

ляет Китай чувствовать, что Соединенные Штаты используют свои рамки альянса для подавления подъема Китая, особенно его военного подъема. Это также одна из причин, влияющих на военно-дипломатические отношения между США и Китаем.

В дипломатических отношениях между Китаем и Соединенными Штатами военная дипломатия является самой особенной и наиболее чувствительной. Военная дипломатия между Китаем и Соединенными Штатами претерпела тонкие изменения по мере изменения отношений между двумя странами. С быстрым развитием экономики Китая и увеличением военной мощи Китая влияние Соединенных Штатов в Азии уменьшается, а влияние Китая увеличивается. Изменение модели Азиатско-Тихоокеанского региона, вызванное ростом влияния Китая, является главной движущей силой стратегии восстановления баланса США. С развитием стратегии восстановления равновесия администрации Обамы в Азиатско-Тихоокеанском регионе Китай и Соединенные Штаты спорят по проблеме островов Дяоюйдао находящихся вблизи территории Китая, проблеме Южно-Китайского моря и проблеме Тайваня. Период с 2009 по 2012 годы являются стабильным для военной дипломатии между США и Китаем, но в целом китайско-американская военная дипломатия все еще находится в переплетении трений и сотрудничества. Хотя отношения между двумя армиями были прерваны из-за продажи США оружия Тайваню в этот период, и стратегия «Азиатско-Тихоокеанского перебалансирования», продвигаемая администрацией Обамы, также вызывала постоянные трения, Тем не менее, стороны сохранили высокий уровень военного взаимодействия, сохранили стабильность военных отношений и совершили ряд прорывов в продвижении механизмов взаимного военного доверия.

УДК 339.138

СОЦИАЛЬНЫЙ СТАРТАП-ПРОЕКТ «АДАПТАЦИОННАЯ ОДЕЖДА ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ»

*Яшева Г. А., д.э.н., проф., Довыденкова В. П., к.т.н., доцент, Васильева Д. В., студ.,
Скоробогатова О. Ю., студ.*

*Витебский государственный технологический университет
e-mail: gala-ya@list.ru*

Summary. *Our mission is to create affordable and comfortable clothing for a full-fledged active life for people with disabilities, as well as the protective properties of the material and original accessories from the cold.*

Проведение маркетингового исследования показало, что социально-уязвимые люди имеют проблемы:

1. Нет отечественной одежды для людей с ограниченными возможностями, находящихся в положении сидя;
2. Простуды в результате нахождения в неподходящей одежде при неблагоприятных погодных условиях;
3. Неудобство во время надевания верхней одежды на парализованную часть тела.

Для решения этих проблем возникла идея создания доступной и удобной одежды для людей с ограниченными возможностями под брендом «COMFI».

Целью проекта является разработка рациональной конструкции комплекта адаптивной одежды для людей с ограниченными возможностями (далее – ЛОВЗ), а также маркетинговое и экономическое обоснование эффективности проекта. Эскиз костюма для ЛОВЗ представлен на рис. 1.



Преимущества:

- специальная конструкция для более комфортного надевания ;
- высокая эффективность теплозащиты;
- повышенная водостойкость;
- экологически чистые материалы, обеспечивающие гипоаллергенность

Рисунок 1 – Эскиз костюма для ЛОВЗ

На основе ключевых факторов успеха были сформулированы цели бизнеса:

1. Освоить объем производства одежды для ЛОВЗ – 864 шт.
2. Довести объем реализации за первый год (2021 г.) до 261,7 тыс. руб. увеличить объем реализации за второй год (2022 г.) на 15 %, объем реализации за третий (2023 г.) увеличить на 33 %.
3. Освоить в третьем (2023 г.) российский рынок.
4. Расширить ассортимент в третьем (2023 г.).

Для представленного целевого сегмента разработана маркетинговая стратегия, которая включает следующие стратегии.

Стратегия позиционирования.

Позиционирование по удобству и качеству одежды для инвалидов.

Товарная стратегия.

Во втором году планируется расширение ассортимента группой женской и детской одежды.

Коммуникационная стратегия.

– Продвижение интернет-рекламы через соц. сети: Instagram; Вконтакте; – Одноклассники; E-mail – рассылка коммерческих предложений.

– Печатная реклама: визитки; буклеты с материалами; рекламные листовки; отраслевые и профилированные издания.

– Участие в профессиональных мероприятиях: конференции; выставки; мероприятия, приуроченные ко дню инвалидов; благотворительные акции; проведение круглых столов.

Стартап-проект «Адаптивная одежда для ЛОВЗ» будет реализован на ЧТПУП «Ильвада», которое является действующим резидентом технопарка Витебского государственного технологического университета.

Для реализации данного проекта потребуется дополнительно 6 работников, а также оборудование и материалы. Инвестиции составят – 7087,6 рублей. Источником будут средства учредителя ЧТПУП «Ильвада». Конструкторско-технологическую документацию разработала доцент кафедры Витебского государственного технологического университета – Довыденкова Вера Петровна, к.т.н., доцент. Статья инвестиционных затрат – конструкторско-технологическая документация на производство будет составлять 7 % от чистой прибыли в месяц. Текущие затраты на производство в месяц составят 14 229,38 рублей, в год – 170 752,56 рублей. Расчет прибыли от реализации по проекту представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Расчет прибыли от реализации

Расчет прибыли от реализации		
Наименование показателей	За месяц, руб.	За год, руб.
1. Выручка от проекта	21807	261684
5. Прибыль от реализации	7577,62	90931,44
6. Налог на прибыль (10 %)	757,8	9093,1
7. Прибыль чистая	6819,82	81837,96

На основании расчетных данных в таблице 2, можно сделать вывод об эффективности нашего проекта.

Таблица 2 – Показатели эффективности инвестиционного проекта

Наименование показателя	Границы норматива	Значения показателя
1. Рентабельность инвестиций, %	10-70	1154,7
2. Срок окупаемости бизнеса, год	До 1 года	1
3. Уровень безубыточности, %	50-85	30,4

Таким образом, проведенные маркетинговые исследования и экономические расчеты позволяют сделать вывод об эффективности предлагаемого бизнес-проекта по производству доступной и удобной одежды для людей с ограниченными возможностями под брендом «COMFI».