать свой рынок, клиента и его проблемы только кажется очевидной. На деле, большинство начинающих предпринимателей сосредоточены на разработке продукта и не слишком стараются понять своего пользователя. А как быстро понять концепцию CustDev на практике? Поиграть! Игра «Снежинки» показала ребятам, что необходимо подстраиваться под желания своего заказчика, понимая его через поведение, а не слова.
https://photos.app.goo.gl/SeAtt3QVpXTbpMHo8