

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**  
**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**  
**Ивановский филиал**  
**Кафедра Менеджмента, технологии бизнеса и гуманитарных дисциплин**

«Допустить к защите»

Заведующий кафедрой  
Менеджмента, технологии  
бизнеса и гуманитарных дисциплин  
к.т.н., доцент С.Н. Сперанский

\_\_\_\_\_  
(подпись)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 г.

## **Выпускная квалификационная работа в формате стартапа**

Направление 38.03.02 «Менеджмент»  
профиль «Менеджмент организации»

ТЕМА Разработка бизнес-проекта по производству авторских текстильных  
изделий на основе метода апсайклинга

Выполнил студент Ландышева Анна Евгеньевна

Группа 4 МО Д/О

Научный руководитель выпускной  
квалификационной работы  
Фомина Н.В., к.и.н., доцент

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Автор \_\_\_\_\_  
(подпись)

Иваново 2025

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Введение .....                                                        | 3  |
| 1. Методология разработки стартап-проекта.....                        | 7  |
| 1.1 Анализ рынка и обоснование актуальности выбора стартап-проекта .. | 7  |
| 1.2 Обоснование выбора методологии разработки стартап-проекта .....   | 12 |
| 2. Бизнес-модель стартап-проекта.....                                 | 15 |
| 2.1 Основная бизнес-идея стартап-проекта .....                        | 15 |
| 2.2 Описание продукта и технологии .....                              | 19 |
| 2.3 Маркетинговый анализ, стратегия и сбыт продукта .....             | 21 |
| 3. Бизнес-план стартап-проекта.....                                   | 31 |
| 3.2 Этапы реализации проекта. Производственный план.....              | 31 |
| 3.2 Организационный план.....                                         | 38 |
| 3.3 Финансовый план .....                                             | 42 |
| 3.4 Риски и гарантии .....                                            | 47 |
| Заключение .....                                                      | 52 |
| Список использованной литературы.....                                 | 56 |
| Приложение .....                                                      | 62 |

## ВВЕДЕНИЕ

Стартап-проект по производству авторских текстильных изделий на основе метода апсайклинга, разработанный на базе ООО «Ивановская текстильная компания», представляет собой пример инновационного подхода к решению актуальных проблем современной текстильной промышленности: перепроизводства, высокого уровня отходов и снижения интереса к локальным брендам. Целью проекта является создание нового направления бизнеса, основанного на принципах устойчивого производства, этического потребления и региональной самобытности, что делает его социально значимым, экономически обоснованным и культурно уместным.

Название проекта — «Циклично» — символизирует философию экономики замкнутого цикла и отражает ключевую идею: повышение ценности вторичного сырья за счёт дизайнерской интерпретации и функционального применения. Продуктовая линейка включает сумки-шопперы, косметички, пеналы, покрывала, органайзеры и декоративные наволочки, каждое из которых создаётся из обрезков тканей, образцов и некондиционной продукции, оставшейся после основного производства.

Реализация проекта основана на концепции апсайклинга — процесса повышения ценности вторичного сырья через художественную переработку. В отличие от традиционного рециклинга, при котором материал теряет качество, апсайклинг позволяет не только сохранить, но и увеличить эстетическую и функциональную ценность исходного продукта. Такой подход соответствует мировым трендам устойчивого развития, ответственного потребления и бережливого производства, что делает его особенно востребованным в условиях роста экологического осознания среди молодых городских жителей.

Проект ориентирован на решение следующих задач:

1. минимизация объёмов отходов текстильного производства;
2. развитие авторского направления в сфере устойчивого дизайна;

3. формирование новых рабочих мест и развитие креативного класса;
4. продвижение принципов устойчивого потребления и регионального брендинга.

Особенностью стартапа выступает его локальная основа: Ивановская область, как исторический центр текстильного производства России, предоставляет уникальную возможность для восстановления и модернизации традиций ремесленного подхода в рамках современных технологий. Бренд позиционируется как платформа возрождения авторского текстиля, сочетающего экологическую целесообразность с художественной ценностью.

Научная новизна проекта заключается в системном применении метода апсайклинга в российских условиях, где подобные практики находятся на начальном этапе внедрения. Проект предлагает оригинальную модель интеграции устойчивого производства в действующую корпоративную структуру предприятия, что снижает стартовые издержки и обеспечивает быстрый вывод продукта на рынок.

Уникальность реализуемого продукта выражена в следующих аспектах:

1. использование вторсырья, которое иначе было бы утилизировано;
2. индивидуальный дизайн каждого изделия, обусловленный комбинацией материалов;
3. высокая степень экологической прозрачности — каждый товар имеет свою историю, доступную потребителю;
4. функциональная универсальность — продукция охватывает несколько сфер применения: повседневные аксессуары, элементы домашнего интерьера, подарочные.

Эти особенности позволяют говорить о проекте как о социально-экологической инновации, где экономическая эффективность сочетается с этической составляющей.

Финансирование проекта осуществляется за счёт внутренних инвестиций предприятия, общая сумма инвестиций за два года функционирования проекта составит около 7 919 228 рублей, что связано с модернизацией оборудования, маркетингом и запуском первого цикла производства.

Финансовая модель проекта была разработана с использованием данных по инвестициям и денежным поступлениям за восемь кварталов (2 года). На основе этих данных был рассчитан чистый дисконтированный доход (NPV), который составил 7 377 885 рублей при ставке доходности 21%. Это свидетельствует о высокой экономической состоятельности проекта и его способности генерировать доход, превышающий минимально требуемую норму доходности.

Дисконтированный срок окупаемости (DPP) составил 4,403 года, что указывает на оперативную отдачу от инвестиций и устойчивость модели даже в условиях ограниченного временного горизонта.

Проект ориентирован на долгосрочный эффект, обладает высоким уровнем экономической эффективности, обоснованностью выбора кодов ОКВЭД, организационной структурой, а также устойчивой маркетинговой стратегией, что позволяет рассматривать его как модель успешной интеграции принципов устойчивого развития в традиционную промышленность.

Данная дипломная работа состоит из трёх глав, в которых раскрыты основные цели и задачи реализуемого проекта. В первой части выполнен комплекс работ, направленный на анализ рынка и обоснование актуальности выбора стартап-проекта. Для раскрытия данного вопроса в полной мере был проведён анализ рынка, на котором будет реализоваться продукт, а также технология производства, которая доказывает эффективность разработки, в сравнении с существующими аналогами. Во второй главе была проработана стратегия по выходу на рынок, описаны основные цели и задачи проекта. В

третьей части представлен план по реализации проекта, включая всевозможные затраты на это и ожидаемые доходы от реализации.

В заключении сделаны выводы о проделанной работе, подведены итоги проделанной работы и рассмотрены перспективы развития проекта по производству авторских текстильных изделий на основе метода апсайклинга.

Таким образом, стартап-проект «Циклично» представляет собой комплексное решение, объединяющее принципы устойчивого развития, креативной экономики и регионального предпринимательства. Он демонстрирует высокую степень научной новизны, практической применимости и социальной значимости, что делает его перспективным направлением развития ООО «Ивановская текстильная компания». Реализация проекта соответствует вызовам времени — формированию устойчивой, ответственной и культурно-ориентированной экономики, где ценность создается не только в материальном измерении, но и в смысловом.

# **1. МЕТОДОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

## **1.1 Анализ рынка и обоснование актуальности выбора стартап-проекта**

В настоящее время весь прогрессивный мир пытается решить, как решить проблемы с кризисом перепроизводства и экологией, возникшими не в последнюю очередь из-за модной индустрии, в свою очередь, апсайклинг становится одним из главных способов людей проявить свою осознанность, поддерживая начинания брендов, способных повлиять на экологическую ситуацию в регионе, стране. Апсайклинг, как метод рациональной работы, актуален не только на уровне разработки брендовых изделий. Элементы апсайклинга могут и должны быть использованы при разработке студенческих стартапов [17, с. 815].

Апсайклинг (upcycling) – это вторичное использование материалов и вещей с созданием для них нового функционала и увеличением их ценности [15, с. 88]. В связи с глобальным переходом от линейной модели производства к циклической, основанной на повторном использовании материалов, апсайклинг как один из ключевых инструментов переработки вторичного сырья приобретает всё большее значение.

Бизнес-проект по производству авторских текстильных изделий на основе метода апсайклинга обладает высокой актуальностью в условиях современных социально-экономических трансформаций, которые характеризуются ростом экологической осознанности потребителей, ужесточением требований к устойчивому развитию бизнеса и усиливающимся вниманием к вопросам циркулярной экономики.

Согласно данным Организации Объединённых Наций, текстильная промышленность ответственна за 10% мировых выбросов углекислого газа и около 20% объёма промышленных сточных вод, что делает её одной из самых экологически грязных отраслей. Одновременно с этим, ежегодно в мире свыше 92 миллионов тонн текстильных отходов направляются на

свалки или сжигаются. Таким образом, проблема эффективного управления текстильными отходами выходит на первый план, особенно для регионов с развитой текстильной промышленностью, таких как Ивановская область, которая является историческим центром текстильного производства России.

Ивановская область, известная как «город невест», имеет богатое текстильное наследие и развитую инфраструктуру в сфере производства тканей, шитья и отделки. Производство легкой промышленности в Ивановской области в 2024 году достигло 160,1 миллиарда рублей. Регион продолжает лидировать в России по выпуску определенных видов продукции: 95% российской медицинской марли, 80% хлопчатобумажных тканей, 78% постельного белья, 74% трикотажного полотна, 65% ворсовых тканей, 57% спецодежды и 31% нательного белья.

Текстильная промышленность составляет 40% от общего объема промышленного производства в регионе. По данным Федеральной налоговой службы, количество малых и средних предприятий в легкой промышленности Ивановской области увеличилось на 7% за год и достигло 3,9 тысячи, что составляет 9% от всех субъектов МСП в регионе.

Реализация проекта на базе ООО «Ивановская текстильная компания» позволяет не только задействовать существующий потенциал предприятия, но и способствовать его диверсификации и технологическому обновлению. При этом использование метода апсайклинга открывает возможности для создания уникального продукта, обладающего высокой добавленной стоимостью, что особенно важно в условиях конкуренции с массовым производством.

На сегодняшний день в Ивановской области практически отсутствуют коммерческие проекты, использующие методы апсайклинга в масштабах производства. Несмотря на наличие небольших мастерских и дизайнерских брендов, работающих с переработанным сырьем, они ограничены в объемах и доступе к промышленным мощностям. Таким образом, запуск полноценного производства на базе действующего предприятия, такого как

ООО «Ивановская текстильная компания», представляет собой инновационный шаг, который может стать пилотным опытом для региона.

Кроме того, апсайклинг в данном случае становится не только экологическим, но и социальным проектом, так как он может способствовать возрождению интереса к текстильному наследию области, развитию местного дизайнерского сообщества и формированию нового поколения потребителей, ориентированных на ценность истории, качества и устойчивости.

Основной проблемой, которую решает данный стартап-проект, является наличие значительного объёма неиспользуемых или недооценённых текстильных отходов, образующихся на этапах производства, хранения и распределения. Эти отходы могут быть преобразованы в качественные и востребованные товары через метод апсайклинга, который отличается от простой переработки тем, что повышает ценность исходного материала.

Для ООО «Ивановская текстильная компания» проблема заключается в необходимости дифференциации своей продукции на фоне высокой конкуренции и снижении себестоимости за счет использования вторичного сырья. Также стоит задача повышения экологической эффективности и формирования положительного имиджа компании как социально ответственного игрока.

По данным регионального министерства промышленности (2024 г.), ежегодно в Ивановской области образуется около 4-5 тысяч тонн текстильных отходов, включая:

1. Остатки тканей после раскроя;
2. Нереализованные партии готовой продукции;
3. Образцы, брак и некондиционные изделия;
4. Складские запасы ликвидируемых предприятий.

Большая часть этих отходов либо хранится на складах, либо отправляется на свалки или реализуется за рубеж. Большую часть текстильных отходов перерабатывает эко-кластер «Зелёная нить» в готовую

нетканую продукцию, было изготовлено примерно 1,5 тысяч тонн пряжи из восстановленного текстиля, из которой изготовлено 25 миллионов пар рабочих перчаток, однако при этом почти полностью отсутствует система апсайклинга внутри региона, которая подразумевает под собой не полную переработку материалов, а изготовление из существующих обрезков новых изделий.

На текущий момент в Ивановской области нет специализированных предприятий, занимающихся масштабным апсайклингом. Имеются лишь единичные частные инициативы: мастерские по шитью сумок и аксессуаров из старых вещей; дизайнерские студии, использующие остатки тканей; эко-магазины, реализующие небольшие партии переработанной продукции. Однако данные проекты ограничены в объемах, технологической базе и доступе к сырью, что делает невозможным их трансформацию в полноценное производство. Потенциальная целевая аудитория в Ивановской области включает:

1. Жителей областного центра (Иваново), особенно молодёжь и представителей креативных профессий;
2. Турпоток в связи с туристической привлекательностью региона (музей невест, исторические текстильные фабрики);
3. Онлайн-аудиторию, которая заинтересована в авторских экопродуктах;
4. Бренды и компании, желающие сотрудничать в формате B2B (например, корпоративные подарки).

Спрос на такие товары будет расти по мере увеличения осведомлённости населения о преимуществах апсайклинга и устойчивого потребления.

Для оценки уровня общественного интереса к теме апсайклинга в Ивановской области, был проведен анализ поисковых запросов с использованием инструмента Яндекс.Вордстат (за последние 30 дней) в таблице 1.

**Количество поисковых запросов по теме «Апсайклинг» за последние 30 дней**

| <b>Формулировка запроса</b> | <b>Число запросов в Ивановской области</b> | <b>Число запросов по всей России</b> |
|-----------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------|
| Апсайклинг                  | 25                                         | 4 574                                |
| Джинсовый апсайклинг        | 12                                         | 68                                   |
| Апсайклинг бренды           | 3                                          | 44                                   |
| Апсайклинг одежды           | 3                                          | 427                                  |
| Апсайклинг одежды бренды    | 2                                          | 5                                    |
| Апсайклинг джинсовой одежды | 1                                          | 35                                   |
| Апсайклинг сумки            | 1                                          | 25                                   |
| Апсайклинг фото             | 1                                          | 31                                   |
| Вещи апсайклинг             | 1                                          | 248                                  |
| Стиль апсайклинг            | 1                                          | 26                                   |
| <b>ИТОГО:</b>               | <b>50</b>                                  | <b>5 483</b>                         |

Таким образом, по России наблюдается устойчивый интерес к теме апсайклинга в рамках практического применения и обучения. По Ивановской области частота запросов ниже, однако наличие подобных запросов свидетельствует о наличии первоначального интереса со стороны населения. Стоит отметить отсутствие запросов «магазины апсайклинга в Иваново» или «курсы по апсайклингу в Ивановской области», что свидетельствует об отсутствии развитой инфраструктуры и информационной поддержки в регионе.

Разработка бизнес-проекта по производству авторских текстильных изделий на основе метода апсайклинга на базе ООО «Ивановская текстильная компания» является актуальной и своевременной. Она направлена на решение важных экологических, экономических и социальных задач: снижение объёмов текстильных отходов, модернизацию производственных мощностей, создание уникального продукта и развитие устойчивого потребления в регионе. Реализация проекта позволит не только занять новую нишу на рынке, но и внести вклад в развитие зелёной экономики в Ивановской области и России в целом.

Отсутствие развитой инфраструктуры и коммерческих игроков в данной нише позволяет говорить о наличии свободной рыночной ниши, которую можно занять с помощью современного подхода к производству авторских текстильных изделий. Это не только позволит решить экологическую задачу по утилизации отходов, но и создаст новый сегмент экономики в регионе, сочетающий традиции, инновации и устойчивость.

## **1.2 Обоснование выбора методологии разработки стартап-проекта**

В современных условиях развития мировой экономики наблюдается устойчивая тенденция к переходу от линейной модели производства к более устойчивым, циклическим формам хозяйствования, в рамках которых ресурсы используются максимально эффективно, а отходы производства становятся сырьевой базой для новых продуктов. В этом контексте текстильная промышленность выступает одной из приоритетных сфер для внедрения принципов экономики замкнутого цикла и экологически ответственного дизайна. Рынок текстильных изделий, характеризующийся высокой динамичностью, насыщенностью предложения и возрастающим влиянием потребительских ценностей, всё чаще сталкивается с необходимостью не только модернизации производственных процессов, но и кардинального переосмысления подходов к проектированию продукции.

Сущность методологии заключается в том, чтобы обеспечить структурированный гибкий процесс создания продукта, позволяющий одновременно тестировать бизнес-гипотезы, адаптировать производственные процессы под изменяющиеся условия рынка и формировать устойчивую модель ценностного предложения. Это становится особенно важным на ранних этапах жизненного цикла проекта, когда ключевым приоритетом является не только разработка товара, но и поиск его места на рынке, установление потребительской ценности и построение экономически оправданной модели монетизации.

Определение методологии разработки стартап-проекта может быть сформулировано как совокупность регламентированных процедур и принципов, направленных на оптимизацию процессов создания, тестирования и вывода нового продукта или услуги на рынок. В настоящее время стартапом называют проект, который создаётся в целях получения прибыли от конкретной бизнес-идеи посредством её развития [18, с. 6].

В данном аспекте особое внимание уделяется связи методологии разработки проекта с процессами бизнес-планирования. Бизнес-план, как документ, отражающий стратегию развития предприятия, должен органично включать в себя описание используемой методологии, поскольку именно она определяет логику реализации задуманной бизнес-модели. Методология влияет на такие ключевые элементы бизнес-плана, как:

1. прогнозирование сроков выхода на рынок;
2. распределение ресурсов;
3. управление рисками;
4. формирование команды;
5. взаимодействие с заинтересованными сторонами;
6. сбор и анализ обратной связи;
7. корректировка стратегических целей.

Таким образом, методология является не просто инструментом операционного характера, но стратегическим элементом, оказывающим прямое влияние на экономическую обоснованность и конкурентоспособность проекта в целом. Она обеспечивает соответствие между теоретической моделью, изложенной в бизнес-плане, и практической реализацией проекта в условиях реального рынка.

Ключевым моментом подготовительной стадии бизнес-планирования является формирование перспективной бизнес-идеи. Бизнес-идея – это идея нового продукта или услуги, технического, организационного или экономического решения. После утверждения перспективной бизнес-идеи необходимо приступить к разработке бизнес-проекта и принять решения о

подготовке бизнес-плана [10, с. 13]. Этап реализации бизнес-плана охватывает период от принятия решения об инвестировании до начальной стадии практической реализации проекта, включая коммерческое производство.

Стартап-проект ООО «Ивановская текстильная компания», ориентированный на выпуск авторских текстильных из обрезков, брака и образцов представляет собой комплексное решение, объединяющее вопросы устойчивости, дизайнерской оригинальности и экономической целесообразности. При этом ключевым условием его успеха становится применение соответствующей методологии управления, способной обеспечить адаптивность, минимизацию рисков и оперативность принятия решений в условиях высокой неопределённости внешней среды и ограниченности внутренних ресурсов.

Таким образом, обоснование выбора методологии разработки стартап-проекта в сфере производства авторских текстильных изделий на основе апсайклинга представляет собой важный элемент стратегического управления инновационной деятельностью. Учитывая высокую степень неопределённости, характерную для начальных этапов реализации стартапа, а также необходимость гибкого реагирования на изменяющиеся рыночные условия, потребительские предпочтения и технологические вызовы, традиционные линейные подходы к управлению проектами оказываются недостаточно эффективными.

Кроме того, выбранная методология дополняет процесс бизнес-планирования, обеспечивая согласованность между теоретической моделью, изложенной в бизнес-плане, и практической реализацией проекта. Это повышает экономическую обоснованность и устойчивость стартапа, способствуя его постепенному переходу от идеи к масштабируемому и коммерчески успешному предприятию.

## **2. БИЗНЕС-МОДЕЛЬ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

### **2.1 Основная бизнес-идея стартап-проекта**

Текстильная промышленность Ивановской области, которая традиционно является одной из ключевых отраслей региональной экономики, сталкивается с необходимостью модернизации как в техническом, так и в философском планах. В условиях ускоренного развития глобализации рынков, постоянного обновления потребительских предпочтений и роста экологической осведомлённости всё острее становится вопрос о переходе к более устойчивым моделям производства.

Одним из перспективных направлений, способных не только снизить негативное воздействие на окружающую среду, но и открыть новые возможности для бизнеса, является внедрение метода апсайклинга – преобразование отходов текстильного производства в авторские изделия.

Современная мода отличается высокой скоростью изменения трендов, что приводит к массовому производству новых коллекций одежды и аксессуаров, часто без должного учёта их жизненного цикла и экологических последствий.

Индустрия быстрой моды характеризуется короткими сроками реализации продукции, низкой стоимостью материалов и высокой оборачиваемостью товаров, что влечёт за собой значительные объёмы отходов, образующихся как на этапе производства, так и после окончания срока службы изделий. В частности, ежегодно миллионы метров тканей, включая брак, обрезки и образцы, остаются вне производственного цикла, становясь частью экологической проблемы, связанной с загрязнением окружающей среды и неэффективным использованием ресурсов. Стартап-проект нацелен на решение проблемы уменьшения количества неэффективно использованных ресурсов в текстильном производстве с помощью

применения методов апсайклинга в создании авторских текстильных изделий [9, с. 12].

В этих условиях особую актуальность приобретают принципы экономики замкнутого цикла и концепции устойчивого развития, которые подразумевают максимальное использование имеющихся ресурсов и минимизацию отходов. Апсайклинг выступает одним из наиболее эффективных инструментов реализации данных принципов текстильной промышленности. Апсайклинг позволяет перерабатывать остаточные материалы, например, обрезки тканей, дефектные партии, невостребованные образцы изделий, в функциональные и эстетически ценные изделия – такие как сумки, косметички, пеналы, органайзеры, покрывала, декоративные наволочки и другие предметы бытового и интерьерного назначения. Таким образом, апсайклинг не только снижает объёмы текстильных отходов, но и создаёт добавленную стоимость, обеспечивая экономическую целесообразность и социальную значимость проекта.

Важное значение имеет формирование нового образца потребления, который связан с ростом интереса к осознанному подходу к покупкам, этичному производству и экологически ответственным брендам. Современные потребители, в частности молодёжь и представители поколения Z (люди, рождённые в период с 1995 по 2010-е годы), всё чаще выбирают продукцию, соответствующую принципам «зелёного» потребления. Это выражается в предпочтении локальных производителей, использовании вторсырья, отказе от чрезмерного потребления и стремлении к покупке уникальных, ограниченных по тиражу товаров [7, с. 141]. Такие тенденции находят своё отражение в развитии направления эко-мода, которое постепенно становится не просто нишевым сегментом, а полноценным трендом мировой индустрии.

Таким образом, развитие апсайклинга в текстильном производстве Ивановской области представляет собой многоаспектное явление, объединяющее экологическую ответственность, дизайнерскую

оригинальности и экономическую перспективность. Его внедрение позволяет не только снизить антропогенную нагрузку на окружающую среду, но и удовлетворить растущий спрос на экологически чистые и социально значимые товары, сформировать устойчивый спрос среди новой потребительской аудитории и создать основу для долгосрочного развития региональной текстильной отрасли в рамках принципов циркулярной экономики и устойчивого бизнеса.

Бизнес-идея данного стартап-проекта заключается в создании устойчивого и социально-ответственного направления в текстильной промышленности посредством реализации авторского подхода к переработке производственных отходов, таких как обрезки ткани, образцы и некондиционная продукция, с целью выпуска уникальных текстильных изделий потребительского назначения. Проект ориентирован на разработку и масштабируемое производство экологического текстильного продукта, что соответствует современным трендам экономики замкнутого цикла и принципам бережливого производства.

Сущность идеи основывается на концепции апсайклинга – повышение ценности вторичного сырья за счёт его творческой переработки в товары с добавленной эстетической и функциональной ценностью. В рамках проекта предполагается использование потенциала имеющихся производственных мощностей ООО «Ивановская текстильная компания», расположенная на территории Ивановской области – исторически сложившегося текстильного региона с богатыми традициями в области производства и дизайна текстильной продукции. Это создаёт благоприятные условия для интеграции нового направления в существующую производственную и логистическую цепочку предприятия.

Реализация стартап-проекта направлена на решение ряда актуальных экономических, экологических и социальных проблем, представленные на рисунке 1.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Экологическая сфера</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Накопление текстильных отходов на производственных площадках;</li> <li>• Отсутствие систем вторичной переработки и экономически целесообразного использования обрезков, брака и образцов тканей;</li> <li>• Внедрение практики апсайклинга с целью создания новых товаров из вторсырья;</li> <li>• Снижение объёмов отходов, уменьшение нагрузки на окружающую среду, повышение экологической ответственности предприятия.</li> </ul>                                           | <p><b>Экономическая сфера</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Высокая стоимость хранения и утилизации производственных отходов;</li> <li>• Неэффективное использование ресурсов, отсутствие дополнительных источников дохода;</li> <li>• Переработка отходов в товары массового спроса (сумки, косметички, покрывала, декоративные изделия);</li> <li>• Снижение операционных расходов, увеличение выручки за счёт нового направления бизнеса.</li> </ul>                                                      |
| <p><b>Рыночная сфера</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Дефицит уникальных, экологичных текстильных изделий на рынке;</li> <li>• Потребители всё чаще выбирают продукты, сочетающие экологичность, оригинальность и социальную значимость;</li> <li>• Разработка авторской линейки продукции с акцентом на дизайн, экологическую ценность и ограниченный выпуск;</li> <li>• Удовлетворение потребностей целевой аудитории, формирование лояльной клиентской базы, выход на новые сегменты рынка.</li> </ul>                                  | <p><b>Технологическая сфера</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Недостаточная осведомлённость о возможностях апсайклинга и его применении в текстильном производстве;</li> <li>• Отсутствие опыта и технологических решений для переработки вторичного сырья в качественные товары;</li> <li>• Обучение сотрудников, внедрение гибких производственных процессов, создание пилотных образцов;</li> <li>• Формирование компетенций внутри компании, развитие инновационного потенциала производства.</li> </ul> |
| <p><b>Социально-экономическая сфера</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Снижение интереса к традиционному текстильному производству в регионе;</li> <li>• Молодёжь не видит будущего в текстильной отрасли, снижается уровень занятости и инвестиционная привлекательность;</li> <li>• Создание современного, социально значимого и экологического направления деятельности;</li> <li>• Возрождение интереса к текстильному производству, привлечение молодых специалистов, повышение социальной значимости регионального бизнеса.</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

***Рис. 1. Актуальные проблемы современности***

Ключевым конкурентным преимуществом проекта является уникальное сочетание экологической устойчивости, художественной оригинальности и высокой практической функциональности выпускаемых изделий. В отличие от традиционных производств, работающих с первичным сырьём, данный стартап использует уже готовые материалы, которые иначе

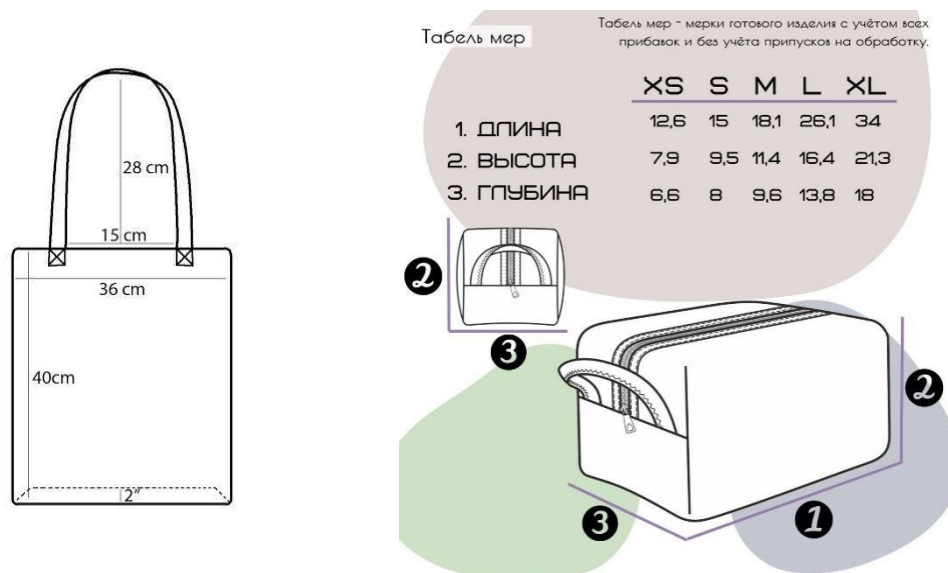
были бы утилизированы, что позволяет снизить затраты на сырьё и одновременно уменьшить углеродный след продукции.

Ещё одним важным преимуществом является локализация производства. Размещение проекта на базе действующего предприятия в Ивановской области обеспечивает наличие квалифицированных кадров, инфраструктуры и опыта, что значительно снижает стартовые издержки и ускоряет вывод продукта на рынок. Кроме того, использование регионального контекста в брендинге усиливает эмоциональную связь с целевой аудиторией и формирует лояльность среди потребителей, ценящих локальные и этнические особенности.

Таким образом, проект сочетает в себе экономическую эффективность, экологическую значимость и социальную миссию, обеспечивая конкурентоспособность и долгосрочную перспективу развития в условиях растущего интереса к устойчивому потреблению и ответственному производству.

## **2.2 Описание продукта и технологии**

Продуктовая составляющая стартап-проекта представляет собой линейку авторских текстильных изделий, созданных посредством метода апсайклинга — процесса вторичной переработки с добавлением художественной ценности и функционального улучшения. В рамках проекта разрабатываются и производятся потребительские товары широкого назначения, включая сумки-шопперы, косметички, пеналы, покрывала, органайзеры и декоративные наволочки, изготовленные из производственных отходов текстильной фабрики, преимущественно из обрезков ткани, образцов продукции и некондиционных материалов. Схема проектирования изделий рисунок 2.



**Рис. 2. Схемы проектирования сумки-шоппера и косметички**

Технологическая основа проекта заключается в интеграции принципов ресурсосберегающего производства и дизайнерского подхода к работе с уже существующими материалами.

Процесс создания продукции включает несколько ключевых этапов:

1. сортировка и классификация отходов по текстуре, цвету и плотности;
2. проектирование изделий с учётом эстетических и эксплуатационных характеристик исходного сырья;
3. конструирование и пошив с применением минимально энергоёмких технологий.

Особое внимание уделяется сохранению экологической чистоты продукта — при изготовлении не используются синтетические клеевые соединения, красители или химически активные вещества, что обеспечивает высокую степень соответствия требованиям устойчивого производства.

Каждое изделие характеризуется уникальностью, поскольку его внешний вид напрямую зависит от комбинации доступных материалов. Это позволяет говорить о выпускаемой продукции как о товарах с элементами штучного исполнения, сочетающих в себе художественную выразительность, экологическую целесообразность и практическую полезность. Дизайн изделий разрабатывается с привлечением профессиональных дизайнеров, что

гарантирует высокий уровень креативной оригинальности и культурной значимости продукта.

Внедрение технологии апсайклинга на базе ООО «Ивановская текстильная компания» предполагает модернизацию существующих производственных процессов с целью их адаптации под новые задачи переработки и минимизации отходов. Предприятие предоставляет необходимую материально-техническую базу, включающую оборудование для раскроя, шитья и контроля качества, что делает реализацию проекта экономически обоснованной и оперативно осуществимой.

Таким образом, представленный продукт является результатом синтеза современных требований к экологичности, творческой интерпретации вторичных ресурсов и уважения к традициям текстильного производства, присущего Ивановской области. Выпускаемые изделия не только удовлетворяют потребности современного потребителя в качественных, стильных и осмысленных товарах, но и способствуют формированию новой парадигмы ответственного производства в текстильной отрасли.

### **2.3 Маркетинговый анализ, стратегия и сбыт продукта**

В условиях растущего интереса к принципам ответственного потребления, экономики замкнутого цикла и этичного брендинга, проект ориентируется на формирование уникальной рыночной позиции, основанной на сочетании экологической значимости, дизайнерской оригинальности и региональной идентичности выпускаемой продукции [13, с.112].

Маркетинговая составляющая стартап-проекта по производству авторских текстильных изделий на основе метода апсайклинга основывается на комплексном подходе к исследованию современного потребительского поведения, особенностей целевых рынков и конкурентной среды в сфере устойчивого производства и экологичного потребления. Основными экономическими целями проекта являются:

1. обеспечение устойчивой прибыли за счёт реализации продукции с высокой добавленной стоимостью;
2. снижение себестоимости производства за счёт использования вторичного сырья;
3. диверсификация доходов предприятия через развитие новых рыночных ниш и каналов сбыта;
4. интеграция принципов экономики замкнутого цикла в производственную модель ООО «Ивановская текстильная компания».

Рекламная кампания стартап-проекта представляет собой многофазный процесс, который включает этапы пробуждение интереса, формирование доверия и активизацию покупательского поведения. Первый этап длится до 3 месяцев, основная цель этапа заключается в знакомстве целевой аудитории с концепцией бренда, его ценностями и философией. Достижение цели предполагается путём запуска сайта и социальных сетей с акцентом на технологический процесс, публикации аналитических материалов о проблемах текстильной индустрии и возможностях апсайклинга и презентации первых единиц продукции на сайте и в социальных сетях.

Цель второго этапа рекламной кампании – создать первые точки контакта с потребителем, сформировать положительное восприятие продукта. Выбранные методы достижения цели: организация первой коллекции и её презентация на локальном мероприятии, посвящённом текстильной промышленности региона; запуск продажи через онлайн-магазин; использование возможностей социальных сетей для демонстрации истории создания каждого изделия.

Третий этап рассчитан от 6 до 12 месяцев реализации, целью данного этапа является увеличение объёма продаж и укрепление лояльности клиентов. К методам достижения цели относятся: регулярный запуск коллекций, сезонное обновление, новые модели; инвестиции в таргетированную и контекстную рекламы; внедрение программы лояльности.

Заключительный этап рекламной кампании нацелен на укрепление позиций на рынке. Этому поспособствует возможность проведения мастер-классов по апсайклингу, постоянная работа над исследованием потребительского поведения и адаптация продукта под меняющиеся запросы рынка с возможностью расширения ассортимента.

Целевая аудитория проекта — это представители так называемого «осознанного потребления», ценящие индивидуальность, прозрачность производственных процессов и устойчивость продуктовой политики брендов.

Согласно социально-демографическому анализу возраст целевой аудитории составляет от 18 до 45 и более лет, преимущественно преобладает женский пол (примерно 68%), мужчин – 32%, уровень дохода потенциальных потребителей средний или выше среднего, регионы возможного проживания – крупные города России, а также непосредственно город Иваново и область. Согласно психологическим характеристикам потенциальными клиентами движут следующие факторы:

1. Эко-осознанность – ориентация на экологически устойчивый образ жизни;
2. Активное участие в культурной и общественной жизни, интерес к моде и дизайну;
3. Ценности, которые проявляются в сохранении окружающей среды, уникальности и этичном потреблении.

Исходя из поведенческого анализа, бизнес-проект направлен на потребителей, которые склонны к поддержке местных потребителей и брендов с историей. Предпочтения в каналах продаж – это онлайн-магазины, маркетплейсы, тематические ярмарки, социальные сети.

Коммуникационная стратегия строится вокруг цифровых каналов продвижения, таких как социальные сети, блоги, онлайн-маркетплейсы и специализированные площадки, ориентированные на экопотребление и креативный бизнес. При этом сохраняется акцент на офлайн-каналах

реализации: участие в тематических ярмарках, дизайн-выставках. Такая многоканальная стратегия позволяет охватить разные группы потребителей и обеспечить гибкий доступ к продукту.

Учитывая специфику выпускаемых товаров — экологичных, дизайнерски значимых и обладающих культурно-региональной идентичностью — проект требует интеграции разнообразных форм реализации, позволяющих охватить как онлайн-, так и офлайн-каналы потребления.

Форма сбыта определяется как гибридная, сочетающая прямые продажи через собственный цифровой ресурс с партнёрскими моделями дистрибьюторской сети [5, с.154]. Это позволяет не только расширить географию реализации, но и сохранить контроль над брендом, обеспечивая высокий уровень сервиса и соответствия ценностей бренда на всех этапах взаимодействия с потребителем.

Методы реализации строятся вокруг принципов прозрачного маркетинга, где ключевое значение имеет коммуникация с потребителем о происхождении материалов, процессе создания и уникальности каждого изделия. Особый акцент делается на эмоциональной вовлеченности покупателя, что достигается через сторителлинг, интерактивные элементы на сайте и образовательную функцию контента [11, с.174]. В рамках стартап-проекта также применяются методы ограниченного тиража и уникальности каждой позиции коллекций, способствующие формированию дефицита и повышению воспринимаемой ценности продукта.

Каналы сбыта представлены многоуровневой системой, включающей:

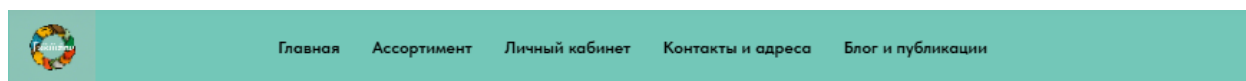
1. Онлайн-магазин, являющийся основным инструментом прямых продаж;
2. Специализированные торговые площадки, ориентированные на нишевые и экологичные бренды;
3. Офлайн-точки реализации, такие как концептуальные магазины, шоурумы, тематические ярмарки и выставки;

4. Сообщества и социальные сети, где товары позиционируются как носители культурных и этических смыслов, а не просто как предметы потребления.

Особую роль играет развитие локального рынка Ивановской области, основанного на региональной самобытности и историческом наследии текстильного производства. Это создаёт дополнительное конкурентное преимущество, усиливая связь бренда с местной культурой и поддержкой экономики региона.

Таким образом, выбранная форма сбыта, совмещённая с современными методами продвижения и многоканальной моделью реализации, обеспечивает не только эффективное продвижение продукции, но и формирование прочной связи между брендом и потребителем. Представленная система сбыта является адаптивной и масштабируемой, что позволяет ей развиваться вместе с проектом и расширяться в соответствии с ростом спроса и изменением рыночной конъюнктуры.

Сайт для продажи продукции, изготовленной по методу апсайклинга, должен быть не только интернет-магазином, но и платформой, передающей ценности бренда: экологичность, авторский подход, прозрачность производства и устойчивое потребление. Такой сайт становится инструментом формирования лояльного сообщества, повышения осведомлённости о проблемах текстильной индустрии и создания эмоциональной связи между брендом и потребителем. Сайт должен в себя включать следующие разделы: главная страница, ассортимент, личный кабинет, контакты и адреса, блог и публикации. На рисунке 3 представлен структура сайта.



**«Циклично» — бренд, который даёт вторую жизнь материалам, создавая авторские текстильные изделия, полные смысла и стиля.**

*Рис. 3. Структура сайта стартап-проекта*

Сайт для продажи апсайклинговой продукции — это не просто площадка для онлайн-продаж, а полноценная цифровая экосистема, объединяющая ценности бренда, историю создания продукта, взаимодействие с потребителем и развитие сообщества.

Поддерживающая рекламная кампания — это серия рекламных материалов и активностей, которые используются для поддержки или усиления эффекта основной рекламной кампании. Такие кампании направлены на поддержание уровня осведомлённости и лояльности существующих клиентов, укрепление имиджа бренда и поддержание его видимости на рынке.

Цель рекламной кампании — создаться узнаваемый бренд экологичного текстиля, увеличить спрос на авторские изделия из переработанных материалов и выйти на целевую аудиторию.

Каналы продвижения рекламной кампании: социальные сети — ВКонтакте, Telegram, Рутуб; контекстная реклама — Яндекс.Директ; продвижение на маркетплейсах; участие в выставках и ярмарках.

Контекстная реклама подразумевает под собой вид интернет-рекламы, в которой рекламное сообщение показывается пользователям в зависимости от тематики и локации веб-страницы, времени суток или другого контекста. Например, таргетинг по ключевым словам «экономичная одежда», «апсайклинг в моде», «переработанный текстиль», «текстильные изделия ручной работы», «апсайклинг в Иванове».

В условиях растущего интереса к принципам устойчивого потребления и экологической ответственности, эффективная маркетинговая стратегия становится ключевым фактором конкурентоспособности и коммерческой успешности нового направления деятельности ООО «Ивановская текстильная компания».

Для достижения данных целей предполагается заключение договора с профессиональным маркетинговым агентством — «EffectoPrCompany», специализирующимся на продвижении социально значимых и нишевых

брендов. Сотрудничество с данной организацией позволит обеспечить не только качественную разработку медиа-стратегии, но и её оперативную реализацию в цифровом пространстве, что особенно важно на начальном этапе формирования спроса и укрепления позиций бренда на рынке.

Рекламная кампания предусматривает два основных направления, ориентированных на повышение узнаваемости продукта и увеличение трафика на сайт проекта:

Первый этап включает в себя таргетированную рекламу в социальных сетях и продвижение сайта через Яндекс.Директ.

Таргетированная реклама в социальных сетях — стоимостью 25 000 рублей. Этот инструмент позволяет точно настраивать охват аудитории по интересам, возрасту, географическому положению и другим параметрам, что способствует концентрации внимания на социально активных, молодых и экологически осознанных потребителях.

Продвижение сайта через Яндекс.Директ — стоимостью 30 000 рублей. Данный метод направлен на увеличение посещаемости интернет-магазина и повышение вероятности конверсии за счёт показов в поисковой выдаче по ключевым запросам, связанным с устойчивым образом жизни, авторской одеждой и вторичным использованием материалов.

На следующем этапе реализации рекламной стратегии планируется продолжение сотрудничества с агентством, включающее:

1. дальнейшее развитие таргетированной рекламы — стоимостью 15 000 рублей;
2. поддержку и оптимизацию контекстной рекламы в Яндексе — стоимостью 20 000 рублей.

Эти меры обеспечивают непрерывность маркетинговых усилий, позволяя поддерживать интерес к бренду, корректировать стратегию в соответствии с аналитикой и удерживать высокий уровень вовлечённости целевой аудитории.

Выбор именно этих инструментов обусловлен их высокой эффективностью в условиях ограниченного бюджета стартап-проекта. Таргетированная реклама способствует формированию эмоциональной связи с потребителем и развитию сообщества вокруг бренда, тогда как контекстное продвижение обеспечивает прямой поток заинтересованных пользователей, готовых к совершению покупки или дальнейшему распространению информации о продукте [7, с. 54].

Заключение договора с агентством «EffectoPrCompany» представляет собой стратегически обоснованное решение, направленное на усиление рыночной позиции стартапа, увеличение объёмов продаж и формирование прочной связи между брендом и потребителем. Инвестиции в рекламную кампанию являются не только средством вывода продукции на рынок, но и важным элементом создания культурно-значимого и социально ответственного бренда, основанного на принципах устойчивого развития и региональной самобытности [12, с. 139].

Для всесторонней оценки внешней среды, в которой планируется функционирование проекта, проведём PEST-анализ в таблице 2, который позволит выявить ключевые политические, экономические, социальные и технологические факторы, влияющие на развитие направления апсайклинг в текстильной промышленности.

Таблица 2

**PEST-анализ бизнес-проекта по производству авторских изделий на основе метода апсайклинга и переработки ткани**

| <b>Политические факторы (Political)</b>                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>Экономические факторы (Economic)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Растущая поддержка государственной политики в сфере экологии и устойчивого развития. В России действует национальный проект «Экология», направленный на снижение антропогенного воздействия на окружающую среду.<br>2. Возможные изменения законодательства в части регулирования обращения с | 1. Рост стоимости сырья и энергоносителей делает актуальным поиск альтернативных источников материалов.<br>2. Потенциал получения дополнительного дохода за счёт реализации новой линейки продукции.<br>3. Снижение себестоимости за счёт использования вторичного сырья.<br>4. Возможность получения грантов и |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| отходами и обязательной сортировки.<br>3. Ужесточение нормативно-правовой базы в отношении экологических стандартов производства может повысить затраты, но стимулирует инновационные решения.                                                                                                                                                                                           | субсидий для проектов, соответствующим принципам устойчивого развития.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Социальные факторы (Social)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>Технологические факторы (Technological)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 1. Рост потребительского интереса к экологичным продуктам и этичному производству.<br>2. Увеличение числа покупателей, готовых платить за продукты с низким углеродным следом.<br>3. Повышение корпоративной социальной ответственности предприятия, что положительно скажется на имидже компании.<br>4. Развитие рынка нишевых товаров ручной работы и уникальных дизайнерских решений. | 1. Доступность современных технологий переработки и производства тканей из лоскутков.<br>2. Развитие цифровизации в текстильной отрасли позволяет автоматизировать процессы проектирования, раскроя и производства.<br>3. Наличие оборудования для переработки в новые виды тканей или полуфабрикатов.<br>4. Техническая возможность масштабирования проекта при наличии инвестиций и квалифицированных кадров. |

Для определения влияния внешних факторов на реализацию проекта был проведён PEST-анализ, который позволил выявить ключевые тенденции и риски в политической, экономической, социальной и технологической сферах.

Для всесторонней оценки внутренних возможностей и внешних угроз проведём SWOT-анализ в таблице 3.

Таблица 3

**SWOT-анализ бизнес-проекта по производству авторских изделий на основе метода апсайклинга и переработки ткани**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Сильные стороны (Strengths)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>Слабые стороны (Weaknesses)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 1. Наличие существующей производственной базы и опытного персонала.<br>2. Образования значительного объёма обрезков ткани, которые могут быть использованы в качестве сырья.<br>3. Высокий потенциал создания уникального продукта с добавленной стоимостью.<br>4. Соответствие концепциям устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности. | 1. Ограниченный опыт работы с апсайклингом и необходимость обучения персонала и набора дополнительного штата.<br>2. Необходимость закупки нового оборудования и адаптации производственных процессов.<br>3. Потенциальные сложности в стандартизации продукции из нестандартного сырья.<br>4. Зависимость от качества и количества исходного материала. |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5. Возможность дифференциации бренда через экологическую составляющую.                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Возможности (Opportunities)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Угрозы (Threats)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 1. Растущий спрос на экологичную продукцию.<br>2. Расширение клиентской базы за счёт новых категорий потребителей.<br>3. Партнёрские отношения с экологическими организациями и дизайнерами.<br>4. Получение сертификатов устойчивого производства.<br>5. Создание образовательных программ и мастер-классов как дополнительного направления бизнеса. | 1. Высокая конкуренция на рынке экологичных товаров.<br>2. Колебание цен на традиционное сырьё, способные сделать апсайклинг менее выгодным.<br>3. Политические и экономические изменения, влияющие на доступность финансирования.<br>4. Сложности с маркетингом и восприятием потребителями продукции из переработанных материалов. |

Данный SWOT-анализ позволил системно оценить внутренние возможности и ограничения компании, а также внешние угрозы и возможности, связанные с реализацией стартап-проекта. Анализ выявил сильные стороны предприятия, такие как наличие сырьевой базы, опытный персонал и развитая производственная инфраструктура, а также слабые стороны, включающие ограниченный опыт в сфере апсайклинга и необходимость модернизации оборудования. Внешние условия характеризуются ростом интереса к экопродукции, однако одновременно наблюдается увеличение конкуренции в данном сегменте рынка.

Таким образом, маркетинговая стратегия данного стартап-проекта направлена не только на эффективное продвижение и реализацию продукции, но и на формирование устойчивого потребительского поведения, развитие локального креативного сообщества и укрепление позиций Ивановской области как региона, способного предлагать инновационные решения в сфере устойчивого текстильного производства.

### **3. БИЗНЕС-ПЛАН СТАРТАП-ПРОЕКТА**

#### **3.1 Этапы реализации проекта. Производственный план**

Реализация стартап-проекта по производству авторских текстильных изделий на основе метода апсайклинга предполагает последовательное прохождение нескольких ключевых этапов, охватывающих от разработки концепции до выхода продукции на рынок и её устойчивого масштабирования. Данный процесс ориентирован на интеграцию принципов экономики замкнутого цикла в существующую производственную структуру ООО «Ивановская текстильная компания», с одновременным внедрением гибкой системы дизайнерского управления и логистической оптимизации.

Первый этап реализации проекта связан с подготовительной фазой, включающей анализ имеющихся производственных ресурсов, аудит потоков отходов и формирование стратегии их переработки. Осуществляется систематизация типов вторичного сырья — обрезков тканей, образцов и некондиционной продукции — с точки зрения их текстурных, цветовых и прочностных характеристик. На этой стадии закладывается основа для создания продуктовой матрицы, позволяющей эффективно планировать дизайн и ассортимент выпускаемых изделий.

Вторым этапом выступает конструкторско-технологическая разработка, в рамках которой создаются первые прототипы продукции. Дизайнер совместно с мастерами-производственниками разрабатывают модели сумок-шопперов, косметичек, пеналов, покрывал, органайзеров и декоративных наволочек, адаптированных под особенности используемого сырья. Особое внимание уделяется минимизации отходов при раскрое и обеспечению высокого качества швов, что особенно важно при работе с нестандартными комбинациями материалов.

Третий этап характеризуется настройкой и запуском опытного производства, в котором задействуются существующие мощности

предприятия. Внедряются специализированные рабочие места для сортировки, подготовки и пошива изделий. Одновременно разрабатывается система контроля качества, учитывающая специфику апсайклинговой продукции, где уникальность каждого изделия сочетается с необходимостью соблюдения стандартов долговечности и эстетической гармонии. На данном этапе осуществляется тестирование производственного процесса, корректировка технологии и определение оптимальной загрузки оборудования и персонала.

Четвёртый этап связан с масштабированием производства и выводом продукции на рынок. Устанавливаются регулярные циклы изготовления новых коллекций, вводится система учёта и хранения исходных материалов, создаётся база данных по использованию отходов. Реализуется гибкая модель управления заказами, позволяющая оперативно реагировать на изменения спроса и сезонные колебания.

Таким образом, производственный план проекта представляет собой многоэтапный процесс, объединяющий научно обоснованный подход к управлению ресурсами, креативную реализацию дизайнерских решений и практическое внедрение устойчивых технологий на действующем промышленном предприятии. Его реализация способствует не только снижению экологической нагрузки, но и созданию нового сегмента конкурентоспособной потребительской продукции, соответствующей современным требованиям социально ответственного бизнеса.

Проект планируется реализовать на базе ООО «Ивановская текстильная компания», он будет включать производство авторских текстильных изделий методом апсайклинга (Обрезки ткани, образцы изделий и бракованные изделия послужат сырьём для дальнейшего создания сумок, шопперов, декоративных наволочек, косметичек).

Рассмотрим в таблице 4 примерные затраты на реализацию бизнес-проекта по внедрению производства текстильных изделий применяя метод апсайклинг.

Таблица 4

**Первоначальные затраты на реализацию проекта**

| Наименование статьи затрат                                     | Описание                                                                                                            | Стоимость,руб.             |
|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| 1. Разработка бренда                                           | Логотип, этикетки, брендбук                                                                                         | 65 000                     |
| 2. Создание индивидуального сайта и интеграция на маркетплейсы | Настройка, создание материалов для размещения                                                                       | 79 000                     |
| 3. Разработка лекал и конструирование образцов                 | Оплачиваются услуги дизайнера (1 человек), конструктора (1 человек) образцов (до 45 единиц)                         | 150 000 (по 75 000 рублей) |
| 4. Пошив образцов                                              | Оплачивает работа швей до официального запуска проекта для пошива партии до 45 единиц продукции в качестве образцов | 140 000                    |
| 5. Закупка экоупаковки                                         | Мешочки для продукции с логотипом для продажи на маркетплейсах и через сайт                                         | 34 000                     |
| 6. Запуск первой рекламной кампании                            | Связь с блоггерами Ивановской области                                                                               | 75 000                     |
| ИТОГО:                                                         |                                                                                                                     | 543 000                    |

Таким образом, первоначальные инвестиции в реализацию проекта составят 543 000 рублей, не включая создания двух полноценных рабочих мест для швей.

Реализация стартап-проекта по производству авторских текстильных изделий на основе метода апсайклинга предполагает не только внедрение инновационной технологии переработки вторичного сырья, но и формирование специализированного производственного подразделения, ориентированного на высокую степень дизайнерской и технологической точности. В связи с этим особое значение приобретает выбор кадрового состава, от которого напрямую зависит качество выпускаемой продукции, конкурентоспособность бренда и устойчивость бизнес-модели в целом [20, с.53].

В рамках проекта планируется привлечение двух швей, обладающих опытом работы в сфере апсайклинга либо имеющих углублённые знания о

работе с различными типами тканей, что является ключевым фактором успешной реализации задач по созданию уникальных изделий из вторичного сырья. Для полноценного функционирования нового направления будут организованы два новых вакантных рабочих места, оснащённых необходимым оборудованием и расположенными в специально выделенной зоне производственного пространства ООО «Ивановская текстильная компания». Рассмотрим затраты на оснащение рабочих мест для швей в таблице 5.

Таблица 5

### Оснащение рабочего места швеи

| Наименование                      | Модель                                                                                         | Цена за единицу, руб. | Цена с учётом оснащения 2-х рабочих мест, руб. |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------|
| 1. Швейная машина                 | Juki TL-98P                                                                                    | 139 000               | 278 000                                        |
| 2. Оверлок                        | Juki MO-654 DEN                                                                                | 52 727                | 105 454                                        |
| 3. Рабочий стол для швеи          | Стол швейный "Технолог", 127,5x50x75 см                                                        | 5 692                 | 11 384                                         |
| 4. Гладильная система             | Polaris PSS 7510K                                                                              | 8 480                 | 16 960                                         |
| 5. Ножницы портновские (комплект) | Набор ножниц для шитья базовый, Hobby&Pro портновские 21см/портновские 16,5см/вышивальные 10см | 697                   | 1 394                                          |
| 6. Стул                           | Стул мастера GL-BR-003                                                                         | 3 513                 | 7 026                                          |
| ИТОГО:                            |                                                                                                |                       | 420 218                                        |

Таким образом, первоначальные затраты на запуск проекта составят 963 218 рублей, в них входят рекламная кампания, пробный запуск производства, оборудование рабочих мест и разработка бренда.

Реализация стартап-проекта по производству авторских текстильных изделий на основе метода апсайклинга предполагает не только единовременные стартовые инвестиции, связанные с организацией рабочих мест, закупкой оборудования и разработкой первых образцов продукции, но

и регулярные ежемесячные операционные расходы, без которых невозможно функционирование нового направления внутри ООО «Ивановская текстильная компания». Для наглядного представления структуры и объёма ежемесячных затрат представлена таблица 6.

Таблица 6

**Ежемесячные затраты на реализацию проекта**

| Наименование статьи затрат                                 | Описание                                                                                                                         | Стоимость, руб.                               |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 1. Заработная плата сотрудников                            | Необходимо нанять 2 швеи, которые будут специализироваться на данном виде деятельности                                           | 140 000 (по 70 000 на человека)               |
| 2. Доплата штатному сотруднику по продвижению и маркетингу | Сотрудник по работе с блоггерами, выставками, который является ответственным за всё направление бренда                           | 35 000                                        |
| 3. Ответственный сотрудник за бренд                        | Сотрудник, который занимается контролированием процесса деятельности и продажи, ведёт отчётность, несёт ответственность за бренд | 90 000                                        |
| 4. Техническое обслуживание оборудования                   | Сервис, замена деталей при необходимости                                                                                         | 20 000                                        |
| 5. Покупка материалов для работы                           | Скупка обрезков у швейных цехов города Иваново                                                                                   | 31 000 ( за 20 кг материала)                  |
| 6. Закупка фурнитуры для изделий                           | Молнии, клёпки и другое                                                                                                          | 35 000                                        |
| 7. Сотрудничество с дизайнерами города и области Иваново   | Заклучить договоры на разработку и конструирование коллекций с дизайнером и конструктором                                        | 75 000<br>дизайнеру<br>75 000<br>конструктору |
| 8. Поддерживающая рекламная кампания                       | Контекстная и таргетированная реклама, контент-маркетинг, участие в мероприятиях                                                 | 55 000                                        |
| ИТОГО:                                                     |                                                                                                                                  | 556 000                                       |

Таким образом, ежемесячно на поддержание функционирования данного бизнес-проекта необходимо будет потратить 556 000 рублей. Данные текущие затраты играют ключевую роль в поддержании производственного процесса, обеспечении качества выпускаемых изделий, продвижении бренда и выполнении всех административных функций. Их недооценка или отсутствие включенности в финансовую модель проекта может привести к

снижению рентабельности, ухудшению качества продукции, а вследствие к потере доверия со стороны потребителей.

В предпринимательстве есть термин «долина смерти», который обозначает наиболее уязвимый период жизненного цикла стартапа, а именно промежуток между завершением разработки продукта и началом его устойчивого коммерческого успеха [20, с.26]. В этот период проект может столкнуться с рядом существенных трудностей, связанных со спецификой ниши производства, ограниченностью рынка и высокими требованиями к интеграции экологических, экономических и дизайнерских компонентов в единую систему. К факторам, усиливающим риски «долины смерти» относятся [20, с.30]:

1. Высокая зависимость от экологического тренда, который может оказаться модным, но временным.
2. Ограниченность вторичного сырья определённого типа, что влияет на регулярность выпуска коллекций.
3. Сложности в формировании устойчивого спроса среди целевой аудитории, которая зачастую предпочитает доступные решения.
4. Недостаточная экспертиза в управлении брендом устойчивого направления, особенно если основное предприятие традиционно ориентировано на массовое производство.

«Долина смерти» является неизбежным этапом развития любого инновационного проекта, включая стартапы в сфере устойчивого текстильного производства. Для успешного преодоления этого периода необходимо заранее предусмотреть ключевые точки риска, активно взаимодействовать с целевой аудиторией и использовать современные подходы к управлению инновациями [20, с. 31].

Как было рассмотрено ранее, проект ориентирован на создание уникальных потребительских товаров, сочетающих в себе экологическую значимость, художественную ценность и практическую функциональность. В рамках производственного плана разработаны технологии переработки

вторичного сырья — обрезков тканей, образцов и некондиционной продукции — с минимальным уровнем дополнительных затрат и максимальной добавленной стоимостью. Такая модель позволяет значительно снизить себестоимость выпускаемых изделий, что создаёт основу для формирования гибкой и конкурентной ценовой политики.

Однако эффективность проекта напрямую зависит от того, насколько точно будет определён ассортиментный портрет продукции и каким образом будут учтены факторы спроса, восприятия бренда и рыночной конъюнктуры. Следует также учитывать, что каждое изделие, созданное из вторичного сырья, имеет индивидуальные характеристики, что влияет как на его внешний вид, так и на стоимость. Рассмотрим базовый ассортимент стартап-проекта в таблице 7.

Таблица 7

**Ассортимент авторских текстильных изделий стартап-проекта**

| <b>Наименование товара</b> | <b>Цена за единицу, руб.</b> |
|----------------------------|------------------------------|
| Сумка-шоппер               | 1 300                        |
| Косметичка                 | 600                          |
| Органайзер                 | 400                          |
| Пенал                      | 450                          |
| Декоративная наволочка     | 1 500                        |
| Покрывало                  | 3 900                        |

Таким образом, ассортимент продукции и ценовая политика стартап-проекта выстроены таким образом, чтобы обеспечить не только экономическую устойчивость бизнеса, но и формирование прочной связи с потребителем через ценности экологичности, уникальности и культурной самобытности. Это делает предлагаемые изделия не просто предметами потребления, но носителями смыслов, способствующими формированию нового типа ответственного потребительского поведения.

Реализуемый ассортимент включает в себя сумки-шопперы, косметички, органайзеры, пеналы, декоративные наволочки и покрывала. Данный ассортимент представляет собой совокупность товаров широкого назначения, охватывающих как повседневные аксессуары, так и элементы

домашнего интерьера. Это позволит сформировать многоуровневую стратегию сбыта, основанную на дифференциации продуктовых линеек, а также поспособствует адаптации к различным каналам реализации и использовании сезонных пиков спроса.

Для обеспечения устойчивости бизнеса и эффективного развития бренда на начальном этапе следует составить план продаж по ассортименту на 5 лет функционирования проекта, который представлен в таблице 8. В Приложении 4 представлен подробный план продаж по месяцам на каждую позицию ассортимента.

Таблица 8

### **План продаж авторских текстильных изделий**

|       | Сумка-шоппер, шт. | Косметичка, шт. | Органайзер, шт. | Пенал, шт. | Декоративная наволочка, шт. | Покрывало, шт. | Итого за период, шт. |
|-------|-------------------|-----------------|-----------------|------------|-----------------------------|----------------|----------------------|
| 1 год | 1 380             | 1 628           | 1 146           | 1 654      | 1 116                       | 891            | 7 815                |
| 2 год | 2 448             | 2 832           | 1 890           | 3 022      | 2 154                       | 1 812          | 14 158               |
| 3 год | 3 498             | 3 984           | 2 610           | 4 314      | 3 162                       | 2 676          | 20 244               |
| 4 год | 4 506             | 5 136           | 3 330           | 5 610      | 4 170                       | 3 540          | 26 292               |
| 5 год | 5 514             | 6 288           | 4 050           | 6 906      | 5 178                       | 4 404          | 32 340               |

Таким образом, предложенный план продаж не только обеспечивает экономическую эффективность проекта, но и способствует трансформации существующего бизнеса в сторону более социально и экологически ответственной модели. Он закладывает основу для долгосрочного развития устойчивого направления в текстильной промышленности Ивановской области, соответствующего современным требованиям к этичному производству и потреблению.

## **3.2 Организационный план**

Организационный план стартап-проекта представляет собой стратегически обоснованную модель построения управленческой и

производственной структуры проекта, направленной на обеспечение его устойчивого функционирования, эффективного управления ресурсами и реализации целей бизнеса [11, с. 51]. Для реализации стартап-проекта было выбрано действующее Общество с ограниченной ответственностью «Ивановская текстильная компания» с учётом организации дополнительного структурного подразделения и вакантных рабочих мест.

Для стартап-проекта по производству авторских текстильных изделий на основе метода апсайклинга, реализуемого на базе ООО «Ивановская текстильная компания», необходимо выбрать коды ОКВЭД, которые максимально точно отражают вид деятельности и соответствуют законодательным нормам. По мимо уже включённых кодов ОКВЭД: 13.92 - Производство готовых текстильных изделий, кроме одежды; 46.41 - Торговля оптовая текстильными изделиями, предлагается включить в перечень кодов: 38.11 - Сбор неопасных отходов; 47.91 - Торговля розничная по почте или по информационно-коммуникационной сети Интернет.

Таким образом, выбранные коды ОКВЭД формируют правовую основу, которая соответствует целям и задачам проекта, поддерживает его экономическую прозрачность и создаёт предпосылки для дальнейшего масштабирования бизнеса. Грамотное юридическое сопровождение, включая корректное описание видов деятельности в ЕГРЮЛ, играет ключевую роль в обеспечении устойчивости и законности нового направления ООО «Ивановская текстильная компания», ориентированного на принципы устойчивого развития и социальной ответственности.

Выбор соответствующих кодов ОКВЭД не только определяет юридическую принадлежность проекта к той или иной сфере деятельности, но и оказывает прямое влияние на режим налогообложения, в рамках которого будет осуществляться его функционирование. ООО «Ивановская текстильная компания» использует ставку налога на добавленную стоимость - 25%, которая является стандартной, её применяют все субъекты, когда у плательщиков нет оснований использовать другие варианты ставок НДС.

ООО «Ивановская текстильная компания» имеет три зарегистрированные торговые марки, предлагается назвать стартап-проект «Циклично», так как преимущества данного названия в простоте запоминания, современно и подчёркивает принцип экономики замкнутого цикла и экологичности.

В ООО «Ивановская текстильная компания» придерживаются линейно-функциональной организационной структуры управления, однако, так как стартап-проект реализуется внутри организации, то ответственный за бренд является линейным руководителем проекта, а затем обеспечивается горизонтальная организационная структура с функциональным распределением ролей. Организационная структура стартап-проекта представлена на рисунке 4.



**Рис. 4. Организационная структура стартап-проекта**

Горизонтальная (плоская) организационная структура представляет собой модель управления, при которой количество уровней иерархии минимально, а взаимодействие между участниками проекта строится на принципах равенства, открытой коммуникации и кросс-функционального сотрудничества [5, с. 41]. В условиях реализации инновационного стартап-

проекта, такого как производство авторских текстильных изделий на основе метода апсайклинга, данная форма организации управления выступает наиболее эффективным инструментом обеспечения оперативности, гибкости и высокого уровня вовлеченности персонала.

Одним из ключевых преимуществ горизонтальной структуры является ускорение процессов принятия решений, обусловленное отсутствием многоуровневой системы согласований и упрощёнными каналами коммуникации [5, с.42]. Это особенно важно на ранних этапах развития стартап-проекта, когда оперативная адаптация к изменяющимся условиям рынка и внутренним вызовам становится критически важной для выживания и устойчивого роста. Благодаря сокращению бюрократических барьеров участники проекта могут быстро реагировать на внешние сигналы, корректировать направление деятельности и своевременно внедрять необходимые изменения в продукт и маркетинговую стратегию.

Ещё одним значимым аспектом является повышение уровня ответственности и мотивации персонала. В рамках горизонтальной структуры каждый член команды несёт определённую функциональную нагрузку, но при этом сохраняет возможность влиять на общее видение и развитие проекта [5, с. 44]. Такая система способствует формированию культуры коллективной ответственности, где профессиональный вклад каждого участника напрямую связан с конечным результатом, что положительно сказывается на качестве выполняемых задач и уровне внутренней мотивации.

Кроме того, горизонтальная организация способствует развитию творческого потенциала и инновационного подхода. Открытость структуры позволяет каждому участнику вносить идеи, участвовать в обсуждении ключевых вопросов и предлагать решения, которые могут быть реализованы без необходимости прохождения многочисленных согласований [5, с.45]. Это создаёт благоприятные условия для формирования креативной среды, стимулирующей эксперименты и поиск новых путей реализации продукта.

Не менее важным преимуществом является высокая степень адаптивности к изменениям внешней среды, что делает такую структуру особенно актуальной для проектов, действующих в условиях высокой неопределённости и ограниченных ресурсов. Возможность быстрого перераспределения ролей, совмещения функций и оперативного перестроения под новые обстоятельства позволяет команде оставаться конкурентоспособной и функциональной даже при изменении условий реализации проекта.

Таким образом, горизонтальная организационная структура выступает оптимальной моделью управления для малых инновационных проектов, ориентированных на создание уникального продукта в условиях ограниченной численности персонала и необходимости максимальной гибкости. Её внедрение в рамках стартап-проекта по производству апсайклинговых текстильных изделий на базе ООО «Ивановская текстильная компания» обеспечивает не только эффективное распределение ресурсов и повышение продуктивности, но и формирование устойчивой корпоративной культуры, основанной на доверии, сотрудничестве и постоянном развитии.

### **3.3 Финансовый план**

Финансовый план разработан с учётом необходимости обеспечения экономической устойчивости, рентабельности и долгосрочной перспективы реализации нового направления деятельности ООО «Ивановская текстильная компания». Его формирование осуществляется в рамках интеграции инновационного производства в существующую корпоративную структуру предприятия, что позволяет минимизировать стартовые инвестиции и оптимизировать операционные издержки.

Таким образом, рассчитаем ожидаемый доход за первый год реализации проекта:

$1\,300 \times 1\,380 + 600 \times 1\,628 + 400 \times 1\,146 + 450 \times 1\,654 + 1\,500 \times 1\,116 + 3\,900 \times 891 = 9\,122\,400$  рублей.

Из расчётов следует, что при подобном спросе на продукцию, произведённую с помощью методов апсайклинга, ООО «Ивановская текстильная компания» получит дополнительную выручку в 9 122 400 рублей до налогообложения (НДС).

Проведём расчет общих затрат на реализацию проекта в течение 5 лет, с учётом индексации заработной платы сотрудников на 2,5% один раз в квартал, а также с ожидаемым увеличением стоимости расходных материалов на 4,5% один раз в полгода.

Для наглядности общих затрат составим таблицу 9.

Таблица 9

**Общие затраты на реализацию проекта за 5 лет функционирования проекта**

| Период, год | Первоначальные затраты, руб. | Заработная плата сотрудникам (2 швеи, 1 сотрудник по продвижению, 1 дизайнер, 1 конструктор, надбавка действующему маркетологу), руб. | Затраты на расходные материалы, рекламу, руб. | Итого, руб. |
|-------------|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------|
| 0           | 963 218                      | -                                                                                                                                     | -                                             | 963 218     |
| 1           | -                            | 5 212 964                                                                                                                             | 1 743 045                                     | 6 956 009   |
| 2           | -                            | 6 816 131                                                                                                                             | 1 903 444                                     | 8 719 575   |
| 3           | -                            | 7 745 714                                                                                                                             | 2 078 609                                     | 9 824 323   |
| 4           | -                            | 8 549 821                                                                                                                             | 2 269 892                                     | 10 819 713  |
| 5           | -                            | 9 447 402                                                                                                                             | 2 478 783                                     | 11 926 185  |

Таким образом, на первый год реализации проекта потребуется 6 956 000 рублей без учёта первоначальных затрат.

Проведём расчёт приблизительны прибыли до и после уплаты налогов.

Прибыль до налогообложения = Выручка - Затраты

Прибыль до налогообложения =  $9\,122\,400 - 6\,956\,009 = 2\,166\,391$  рублей

Налог на прибыль = Прибыль до налогообложения×0,25 (Ставка НДС 25%)

Налог на прибыль = 2 166 391×0,25 = 541 598 рублей

Чистая прибыль = Прибыль до налогообложения – Налог на прибыль

Чистая прибыль = 2 166 391 – 541 598 = 1 624 793 рублей

Таким образом, ожидаемая чистая прибыль проекта по производству и реализации текстильной продукции, произведённой при помощи метода апсайклинга, составит 1 624 793 рублей в год при сбыте 7 815 единиц продукции.

Оценим эффективность проекта в зависимости от прироста объёма продажи текстильной продукции в таблице 10.

Таблица 10

**Результаты внедрения проекта по производству текстильных изделий  
при помощи метода апсайклинга**

| Период, год | Инвестиции в реализацию проекта, руб. | Денежные поступления от реализации проекта (чистая прибыль после налогообложения), руб. |
|-------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 0           | 963 218                               | -                                                                                       |
| 1           | 6 956 009                             | 1 624 793                                                                               |
| 2           | 8 719 575                             | 6 431 794                                                                               |
| 3           | 9 824 323                             | 11 458 633                                                                              |
| 4           | 10 819 713                            | 16 527 890                                                                              |
| 5           | 11 926 185                            | 21 513 836                                                                              |
| ИТОГО:      | 48 245 805                            | 57 556 946                                                                              |

Таким образом, наглядно представлены инвестиции в реализацию проекта и ожидаемая дополнительная чистая прибыль для ООО «Ивановская текстильная компания» за 5 лет функционирования проекта, включая первоначальные инвестиции.

Проведём дисконтирование всех денежных потоков в таблице 11 по кварталам.

Таблица 11

**Дисконтированные денежные потоки**

| Период, | Коэффициент | Дисконтированные | Дисконтированные |
|---------|-------------|------------------|------------------|
|---------|-------------|------------------|------------------|

| год    | дисконтирования, при<br>ставке доходности 21% в<br>год | инвестиции в проект,<br>руб. | денежные потоки, руб. |
|--------|--------------------------------------------------------|------------------------------|-----------------------|
| 0      | 1,00                                                   | 963 218                      | -                     |
| 1      | 0,83                                                   | 5 748 768                    | 1 342 804             |
| 2      | 0,68                                                   | 5 955 587                    | 4 393 002             |
| 3      | 0,56                                                   | 5 545 574                    | 6 468 099             |
| 4      | 0,47                                                   | 5 047 476                    | 7 710 383             |
| 5      | 0,39                                                   | 4 598 061                    | 8 294 515             |
| ИТОГО: |                                                        | 27 858 684                   | 28 208 803            |

К методам оценки эффективности бизнес-проекта относится расчёт чистого дисконтированного дохода по формуле для случая, когда инвестиции вкладываются в ходе реализации проекта:

$$NPV = \sum_{t=1}^T \frac{Kt}{(1+i)^t} - \sum_{t=1}^T \frac{I}{(1+i)^t} \quad (1)$$

NPV – чистый дисконтированный доход;

Kt – денежные поступления от реализации проекта;

t – период реализации проекта;

I – инвестиции (затраты) в реализацию проекта;

i – ставка дисконтирования, %.

Проведём расчёт NPV.

$$NPV = 28\,208\,803 - 27\,858\,684 = 350\,119 \text{ (руб.)}$$

Поскольку, NPV>0 - проект стоит реализовать.

Рассчитаем индекс рентабельности инвестиций по формуле:

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^T \frac{Kt}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^T \frac{I}{(1+i)^t}} \quad (2)$$

PI – индекс рентабельности инвестиций;

Kt – денежные поступления от реализации проекта;

t – период реализации проекта;

I – инвестиции (затраты) в реализацию проекта;

$i$  – ставка дисконтирования, %.

$$PI = \frac{28\,208\,803}{27\,858\,684} = 1,013$$

Так как  $PI > 1$  – проект следует реализовать.

Для расчёта дисконтированного периода окупаемости составим таблицу 12.

Таблица 12

**Расчёт дисконтированного периода окупаемости**

| Период, год | Дисконтированные затраты на реализацию проекта, руб. | Дисконтированные денежные поступления от реализации проекта, руб. | Дисконтированные затраты на реализацию проекта нарастающим итогом, руб. | Нарастающий итог дисконтированные денежные поступления от реализации проекта нарастающим итогом, руб. |
|-------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 0           | 963 218                                              | -                                                                 | 963 218                                                                 |                                                                                                       |
| 1           | 5 748 768                                            | 1 342 804                                                         | 6 711 986                                                               | 1 342 804                                                                                             |
| 2           | 5 955 587                                            | 4 393 002                                                         | 12 667 573                                                              | 5 735 806                                                                                             |
| 3           | 5 545 574                                            | 6 468 099                                                         | 18 213 147                                                              | 12 203 905                                                                                            |
| 4           | 5 047 476                                            | 7 710 383                                                         | 23 260 623                                                              | 19 914 288                                                                                            |
| 5           | 4 598 061                                            | 8 294 515                                                         | 27 858 684                                                              | 28 208 803                                                                                            |

$$DPP = 4 + \frac{23\,260\,623 - 19\,914\,288}{28\,208\,803 - 19\,914\,288} = 4,403 \text{ года}$$

Таким образом, затраты на реализацию проекта разработке, пошиву и продаже окупятся примерно за 4,403 года или примерно 4 года и 5 месяцев функционирования проекта чистой прибылью.

Проведенный экономический анализ мероприятий по развитию предпринимательской деятельности в рамках бизнес-проекта по производству авторских изделий на основе метода апсайклинга показал их высокую эффективность и инвестиционную привлекательность для ООО «Ивановская текстильная компания».

Чистый дисконтированный доход за 5 лет функционирования проекта составит 350 119 рублей, что свидетельствует о том, что проект генерирует прибыль с учетом временной стоимости денег. Положительное значение NPV подтверждает целесообразность его реализации.

Индекс рентабельности равен 1,013, то есть на каждый рубль вложенных средств проект приносит дополнительно 13 копеек чистого дисконтированного дохода, что также указывает на умеренную рентабельность проекта.

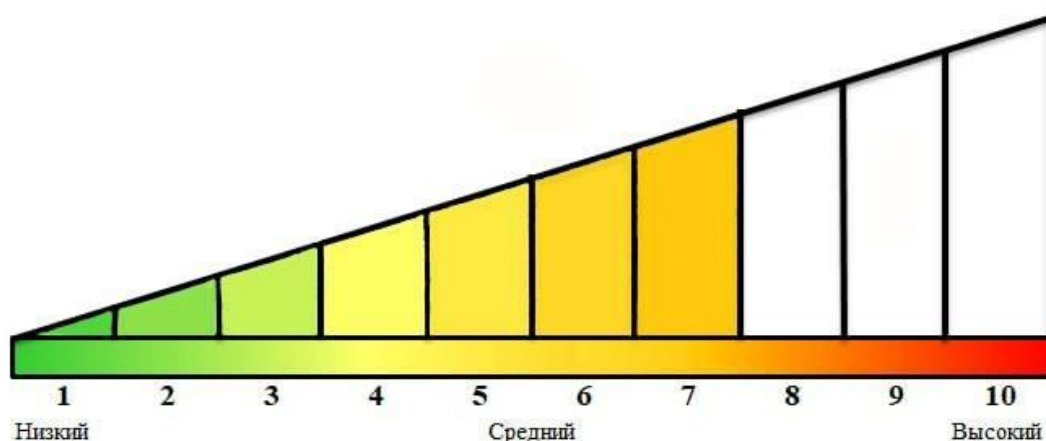
Дисконтированный период окупаемости (DPP) составляет 4,403 года или 4 года и 5 месяцев, что говорит о достаточно быстром возврате вложенных средств с учетом фактора времени и нового товара на рынке

Таким образом, реализация данного бизнес-проекта экономически обоснована и способна обеспечить устойчивую прибыль при относительно низких рисках. Полученные показатели подтверждают целесообразность выделения ресурсов на развитие предпринимательской деятельности в выбранном направлении.

### **3.4 Риски и гарантии**

Реализация стартап-проекта сопряжена с рядом потенциальных рисков, обусловленных как внешними рыночными факторами, так и внутренними производственными и организационными условиями. Оценка и систематизация этих рисков необходима для обеспечения устойчивости проекта и повышения его инвестиционной привлекательности.

Организационные риски связаны с неэффективным распределением функций внутри команды, слабым контролем за выполнением задач, отсутствием четкой системы управления проектом и недостаточной координацией между подразделениями.



***Рис. 5. Влияние организационных рисков на стартап-проект***

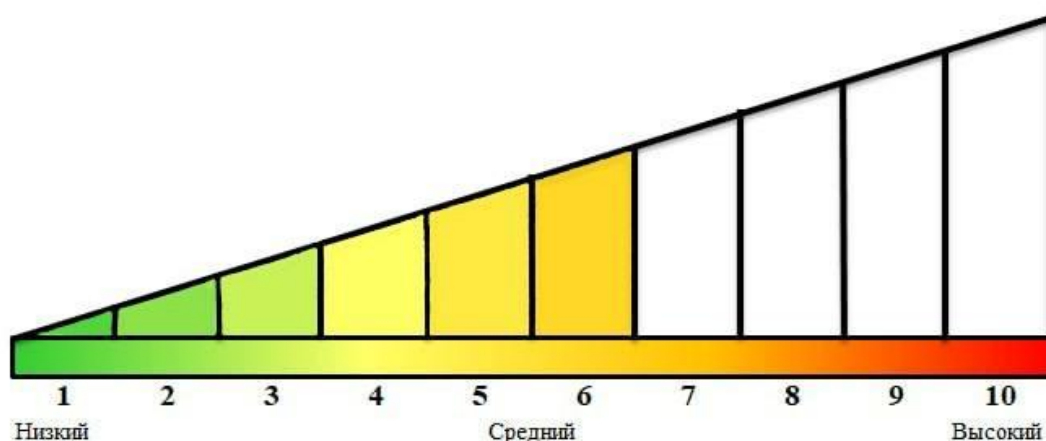
Возможные проявления:

1. задержки в запуске продукта;
2. дублирование функций;
3. ошибки в планировании производства;
4. несогласованность маркетинговой стратегии и реализации.

Из-за внутренних сбоев в управлении может произойти задержка запуска коллекции на один квартал, что в последствии приведёт к снижению денежного потока на 20% в первые два квартала реализации, следовательно, период окупаемости увеличится с 11 месяцев до 14 месяцев.

Краткосрочные организационные сбои могут привести к снижению NPV на 18%, увеличению DPP на 1,2 квартала и падению общей прибыли на 18,4%. Это свидетельствует о высокой чувствительности проекта к качеству управленческих решений и чёткости организационной структуры.

Кадровые риски включают текучесть персонала, недостаточную квалификацию сотрудников, низкий уровень мотивации, а также сложности с адаптацией действующих работников к новому направлению деятельности.



***Рис. 6. Влияние кадровых рисков на стартап-проект***

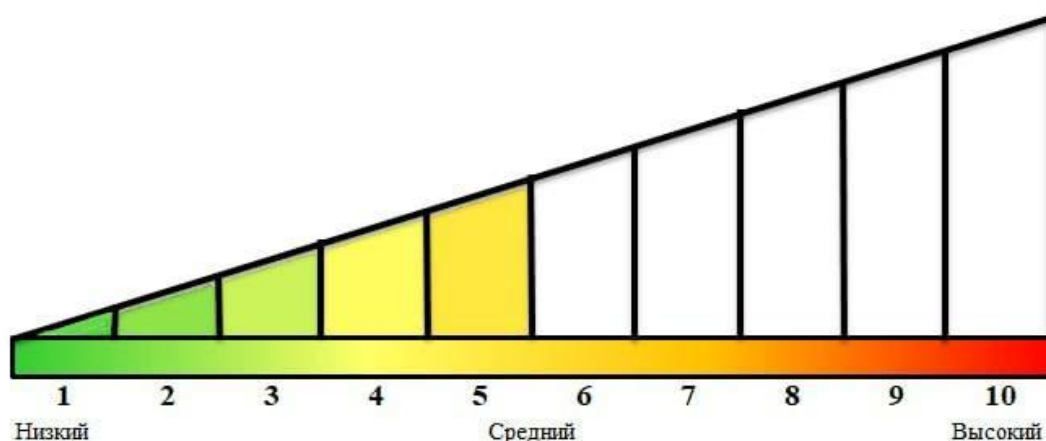
Возможные последствия:

1. увеличение затрат на обучение и найм новых специалистов;
2. снижение качества продукции;
3. замедление темпов производства;
4. потеря знаний внутри компании.

Из-за ухода одного из ключевых швей или дизайнеров проект сталкивается с необходимостью временного привлечения стороннего исполнителя с более высокой оплатой труда, что повышает операционные расходы на 10–15% в течение двух месяцев.

Следовательно, увеличение кадровых издержек на 5% приводит к снижению NPV на 15%, увеличению DPP на 0,4 квартала и уменьшению чистой прибыли на 6%. Для минимизации данного риска необходимо внедрять систему обучения, мотивации и развития персонала, а также формировать резервный кадровый пул.

К рискам непреодолимой силы относятся: стихийные бедствия, технологические сбои, законодательные изменения, пандемии, логистические кризисы и другие факторы, находящиеся вне контроля менеджмента проекта.



***Рис. 7. Влияние рисков непреодолимой силы на стартап-проект***

Из-за регионального энергетического кризиса предприятие вынуждено приостановить производство на один месяц, что приводит к следующим последствиям: снижение объёма выпуска на 10%; потеря заказов и клиентской базы на 7%; дополнительные издержки на восстановление процессов — 5%.

Внешние форс-мажорные обстоятельства могут снизить NPV на 13%, увеличить DPP на 0,3 квартала и уменьшить совокупную прибыль на 9,3%. Учитывая это, в проекте должны быть предусмотрены механизмы страхования, резервирования средств и гибкое планирование цепочек поставок.

Анализ влияния организационных, кадровых и внешних рисков на финансовые показатели стартап-проекта по производству апсайклинговых текстильных изделий демонстрирует их значимое воздействие на основные метрики эффективности:

1. чистый дисконтированный доход (NPV) может снизиться на 13–18%;
2. дисконтированный срок окупаемости (DPP) возрастает на 0,3–1,2 квартала;
3. чистая прибыль снижается на 6–18,4% в зависимости от типа риска.

Эти данные подтверждают необходимость формирования комплексной системы управления рисками, включающей развитие внутренней управленческой культуры; внедрение программ обучения и мотивации персонала; создание резервного фонда для экстренных ситуаций; использование гибких контрактов с поставщиками и партнёрами.

Гарантии успешной реализации проекта охватывают как внутренние управленческие механизмы, так и внешние условия, связанные с рыночной средой, законодательством и социальной значимостью. Важнейшей гарантией устойчивости проекта является его интеграция в уже сложившуюся производственную и управленческую структуру предприятия. Это позволяет минимизировать стартовые инвестиции за счёт использования существующих мощностей, логистических каналов и административного ресурса компании. Таким образом, проект не требует создания новой юридической или организационной единицы, что снижает степень бюрократических и финансовых барьеров и обеспечивает более быстрое начало коммерческой деятельности.

Еще одной ключевой гарантией выступает гибкая маркетинговая стратегия, ориентированная на развитие цифрового присутствия, формирование сообщества вокруг бренда и использование сторителлинга как инструмента эмоционального вовлечения потребителя. Благодаря постоянному анализу поведения целевой аудитории, активному взаимодействию с потребителем и применению современных технологий продвижения (таргетированная реклама, контекстное продвижение, партнёрские программы), обеспечивается устойчивый интерес к продукту и возможность прогнозируемого роста продаж.

Для снижения зависимости от единственного источника сырья предусмотрена диверсификация сырьевой базы. Помимо внутренних отходов основного производства, проект предполагает сотрудничество с другими текстильными предприятиями региона, что позволяет:

1. расширить объём доступных материалов;

2. повысить разнообразие дизайнерских решений;
3. снизить риск дефицита исходного сырья.

Это создаёт дополнительные гарантии устойчивости, поскольку позволяет сохранять динамику ассортиментного предложения и оперативно реагировать на изменения в поставках.

Социально-экологическая направленность проекта способствует формированию долгосрочной культурной и потребительской лояльности, что также служит нематериальной гарантией его успеха. В условиях роста интереса к принципам устойчивого развития и осознанного потребления, бренд «Циклично» может стать не просто торговой маркой, а частью движения за ответственное и этическое производство, что усиливает его восприятие как социально значимого и культурно релевантного направления.

Таким образом, совокупность выявленных рисков подтверждает необходимость системного подхода к управлению проектом и внедрения соответствующих механизмов снижения угроз. Реализация предусмотренных гарантий — от диверсификации сырьевой базы до развития кадрового потенциала и усиления маркетингового воздействия — создаёт прочную основу для устойчивого функционирования и дальнейшего масштабирования нового направления бизнеса.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Стартап-проект по производству авторских текстильных изделий на основе метода апсайклинга, разработанный на базе ООО «Ивановская текстильная компания», представляет собой пример интеграции принципов устойчивого развития в традиционную промышленность. В условиях роста экологической осведомлённости населения, снижения интереса к массовым брендам и усиления внимания к региональному производству, данный проект выступает не только как бизнес-инициатива, но и как социально значимое явление, способное снизить объёмы отходов, создать новые рабочие места и укрепить культурную идентичность региона.

Продуктовая линейка проекта включает сумки-шопперы, косметички, пеналы, покрывала, органайзеры и декоративные наволочки, каждое из которых создаётся из обрезков, образцов и некондиционной продукции, оставшейся после основного производства. Это делает продукт уникальным, функциональным и этичным, что особенно важно для целевой аудитории, ценящей экологическую честность, дизайнерскую оригинальность и ответственное потребление.

Научная новизна проекта выражена в системном применении метода апсайклинга в российской промышленной практике, что ранее не рассматривалось в контексте регионального предпринимательства. В отличие от традиционного рециклинга, при котором материал теряет качество, апсайклинг обеспечивает его повторное использование с повышением ценности за счёт креативного подхода, что позволяет говорить о проекте как о социально-экологической инновации, сочетающей экономическую эффективность с культурной значимостью.

Финансовая модель проекта демонстрирует его устойчивость и рентабельность. Общие инвестиции за первый год составят 6 956 009 рублей. Чистый дисконтированный доход (NPV) проекта при ставке 21% составит 350 119 рублей за 5 лет реализации, что свидетельствует о высокой

добавленной стоимости выпускаемых изделий. Дисконтированный срок окупаемости (DPP) — 4,403 года или 4 года и 5 месяцев, что указывает на оперативную отдачу от капитальных вложений и устойчивость модели даже в условиях ограниченного временного горизонта. Совокупная чистая прибыль за два года прогнозируется на уровне 28 208 803 рубля, с рентабельностью продаж порядка 52,975% на 5 год функционирования проекта, что говорит о высокой конкурентоспособности продукта.

Организационная структура проекта была спроектирована как гибкая и кросс-функциональная, позволяющая быстро адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и внутренним вызовам. Ядро команды составят две швеи, дизайнер и менеджер по устойчивому развитию, что обеспечит оперативность управления и высокое качество выпускаемых изделий. Горизонтальная организация будет способствовать развитию творческого потенциала и инновационного подхода, позволит минимизировать бюрократические барьеры и повысит степень вовлеченности сотрудников в процесс создания продукта.

Маркетинговая стратегия проекта выстраивается вокруг принципа цифровой открытости, сторителлинга и взаимодействия с потребителем. Бренд станет не просто торговой маркой, а платформой, передающей ценности устойчивого развития и региональной самобытности. Реализация рекламной кампании планируется при помощи агентства «EffectoPrCompany». Общий объем расходов на первоначальную рекламу составил 55 000 рублей, что позволило сформировать устойчивое цифровое присутствие и запустить коммуникацию с сообществом, в дальнейшем планируется применять поддерживающую рекламу стоимостью около 35 000 рублей.

Анализ рисков подтвердил, что проект чувствителен к организационным и кадровым изменениям, однако разработанные меры реагирования обеспечивают его устойчивость и снижают вероятность

негативного влияния внешних факторов. К числу основных угроз можно отнести:

1. задержки в управлении,
2. текучесть персонала,
3. конъюнктурные колебания спроса,
4. законодательные изменения.

Для минимизации этих рисков рекомендовано внедрение системы обучения и мотивации персонала, формирование резервного фонда, страхование производственных рисков и диверсификация каналов сбыта и поставщиков сырья.

SWOT-анализ компании показал, что предприятие обладает рядом внутренних преимуществ: наличие вторсырья, развитая инфраструктура, опытные специалисты. Слабыми сторонами являются недостаточная информированность населения Ивановской области о методе апсайклинга и ограниченный опыт работы с данной категорией продукции. К возможностям относится рост спроса на экологичные товары и государственная поддержка малого бизнеса. Угрозы связаны с увеличением конкуренции и потенциальными рисками форс-мажорного характера.

Проект также был оценён с точки зрения его влияния на региональную экономику и экологическое состояние отрасли. Внедрение апсайклинга в производственные процессы предприятия позволило значительно снизить объём отходов, развить креативный класс и сформировать новые рабочие места. Это создаёт предпосылки для распространения данной практики на другие предприятия региона, тем самым усиливая позиции Ивановской области как центра устойчивого текстильного производства.

Выбор кодов ОКВЭД был научно обоснован и включал такие направления, как:

- 13.92 — производство прочих текстильных изделий;
- 46.46 — оптовая торговля текстильными изделиями;
- 47.91 — деятельность по организации распространения товаров;

### 38.11 — сбор неопасных отходов.

Это предоставит возможность легально и экономически обоснованно развивать направление без нарушения трудового законодательства и налоговых норм.

План продаж, разработанный на 5 лет, предусматривал постепенный рост объёмов реализации, исходя из сезонных колебаний и потребительского поведения. По итогам первого года реализации планировалось достичь уровня продаж в размере 7 815 единиц продукции, во второй год — до 14 158 единиц, что обеспечивает стабильный рост выручки и развитие партнёрской сети.

Проект может быть продолжен в следующих направлениях:

1. переход на полный цикл замкнутого производства;
2. расширение продуктовой линейки за счёт новых категорий (например, детские текстильные товары, элементы интерьера);
3. интеграция в международные инициативы по устойчивому развитию;
4. развитие системы обучения и мастер-классов для желающих;
5. создание полноценной франшизы для масштабируемости.

Реализация стартап-проекта станет важным шагом в модернизации управленческой и производственной культуры предприятия, что особенно актуально в условиях перехода российской экономики к принципам зелёного развития и социальной ответственности. Он доказывает свою жизнеспособность как в теоретическом, так и в практическом аспекте, и может служить моделью для других регионов и отраслей.

Таким образом, стартап-проект «Циклично» является примером успешной интеграции принципов устойчивого развития в традиционную промышленность. Его реализация не только решает экологическую проблему, связанную с отходами производства, но и создаёт культурно-значимый, экономически устойчивый и социально ориентированный бизнес,

который может стать якорным направлением развития региональной текстильной отрасли.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая: Федеральный закон от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ. — [ред. от 01.01.2021 г.]. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_9027/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/) (дата обращения: 05.04.2025).

2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: Федеральный закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ. — [ред. от 01.01.2021 г.]. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/) (дата обращения: 05.04.2025).

3. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) — М., 2024. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/) (дата обращения: 05.04.2025).

4. Федеральный закон "Об охране окружающей среды" от 10.01.2002 N 7-ФЗ (последняя редакция) // Собрание законодательства РФ. — 2021. — № 1. — ст. 45.

5. Авдеева, И. А. Организация производства и менеджмент: Учебное пособие / Авдеева И.А., Проскурина И.Ю. - Воронеж: ВГЛУ им. Г.Ф. Морозова, 2023. - 264 с. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/854700> (дата обращения: 21.04.2025). — Режим доступа: по подписке.

6. Акуленко, Н. Б. Экономический анализ: учебное пособие / под ред. Н.Б. Акуленко, В.Ю. Гарновой. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 157 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006202-0. - Текст:

электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2045825> (дата обращения: 12.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

7. Алексунин, В. А. Маркетинг: учебник / В. А. Алексунин. — 6-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 214 с. - ISBN 978-5-394-03163-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091798> (дата обращения: 09.05.2025). — Режим доступа: по подписке.

8. Антикризисное управление организацией: учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М.Тумин, В.А. Трифионов. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 143 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/textbook\_593a66458b2b50.95220641. - ISBN 978-5-16-018841-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2115736> (дата обращения: 10.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

9. Антонов, Г. Д. Управление конкурентоспособностью организации: учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — 2-е изд., испр. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 300 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2076. - ISBN 978-5-16-018402-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1993529> (дата обращения: 15.03.2025). – Режим доступа: по подписке.

10. Архипова, Л. С. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции: монография / Л.С. Архипова, Г.Ю. Гагарина, А.М. Архипов. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 104 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/6813. - ISBN 978-5-16-010478-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1898540> (дата обращения: 17.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

11. Астапенко, Е. О. Стартап-экономика: практикум / Е.О. Астапенко. — Москва: ИНФРА-М, 2025. — 37 с. - ISBN 978-5-16-113624-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2204558> (дата обращения: 05.05.2025).

12. Болдырева, Н. П. Бизнес-планирование: учебное пособие / Н. П. Болдырева. - 3-е изд., стер. - Москва: Флинта, 2021. - 148 с. - ISBN 978-5-9765-2710-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1280457> (дата обращения: 27.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

13. Буров, В. П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: учебное пособие / В.П. Буров, А.Л. Ломакин, В.А. Морошкин. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 192 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-018750-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2053971> (дата обращения: 08.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

14. Ведяшова, А. В. Финансовый менеджмент в малом и среднем бизнесе: учебное пособие / А. В. Ведяшова, А. А. Исоков, О. В. Черкасова; под ред. М. К. Хусаинова. - Москва: Финансы и статистика, 2024. - 222 с. - ISBN 978-5-00184-115-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2183533> (дата обращения: 17.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

15. Вики, Т. Корпоративный стартап: как создать инновационную экосистему в крупной компании: практическое руководство / Т. Вики, Д. Тома, Э. Гонс. - Москва: Альпина Паблишер, 2021. - 288 с. - ISBN 978-5-9614-3638-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1841891> (дата обращения: 02.05.2025).

16. Инновации в бизнесе, науке и образовании: сборник статей по материалам III ежегодной научно-практической конференции 28 июня 2018 г. /. - Москва: Издательство «Научный консультант», 2024. - 218 с. - ISBN 978-5-907084-28-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1455693> (дата обращения: 08.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

17. Инструменты оценки и обеспечения устойчивого развития отраслей российской экономики: монография / под ред. О.В. Кожевиной. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 174 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. —

(Научная мысль). — DOI 10.12737/monography\_59b672f7ddb609.66393241. - ISBN 978-5-16-014228-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2111773> (дата обращения: 15.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

18. Кибанов, А. Я. Управление персоналом: конкурентоспособность выпускников вузов на рынке труда: монография / А.Я. Кибанов, Ю.А. Дмитриева. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 228 с. — (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-004751-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2017325> (дата обращения: 13.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

19. Коробко, В.И. Экологический менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент организации», «Государственное и муниципальное управление» / В.И. Коробко. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021. - 303 с. - ISBN 978-5-238-01825-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028847> (дата обращения: 01.06.2025). – Режим доступа: по подписке.

20. Мировая экономика: учебник / Е.В. Зенкина, Е.Ф. Авдокушин, П.А. Костромин [и др.]; под ред. Е.В. Зенкиной. — Москва: ИНФРА-М, 2025. — 452 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/2157179. - ISBN 978-5-16-020071-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2157179> (дата обращения: 26.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

21. Морошкин, В. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 288 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-012223-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1832175> (дата обращения: 08.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

22. Николаев, В. Г. Антикризисное управление: учебное пособие / В. Г. Николаев, В. А. Спановский. - 2-е изд., стереотип. - Москва: Научный

консультант, 2024. - 138 с. - ISBN 978-5-907477-59-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2136636> (дата обращения: 12.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

23. Покровская Ю.Р. Сущность бизнес-плана и его роль в стратегическом управлении предприятием // Форум молодых ученых. 2019. №12 (40). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-biznes-plana-i-ego-rol-v-strategicheskom-upravlenii-predpriyatiiem> (дата обращения: 08.05.2025).

24. Ресурсам области - эффективное использование: сборник материалов XXI Ежегодной научной конференции студентов Технологического университета. - 2-е изд., стереотип. - Москва: Научный консультант, 2024. - 1108 с. - ISBN 978-5-907477-62-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2136942> (дата обращения: 26.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

25. Рожкова, Е. В. Управление стартапами в социальном предпринимательстве: учебное пособие / Е. В. Рожкова. - Москва: Директ-Медиа, 2022. - 144 с. - ISBN 978-5-4499-3435-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2146975> (дата обращения: 27.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

26. Ряховская, А. Н. Антикризисное бизнес-регулирование: монография / под ред. А.Н. Ряховской. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2025. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0499-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2202332> (дата обращения: 20.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

27. Сафронова, Н. Б. Сяглова, Ю. В. Управление бизнесом в условиях цифровой экономики: учебник / Ю. В. Сяглова, Н. Б. Сафронова, Т. П. Маслевич. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. - 320 с. - ISBN 978-5-394-05804-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2161341> (дата обращения: 16.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

28. Управление малым бизнесом: учебное пособие / под общ. ред. В. Д. Свирчевского. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 256 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005057-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1843604> (дата обращения: 16.04.2025). — Режим доступа: по подписке.

29. Харина, О. С. Управление стартапом и жизненным циклом технологического продукта: учебное пособие / О. С. Харина, Э. Р. Жданов, Д. Попель. - Чебоксары: Среда, 2024. - 149 с. - ISBN 978-5-907830-77-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2195779> (дата обращения: 03.05.2025).

30. Экономика и организация производства: учебное пособие / под ред. Ю. И. Трещевского, Ю. В. Вертаковой, Л. П. Пидоймо; рук. авт. кол. Ю. В. Вертакова. — Москва: ИНФРА-М, 2025. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-020757-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2192239> (дата обращения: 10.05.2025). — Режим доступа: по подписке.

Текстильные изделия, созданные с помощью метода апсайклинг



*Рис. 1. Варианты разработанных сумок-шопперов с помощью применения метода апсайклинга*

### Общая характеристика ООО «Ивановская текстильная компания»

Организация общество с ограниченной ответственностью «Ивановская текстильная компания» зарегистрирована в едином государственном реестре юридических лиц 15 лет назад, а именно 22 июня 2009 года.

ООО «Ивановская текстильная компания» находится по адресу 153000, Ивановская область, город Иваново, улица Большая Воробьевская, дом 11А, помещение 61. Также у организации имеется московский офис по адресу 153000, город Москва, вн.тер.г. Муниципальный округ Пресненский, Б-р Тверской дом 13, строение 1.

ИНН: 3702588935

КПП: 370201001

ОГРН: 1093702014350

Количество сотрудников, официально работающих в компании на 2024 год составляет 54 человека.

Основной вид деятельности по ОКВЭД – 14.12 Производство спецодежды. Средний возраст юридических лиц для данного вида деятельности составляет 10 лет, ООО «ИТК» существует гораздо дольше.

Генеральным директором ООО «Ивановская текстильная компания» с 3 апреля 2018 года является Шилов Юрий Михайлович, по совместительству он также является учредителем компании с 22 июня 2009 года. Доля Юрия Михайловича в уставном капитале составляет 100%.

С 28 августа 2014 года сумма уставного капитала составляла 10 000 рублей, что является минимальным размером. Однако с 29 января 2019 года сумма уставного капитала увеличилась до 500 000 рублей. Уставный капитал формируется за счёт вложений участников, а именно из денежных средств, имущества, ценных бумаг. Производственные мощности ООО «ИТК» расположены в ключевых текстильных регионах России и СНГ, а именно в Москве, Калуге, Иванове, Уфе, Кинешме и в городе Узбекистана Самарканде

### Услуги компании «Effecto Pr Company» по продвижению и рекламе

Пакет «Таргетированная реклама»

Стоимость 15 000 – 25 000 рублей

Описание:

Таргетированная реклама – главный инструмент генерации трафика в ваше сообщество, аккаунт или на сайт, когда речь идет о социальных сетях.

В услугу входит:

- Проводим брифинг;
- Проводим аудит площадки для приема трафика и составляем чек-лист подготовки;
- Проводим анализ целевой аудитории и конкурентный анализ;
- Разработаем стратегию и строим воронку рекламы;
- Создание РК (рекламного кабинета) и настройки маркировки рекламы;
- Создаём креативы, продумываем гипотезы;
- С помощью парсера собираем аудитории;
- Устанавливаем пиксели соцсетей для ретаргетинга, настройки рекламы по конверсиям;
- Запускаем тестирование гипотез и связей;
- Работаем по согласованным KPI (индивидуально по просьбе заказчика)
- Анализ эффективности и отчет по работе;

Стоимость работы указана за рабочий период в 15 дней

Для каждого проекта стоимость рассчитывается отдельно

Минимальный бюджет - от 10 000р/мес.

Пакет «Продвижение сайтов - Яндекс реклама»

Стоимость 16 500 – 55 000 рублей

Описание:

Настройка и ведение Яндекс Рекламы:

- Подключение рекламного кабинета, маркировка
- Выбор площадок и формата рекламы
- Подключение Яндекс.Метрики, настройка целей;
- Проведение конкурентного анализа
- Установка стратегии назначения ставок с учётом утвержденного бюджета;
- Создание рекламных объявлений
- Разработка дизайна макетов объявления в РСЯ;
- Указание общего списка минус-слов;
- Подключение приложения для улучшения конверсии обращений (при необходимости и тех.возможности сайта)
- Настройка расписания показов;
- Настройка необходимых корректировок ставок
- Анализ рекламной кампании, подготовка отчета и обсуждение итогов с Заказчиком;
- Предложения по доработкам сайта для улучшения результатов на основе анализа конкурентов и текущих результатов;

Стоимость 22 500р первый месяц и 16 500р последующие

\*стоимость может меняться исходя из кол-ва рекламных кампаний, территории показов и кол-ва сервисов (Я.директ, Я.услуги, Я.Бизнес, Я.маркет)

## Приложение 4

### Ожидаемый план продаж стартап-проекта по месяцам на 5 лет

Таблица 1

#### Предполагаемый объём продаж бизнес-проекта, разработанный на 5 лет

| Мес<br>яц | Шоппер,<br>шт. | Косметичка<br>, шт. | Органайзер<br>, шт. | Пенал,<br>шт. | Наволочка<br>, шт. | Плед,<br>шт. | Итого,<br>шт. |
|-----------|----------------|---------------------|---------------------|---------------|--------------------|--------------|---------------|
| 1         | 75             | 95                  | 67                  | 85            | 50                 | 38           | 410           |
| 2         | 85             | 100                 | 70                  | 95            | 60                 | 45           | 455           |
| 3         | 90             | 103                 | 74                  | 103           | 70                 | 53           | 493           |
| 4         | 95             | 110                 | 80                  | 105           | 75                 | 55           | 520           |
| 5         | 102            | 118                 | 85                  | 114           | 82                 | 61           | 562           |
| 6         | 110            | 130                 | 95                  | 135           | 89                 | 67           | 626           |
| 7         | 117            | 138                 | 100                 | 144           | 96                 | 75           | 670           |
| 8         | 124            | 146                 | 105                 | 153           | 103                | 85           | 716           |
| 9         | 135            | 160                 | 110                 | 162           | 110                | 94           | 771           |
| 10        | 142            | 168                 | 115                 | 177           | 120                | 100          | 822           |
| 11        | 149            | 176                 | 120                 | 186           | 127                | 106          | 864           |
| 12        | 156            | 184                 | 125                 | 195           | 134                | 112          | 906           |
| 13        | 163            | 192                 | 130                 | 204           | 141                | 118          | 948           |
| 14        | 170            | 200                 | 135                 | 213           | 148                | 124          | 990           |
| 15        | 180            | 208                 | 140                 | 220           | 155                | 130          | 1033          |
| 16        | 187            | 216                 | 145                 | 229           | 162                | 136          | 1075          |
| 17        | 194            | 224                 | 150                 | 238           | 169                | 142          | 1117          |
| 18        | 201            | 232                 | 155                 | 247           | 176                | 148          | 1159          |
| 19        | 208            | 240                 | 160                 | 256           | 183                | 154          | 1201          |
| 20        | 215            | 248                 | 165                 | 265           | 190                | 160          | 1243          |
| 21        | 222            | 256                 | 170                 | 274           | 197                | 166          | 1285          |
| 22        | 229            | 264                 | 175                 | 283           | 204                | 172          | 1327          |
| 23        | 236            | 272                 | 180                 | 292           | 211                | 178          | 1369          |
| 24        | 243            | 280                 | 185                 | 301           | 218                | 184          | 1411          |
| 25        | 253            | 288                 | 190                 | 310           | 225                | 190          | 1456          |
| 26        | 260            | 296                 | 195                 | 319           | 232                | 196          | 1498          |
| 27        | 267            | 304                 | 200                 | 328           | 239                | 202          | 1540          |
| 28        | 274            | 312                 | 205                 | 337           | 246                | 208          | 1582          |
| 29        | 281            | 320                 | 210                 | 346           | 253                | 214          | 1624          |
| 30        | 288            | 328                 | 215                 | 355           | 260                | 220          | 1666          |
| 31        | 295            | 336                 | 220                 | 364           | 267                | 226          | 1708          |
| 32        | 302            | 344                 | 225                 | 373           | 274                | 232          | 1750          |
| 33        | 309            | 352                 | 230                 | 382           | 281                | 238          | 1792          |
| 34        | 316            | 360                 | 235                 | 391           | 288                | 244          | 1834          |
| 35        | 323            | 368                 | 240                 | 400           | 295                | 250          | 1876          |

|    |     |     |     |     |     |     |      |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| 36 | 330 | 376 | 245 | 409 | 302 | 256 | 1918 |
| 37 | 337 | 384 | 250 | 418 | 309 | 262 | 1960 |
| 38 | 344 | 392 | 255 | 427 | 316 | 268 | 2002 |
| 39 | 351 | 400 | 260 | 436 | 323 | 274 | 2044 |
| 40 | 358 | 408 | 265 | 445 | 330 | 280 | 2086 |
| 41 | 365 | 416 | 270 | 454 | 337 | 286 | 2128 |
| 42 | 372 | 424 | 275 | 463 | 344 | 292 | 2170 |
| 43 | 379 | 432 | 280 | 472 | 351 | 298 | 2212 |
| 44 | 386 | 440 | 285 | 481 | 358 | 304 | 2254 |
| 45 | 393 | 448 | 290 | 490 | 365 | 310 | 2296 |
| 46 | 400 | 456 | 295 | 499 | 372 | 316 | 2338 |
| 47 | 407 | 464 | 300 | 508 | 379 | 322 | 2380 |
| 48 | 414 | 472 | 305 | 517 | 386 | 328 | 2422 |
| 49 | 421 | 480 | 310 | 526 | 393 | 334 | 2464 |
| 50 | 428 | 488 | 315 | 535 | 400 | 340 | 2506 |
| 51 | 435 | 496 | 320 | 544 | 407 | 346 | 2548 |
| 52 | 442 | 504 | 325 | 553 | 414 | 352 | 2590 |
| 53 | 449 | 512 | 330 | 562 | 421 | 358 | 2632 |
| 54 | 456 | 520 | 335 | 571 | 428 | 364 | 2674 |
| 55 | 463 | 528 | 340 | 580 | 435 | 370 | 2716 |
| 56 | 470 | 536 | 345 | 589 | 442 | 376 | 2758 |
| 57 | 477 | 544 | 350 | 598 | 449 | 382 | 2800 |
| 58 | 484 | 552 | 355 | 607 | 456 | 388 | 2842 |
| 59 | 491 | 560 | 360 | 616 | 463 | 394 | 2884 |
| 60 | 498 | 568 | 365 | 625 | 470 | 400 | 2926 |