

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

Производство предметов интерьера на основе эпоксидной смолы

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 411 группы
направления 38.03.01 Экономика
профиля «Экономика предприятия»
экономического факультета
Гембач Варвары Вадимовны

Научный руководитель
к.э.н., доцент _____

Е. В. Огурцова

Заведующий кафедрой
к.э.н., доцент _____

Е. В. Огурцова

Саратов 2023 год

Введение. Одним из важнейших направлений экономического развития России в современных условиях является технологическое предпринимательство. Данный вид предпринимательства реализуется в различных формах, однако в условиях высокой неопределенности, предпочтение отдается такой форме как стартап. Каждый стартап–проект создается со своей целью: создать бизнес, принести прибыль, улучшить благосостояние населения, принести какую-либо пользу обществу и просто возможность улучшить чью-либо жизнь. Каждый успешно реализованный проект приносит свой вклад в развитие экономики государства, его национального дохода, развитие многих сфер промышленности, образования и медицины.

Инновационные решения в любой сфере хозяйственной деятельности сопряжены с определенными рисками. Стартап-проекты – это та форма предпринимательской деятельности, которая позволяет ускорить распространение инноваций, снизить транзакционные издержки данного процесса, минимизировать риски и потери при внедрении инновационных разработок в практику. В результате в современной экономике стартапы – перспективная форма развития технологического предпринимательства.

В экономической науке понятие «стартап» (от англ. start up «запускать») не является устоявшимся, в большинстве научных источников стартапом называют временную организационную форму, направленную на поиск новой бизнес-модели. Такой подход прослеживается в работах Н. Азаренко, М. Решетниковой.

Особое внимание в экономической литературе уделяется рассмотрению таких базовых характеристик стартапов как уникальность идеи (не всякий новый бизнес – стартап), очень быстрый рост, создание новой модели, меняющей рынок или его заметную часть. И, разумеется, риск провала, если рынок оценен неверно. Или, что сейчас особенно важно, если рынок необратимо изменился.

Действие санкционных ограничений в отношении российской экономики сформировало определенные тренды, главный из которых на ближайшие годы – это импортозамещение. Российские стартапы и действующие компании могут заместить зарубежные продукты, но также их ждут сложности на этом пути. В статьях таких авторов, как И. Тарасова, М. Индустриев, Ю. Туманян, данные проблемы рассмотрены наиболее обстоятельно.

Кризис заставляет более ответственно и внимательно подходить ко всем процессам деятельности компании. Стартап-проекты, которые лучше конкурентов смогут адаптироваться к реализации в условиях санкций, в будущем смогут выйти и на мировой рынок. Но нужно понимать, что весь этот процесс не будет быстрым и легким.

Следовательно, в условиях кризиса, санкций и государственной политики импортозамещения необходимо развивать различные сферы деятельности. Интерьерные изделия на основе эпоксидной смолы могут стать новым направлением, которое расширит рынок интерьера и декорирования в России, а также обусловит его развитие.

Таким образом, актуальность проекта заключается в том, что в настоящий момент экономике необходимы импортозамещающие отделочные материалы и стартап в производстве предметов интерьера на основе эпоксидной смолы является возможностью снизить зависимость от импорта и наладить собственное производство интерьерных материалов.

Целью работы является разработка проекта по созданию интерьерных изделий на основе эпоксидной смолы.

В ходе поставленной цели, необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть рынок интерьера в России, изучить его структуру;
- раскрыть факторы формирования спроса на товары интерьера;
- исследовать изделия из эпоксидной смолы как новое направление развития рынка интерьера;
- проанализировать рынок интерьера и декорирования в России;

- определить инновационную компоненту проекта «V.Ехро»;
- рассчитать основные экономические параметры проекта «V.Ехро»;
- составить бизнес – модель производства предметов интерьера на основе эпоксидной смолы и план развития проекта «V.Ехро».

Поставленные задачи определили структуру представленной работы, включая проект производства предметов интерьера на основе эпоксидной смолы.

Структурно работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Первая глава посвящена изучению развитию рынка интерьера в России, а вторая глава нацелена на разработку стартап – проекта по производству уникальных интерьерных изделий на основе эпоксидной смолы.

Основная часть работы.

Промышленный дизайн в российской экономике развит слабо. Так, например, развитие мебельной промышленности не привело к развитию связанного с данным производством дизайна, промышленный дизайн практически отсутствует как отдельное направление. Вместе с тем внешний вид мебели является одним из главных конкурентных преимуществ производителя и должен быть драйвером развития промышленного дизайна в России. В реальной практике производители не пользуются услугами российских художников, копируют зарубежные образцы, которые адаптируются к местным условиям штатными дизайнерами. Костность мышления и недальновидность руководителей производственных компаний, старающихся сэкономить на затратах и получить быстрый результат, тормозят развитие промышленного дизайна. Ситуация усугубляется слабой диверсификацией промышленности и низким уровнем производства товаров народного потребления, где мог бы возникнуть спрос на художественное оформление. В графическом дизайне затраты на сами услуги часто включены

в стоимость конечной рекламной или полиграфической продукции, например, такой как визитка.

Одной из главных проблем исследуемого рынка является значительная доля ее теневой части. Значительный объем заказов, выполненных для частных лиц, оплачивается наличными деньгами, не учитывается в общем объеме оказанных услуг, предоставляемых официальными органами. Очевидно, такая ситуация сильно усложняет мониторинг рынка, искажает статистику и не позволяет адекватно оценить фактическую ситуацию с точки зрения объемов рынка как в денежном выражении, так и в натуральном.

Развитие дизайна с точки зрения качества сильно тормозится дороговизной и ограниченным выбором материалов. Несмотря на большое предложение на рынке стройматериалов, отделочные материалы не отличаются качеством и разнообразием. Наблюдается достаточно большой разброс с точки зрения соотношения «цена – качество» – либо слишком дорого, либо слишком некачественно и дешево. Такая ситуация затрудняет реализацию творческих идей дизайнеров и влияет на удовлетворенность заказчиков.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в России необходимо развивать собственное производство эпоксидных смол. Отечественное производство материалов заменит импортную продукцию, сделав страну менее зависимой от импорта.

Анализируя факторы формирования спроса на товары интерьера, можно воспользоваться результатами исследования аналитиков сервиса «Ремонт со СберУслугами» и компании ЮKassa. В ходе исследования было установлено, что российские потребители стали чаще обращаться к фирмам в сфере строительства и дизайна за первые пять месяцев 2022 года. Кроме того, удалось выявить изменения спроса на стройматериалы и предметы мебели.

Согласно исследованию, количество заказов у студий дизайна и строительства за первые пять месяцев 2022 года увеличилось на 77% по сравнению с этим же периодом 2021 года. При этом оборот онлайн-

магазинов, напротив, показал снижение на 5%. На услуги с меньшей ценой спрос упал: количество заказов стоимостью от 50 тыс. до 80 тыс. рублей уменьшилось на 49%, а от 80 тыс. до 100 тыс. рублей — на 30%. Число оплаченных заказов на сумму от 100 тыс. до 500 тыс. рублей, наоборот, повысилось на 14%.

Аналитики также отметили, что российские потребители стали чаще покупать дизайн-проекты для ремонта. Благодаря им они хотят избежать серьезных ошибок и недочетов во время работ. Исходя из проведенного исследования установлено, большинство российских потребителей нанимают профессионалов в случае, если им необходимо провести коммуникации или возвести стены. Самостоятельно сделать такие работы не получится. Если нужно просто обновить интерьер — обои или мебель, российские потребители предпочитают делать это самостоятельно.

Спрос на интерьерные товары в значительной степени зависит от доходов населения. По итогам второго квартала 2022 года на долю 10% самых обеспеченных россиян приходилось 30% денежных доходов населения (всего эти доходы во втором квартале составили 19,4 трлн руб.). Это следует из оперативной оценки доходов по 10-процентным (децильным) группам, опубликованной Росстатом. На 10% беднейших граждан приходилось только 2% общих доходов.

На рисунке 1 представлена доля общего объема денежных доходов, которую получает каждая группа: от 10% населения с наименьшими доходами до 10% с наибольшими доходами. Показатель учитывает текущие изменения в объемах социальных выплат и доходов работников от трудовой деятельности. Данные представлены за II квартал 2022 года в процентах.

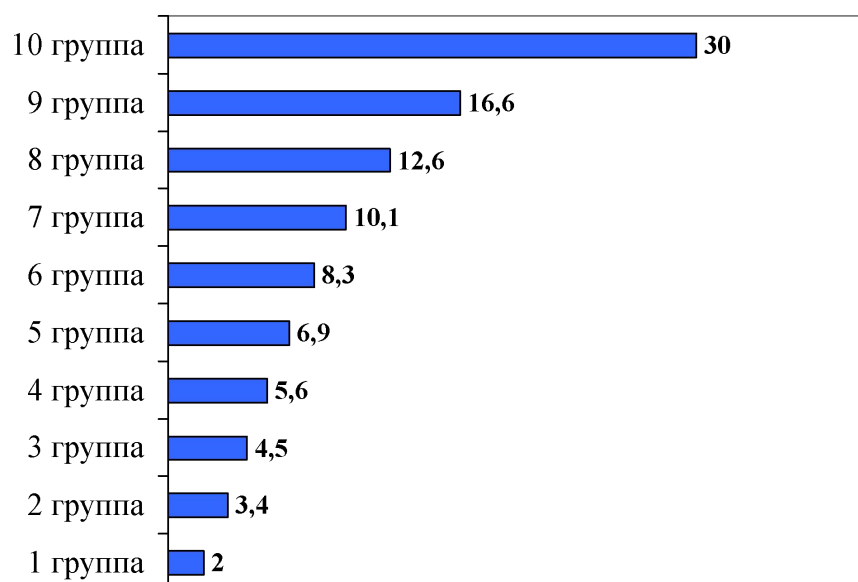


Рисунок 1 – Доля общего объема денежных доходов.

Согласно данным за апрель—июнь 2022 года, средний доход наиболее обеспеченных россиян достигал 132,92 тыс. руб. Это в 15 раз выше, чем средний доход в беднейшей 10-процентной группе, который составил только 8,86 тыс. руб. и оказался почти на 40% ниже прожиточного минимума, находящегося с 1 июня 2022 года на уровне 13,9 тыс. руб. При этом средние доходы в каждой из первых шести децильных групп не достигли среднедушевого дохода в целом по России (44,37 тыс. руб.).

Из информации Росстата следует, что обеспеченные потребители относительно более сильно пострадали от кризисных явлений, чем необеспеченные. Так, если средние доходы богатейшей 10-процентной группы во втором квартале снизились на 2,1% в реальном выражении, то по мере снижения благосостояния негативный эффект в процентном отношении сокращался. Беднейшая категория населения потеряла только 0,1% доходов.

Таким образом, изделия из эпоксидной смолы могут увеличить спрос на данные товары за счет своих уникальных свойств, экономичности и дешевизны. В России есть заводы по производству эпоксидных смол, что может обеспечить импортозамещение зарубежного сырья.

Следовательно, изделия из эпоксидной смолы являются новым направлением развития рынка интерьера в России. Данный материал дает

возможность для осуществления политики импортозамещения в нынешней ситуации в стране и является вдохновением на создание новых стартап – проектов с применением этого материала.

Проект «V.Ехро» - это проект по производству уникальных интерьерных изделий из эпоксидной смолы, таких как:

- Декоративные панно и картины;
- LED – лампы.

За счет таких свойств эпоксидной смолы, как высокая прочность, эластичность и устойчивость к влаге, изделия из данного материала являются практичными и удобными для использования в быту.

Актуальность данного проекта заключается в том, что каждый человек рано или поздно сталкивается с ремонтом и обустройством своего места жительства. Изделия, производимые в рамках стартап-проекта «V.Ехро» помогают визуально улучшить обустройство помещения за счет уникальности и свойств материалов, из которых они производятся.

Инновационность проекта состоит в материале, из которого производятся изделия – декоративная эпоксидная смола. В основном данный материал применяется в строительстве, машиностроении, кораблестроении и даже в космической отрасли. Однако декоративная смола безопасна в использовании и не несет никакого вреда, ее свойства помогают производить изделия удобными, практичными и очень прочными.

Также инновационность проекта «V.Ехро» по Й. Шумпетеру заключается в возможности нового применения известного материала. В основном изделия из эпоксидки воспринимаются как мелкая бижутерия, но стартап проект «V.Ехро» предлагает не просто предметы интерьера, а дизайнерские решения при обустройстве или модернизации помещений.

Продукция стартап-проекта «V.Ехро» дарит эстетическое удовольствие, красивый визуал в интерьере и чувство самоудовлетворения за счет эксклюзивности товаров.

SWOT – анализ — метод стратегического планирования для оценки внутренних и внешних факторов, которые влияют на развитие компании. SWOT – анализ нужен, чтобы оценить сильные и слабые стороны компании и определить перспективы развития и угрозы извне.

Strengths (сильные стороны). Внутренняя характеристика компании. Факторы, которые обеспечивают устойчивое положение и конкурентные преимущества на рынке. Переменные, за счет которых увеличивается товарооборот, то, что будете улучшать, укреплять, усиливать.

Weaknesses (слабые стороны). Внутренняя характеристика компании. Слабые места компании. То, на что стоит обратить внимание и устранить или модифицировать. Моменты, которые могут привести к снижению объема продаж и потере конкурентоспособности.

Opportunities (возможности). Внешний фактор. Возможности – это события на рынке, в государстве, на которые компания не имеет прямого влияния, но они они могут как-то положительно сказаться на ее развитии.

Threats (угрозы). Внешний фактор. Неблагоприятное развитие событий во вне, на которые компания повлиять не может, которые могут привести к проблемам для бизнеса.

Сильные стороны (S): ручная работа изделий – всегда эксклюзив, клиентоориентированный подход, импортозамещение материалов, красивый визуал изделий, каждый товар уникальный, широкий ассортимент за счет уникальности и ручной работы, средние цены на изделия.

Слабые стороны (W): до конца не проработан маркетинг; возможность некачественных материалов; высокие цены логистики.

Возможности (O): в некоторых регионах «Мой бизнес» дает скидку 20-30% на цену разработки сайта; после регистрации как самозанятый государство дает 10 000р на уплату налогов; низкие налоговые ставки для самозанятых на НПД , 4% на платежи от физических лиц, 6% на платежи от юридических лиц; налоговый бонус для самозанятых, так как есть 10 000р, то налог платят 3% с физических лиц и 4% с юридических лиц, такие ставки

действуют, пока не закончатся 10 000р; субсидии для открытия бизнеса; возможностью также является низкая плотность рынка в Саратове.

Угрозы (Т): падение спроса на интерьерные изделия из-за внешней политики страны, снижение доходов населения страны, нестабильный курс валюты – изменение цен, ограничение поставок импортных материалов.

Таблица 1 – матрица SWOT – анализа стартап-проект «V.Ехро».

	Возможности (О)	Угрозы (Т)
Сильные стороны (S)	Субсидии и налоговые льготы дают возможность минимизировать первоначальные вложения; эксклюзивность, красивый визуал и ассортимент дают возможность занять большую долю рынка, так как в Саратове рынок интерьерных изделий из эпоксидки имеет низкую плотность.	Минимизировать риски спроса и изменения цен можно с помощью стабильного среднего уровня цен на интерьерные изделия. Также импортозамещение тоже снижает риски.
Слабые стороны (W)	Из – за непроработанного маркетинга есть риск, что о продукции никто не узнает. Возможность, которую дает государство – скидка 20-30% на цену разработки сайта, играет на руку. Экономия на создании сайта – больше вложений в рекламу.	Непроработанный маркетинг мешает стабилизировать спрос на интерьерные изделия. Снижение доходов населения приводит к снижению спроса, соответственно, сокращаются продажи.

Источник: составлено автором на основе материалов исследования.

В ходе анализа можно сказать, что стартап-проект «V.Ехро» имеет сильные конкурентные преимущества, которые дают возможность реализовать проект с минимальными рисками.

PEST-анализ — макроэкономическая модель исследования внешнего окружения предприятия. Методику используют, чтобы изучить потенциальный рынок при выводе нового продукта, для оценки основных тенденций, а также для выявления рисков и возможностей.

Аббревиатуру образуют четыре английских слова:

- P — Politics (политика).
- E — Economics (экономика).

- S — Socio-culture (социум-культура).
- T — Technology (технологии).

Перечисленные внешние факторы закономерно выбраны основополагающими признаками макросреды. Вместе они создают helicopter view — «взгляд орла», или всестороннюю оценку положения компании на рынке.

Политические факторы (P): тенденция сохранения санкций по отношению России; внутренняя политика направлена на развитие малого и среднего предпринимательства, налоговая политика предполагает облегчение административной нагрузки для налогоплательщиков; существуют субсидии и помощь для открытия бизнеса.

Экономические факторы (E): сохранится тенденция повышения уровня инфляции; с 2020 по 2022 гг. прослеживается снижение уровня ВВП в России, однако прогнозируется рост после 2023 года; отмечается негативная динамика доходов населения и снижение уровня безработицы.

Социальные факторы (S): в целом можно сказать, что в России средний уровень жизни населения; при анализе демографических показателей можно сказать, что смертность несколько превышает рождаемость в России, на данную ситуацию повлиял ковидный кризис и кризис в 2022 году. К наиболее приоритетным социальным потребностям населения в России относятся здоровье, стабильное финансовое положение, здоровое душевное состояние и отношения с семьей, друзьями. Социальная потребность в здоровом душевном состоянии может дать возможность для реализации данного проекта, так как ценностное предложение отчасти удовлетворяет эту потребность.

Технологические факторы (T): на рынке интерьера инновационной технологией является применение эпоксидной смолы в технологии производства изделий, данная технология не пользуется высокой популярностью.

Проанализировав внешние факторы, влияющие на рынок интерьерных изделий можно сделать вывод, что в целом на данном рынке есть множество возможностей для реализации проекта.

Заключение. В современном мире стартапы в России набирают огромную популярность, затрагивая различные отрасли бизнеса. В их основе лежит высоко рисковый инновационный характер. Развитие рынка стартапов служит основой трансформации российской экономики и повышения ее инновационного потенциала.

Российский рынок стартапов довольно широк, а сфера их реализации весьма разнообразна, начиная от высокотехнологичного производства и заканчивая небольшими интернет-проектами. Однако, как показывает практика, организовать стартап, владеть и управлять собственным бизнесом далеко не так просто, как кажется. Это довольно сложный и ответственный процесс, требующих немалых сил и профессиональных знаний. Несмотря на то, что рынок стартапов в России развивается более медленными темпами, нежели за рубежом, он все же не стоит на месте. Определяющую роль при этом играет выбор перспективных направлений инноваций, источников и способов их финансирования. Как показывает практика, реализовать стартап проект собственными силами, без привлечения внешнего финансирования или иной помощи, довольно проблематично, что вынуждает стартапы к поиску и привлечению институциональных и частных инвесторов. Не менее важное значение отводится предупреждению возможных ошибок при их планировании и организации.

Наблюдается также все больший интерес к новым областям, таким как мода, медицинские технологии, копитехнологии в области фитнеса, дизайне и многим другим. А с ускоренным внедрением цифровых инструментов и технологий, нет сомнений, что предприниматели будут использовать еще больше инноваций.

На сегодняшний день стартапы оказались перед выбором: продолжать работать на локальном рынке с небольшим запасом роста или срочно переключаться на глобальное развитие. Совместить оба пути большинству не по силам – не хватает ресурсов. Масштабироваться на международный рынок при сохранении российского бизнеса может крепко стоящая на ногах компания, вышедшая на самоокупаемость.

Кроме того, на выбор влияет степень амбициозности предпринимателей. Стратегия капитализации предусматривает выход из бизнеса за счет его продажи стратегическому инвестору при достижении определенных показателей. Оставаясь в России, предприниматель приковывает себя к локальному рынку: в дальнейшем могут возникнуть трудности с выводением средств и их использованием для запуска нового проекта на международной арене.

Многие предприниматели склоняются в пользу глобального рынка с продажей бизнеса в России. Большинство стартапов, как показали различные исследования, изначально ориентированы на международный рынок – это заложено в их стратегии развития. Наличие российского бизнеса может стать сдерживающим фактором при реализации этих планов и из-за отвлечения ресурсов от основной цели, и с точки зрения восприятия стартапа инвесторами и потребителями.

2022 год оказал сильное влияние на всю дизайн – индустрию: произошли изменения, в ходе которых пришлось менять решения и концепции в проектах, проявлять гибкость. Но благодаря всем сложностям появились возможности – освободились ниши для нового бизнеса, открылись свежие направления для развития, производства и дизайнеры имеют тенденцию к росту.

С учетом энергоносителей и мировой инфляции издержки коснутся дизайна в глобальном масштабе. Вероятно, ряд производств устремится из европейской части в азиатскую, но это тренд на перспективу в 5 – 10 лет. На

локальном же рынке будет смещение внимания в сторону бюджетных, отечественных решений в предметном дизайне.

В перспективе стартап – проект по производству интерьерных товаров на основе эпоксидной смолы будет расширяться – планируется открытие собственного магазина, увеличение персонала.

Так же, данный стартап – проект решает проблему импортозамещения отделочных материалов, что является одной из основных задач государственной стратегии импортозамещения.

В ходе данной работы была достигнута цель по разработке стартап проекта по созданию интерьерных изделий на основе эпоксидной смолы и решены следующие задачи:

- Изучена структура рынка интерьера в России;
 - Рассмотрены факторы формирования спроса на товары интерьера;
 - Изучены изделия из эпоксидной смолы как новое направление развития рынка интерьера;
 - Описана общая характеристика и инновационность проекта «V.Ехро»;
 - Проанализирован рынок интерьера и декорирования в России;
 - Составлены бизнес – модель и планы развития проекта «V.Ехро».
- Данный проект успешно прошел экспертную оценку.