

## МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

*Вдовина Софья,*

*учащаяся 10 А класса,*

*Автономная некоммерческая организация*

*Средняя Общеобразовательная Школа «Колибри»*

*Руководитель: Золотарева В.В.,*

*учитель экономики*

### **БИЗНЕС-ПЛАН «ПРОИЗВОДСТВО ДОМАШНЕЙ ОБУВИ»**

#### **Введение.**

Домашняя обувь уже давно перешла из разряда функциональных вещей в модный и стильный предмет гардероба. Красивая и удобная обувь для дома пользуется большим спросом среди покупателей. При этом ее производство обходится намного дешевле, нежели изготовление обычной обуви.

Анализ потребительских потребностей через поисковые запросы, показывает, что по запросу «домашние тапочки» искало 18 000 человек, а «домашняя обувь» - более 23 000, а это означает, что товар хорошо пользуется спросом, и начинать развитие бизнеса в этой отрасли очень выгодно.

Посещение торговых точек показывает, что конкуренция в этом сегменте рынка домашней обуви сравнительно невысока. В основном, здесь преобладает дешевая обувь китайского производства. Небольшая доля (не более 10%) принадлежит относительно дорогой импортной (преимущественно итальянской) обуви для дома, средняя розничная цена которой составляет около 700-1200 рублей. На этом рынке представлена также продукция российских, молдавских, белорусских производителей. Но, большинство из них производит и реализует обувь в нижнем ценовом сегменте (как правило, это типовые текстильные закрытые и открытые тапочки с резиновой подошвой).

Специалисты – аналитики советуют ориентироваться на пока пустующую нишу качественной оригинальной обуви для дома в среднем ценовом сегменте. Это могут быть как вязаные тапочки и домашние сапоги с нескользящей подошвой, так и текстильные туфли с небольшим каблуком и различ-

## МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

ным декором. Такую обувь приятно носить самому и не стыдно предложить гостям. Она также может стать приятным и оригинальным подарком. Данный бизнес нельзя отнести к рискованному бизнесу, в котором можно прогореть, он не требует больших денег для его развития. [5]

Итак, несмотря на всю ответственность, которую предполагает собственный бизнес, открыть свое дело под силу каждому, если человек обладает креативными идеями и способностью видеть и чувствовать прекрасное.

Объектом исследования является потребительский выбор и конкуренция в сегменте рынка домашней обуви, Предметом исследования – производство домашней обуви.

**Цель проекта:** изучить показатели, составляющие конкурентоспособность предприятия и составить бизнес - план по производству домашней обуви.

### **Задачи проекта:**

- изучить и составить структуру бизнес - планирования
- проанализировать конкуренцию в сегменте рынка домашней обуви
- познакомиться с методами анализа и прогноза с целью рационального использования имеющихся возможностей
- научиться принятию решений в организации собственного бизнеса и стратегии развития на перспективу
- изготовить прототипы моделей

### **Гипотеза**

Можно предположить, что конкуренция в этом сегменте рынка домашней обуви сравнительно невысока, потребительским предпочтениям не хватает удобства и оригинальности дизайна, данный бизнес не требует больших рисков и денег для его организации.

### **I. Теоретическая часть.**

Для обоснования идей и выводов в практической части проекта необходимо было остановиться на следующих определениях и понятиях.

## МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

### **Конкуренция и конкурентоспособность, ее показатели.**

Что такое конкуренция? Конкурентоспособность? Это одни из самых популярных и употребляемых терминов в экономическом лексиконе, который касается практически всех хозяйствующих субъектов.

В словаре можно найти следующие определения "конкуренции":

- **Конкуренция** - состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

- **Конкуренция** - в повседневном понимании - соперничество экономических субъектов за лучшие условия производства, купли и продажи товаров.

- **Конкуренция** - в классической экономической теории - элемент рыночного механизма, который позволяет уравновесить спрос и предложение.

- **Конкуренция** - это и способ хозяйствования, и такая форма существования капитала, при которой один индивидуальный капитал соперничает с другим, являясь атрибутом рынка.

Наиболее яркое определение термину "конкуренция" можно найти в "Словаре иностранных слов" издания 1954 года (Государственное издательство иностранных и национальных словарей):

Конкуренция - в капиталистическом обществе - ожесточенная, непрекращающаяся борьба капиталистов между собой за большую долю прибыли, за рынки сбыта, за источники сырья и т.д.

Понятно: кто борется, и собственно говоря, за что, так как основная функция коммерческого предприятия - получение прибыли.

Очевидно, что нельзя сравнивать торговый ларек с крупным универсамом или риэлтерскую фирму с действующим производственным предприятием.

## МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

- **Конкурентоспособность** - способность товара или услуги выдержать сравнение с аналогичными товарами и услугами других производителей при сохранении среднерыночной цены.

- **Конкурентоспособность товара** - критерий целесообразности выхода фирмы на товарные рынки, представляющий собой сумму характеристик товара, ориентированных на удовлетворение потребительского (платежеспособность) спроса.

Определение "конкурентоспособности предприятия", хочется сформулировать самостоятельно. Получилось очень просто, но понятно:

**Конкурентоспособность предприятия (хозяйствующего субъекта) - это его способность работать с прибылью.**

- **Рентабельность активов (ROA)** = Прибыль/Стоимость активов\*100%. В данном случае уместно говорить не только о собственных активах предприятия, но и привлеченных (например, кредиты или дебиторская задолженность).

- **Рентабельность основных производственных фондов (ROFA)** – аналогичный предыдущему показатель, оценивающий эффективность деятельности основных производственных фондов, а не активов. Соответственно, и в формуле учитывается именно их стоимость.

- **Рентабельность капитала (ROE)** – параметр, показывающий, насколько эффективно используются собственные средства предприятия (или банка). В данном случае она рассчитывается как отношение между чистой прибылью и суммой уставного капитала (а иногда и дополнительного).  $ROE = \text{прибыль/капитал} * 100\%$ . Разница в рентабельности активов и капитала показывает величину финансового рычага (то есть размер заемных средств), используемого при ведении бизнеса. Следует, отметить, что коэффициент ROE признается одним из основных показателей при анализе деятельности предприятия в развитых странах.

## МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

• **Рентабельность инвестиций (ROI)** – показатель, оценивающий, какая прибыль была получена от изначальных инвестиций, то есть это соотношение между получившейся прибылью и суммой первоначальных вложений.

Однако, как правило, произнося волшебное слово «рентабельность» имеют в виду «рентабельность продаж» которая рассчитывается по формуле:

*Рентабельность продаж =*

*(Чистая прибыль/Выручка от реализации (без НДС))\*100%*

**Вывод:** Наличие современного технологического оборудования играет лишь косвенную роль при рассмотрении вопроса о конкурентоспособности предприятия. Цена на производимую (или реализуемую) продукцию играет косвенную роль при рассмотрении вопроса о конкурентоспособности предприятия. Главный экономический фактор, позволяющий в полной мере судить о конкурентоспособности предприятия на рынке - это превышение доходов над расходами!

### **II. Правовые основы ведения бизнеса:**

- Федеральный закон № 209 от 24.07.2007 г. «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»
- Федеральный закон от 29.07. 2004 г. N 98-ФЗ "О коммерческой тайне"
- Закон о молодежном предпринимательстве г. Москва 2006г. №696 ПП
- Федеральный закон от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»

### **III. Бизнес-план. [1,4]**

#### **1. Анализ состояния рынка и конкурентов.**

В настоящее время на розничном обувном рынке России наблюдается несколько трендов. Во-первых, происходит его обеление за счет проведения одной из самых масштабных реформ за последние десятилетия в рознице, цель которой вывести из серой зоны малый бизнес в сфере торговли, общепита, рынка услуг. Она стартовала с июля 2017 года и проходит в несколько

## МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

этапов. Вся розница должна перейти на кассовые аппараты, передающие информацию о расчетах в ФНС в режиме онлайн (ФЗ-54).[6]

### **Маркетинговое исследование «Рынок домашней обуви в России – 2017»**

Как видно на диаграмме «Сравнение производства и импорта на российском рынке домашней обуви в 2014-17гг.» Источники: ФСГС РФ, ФТС РФ, Tebiz Group (см.прил.1)

Выдержки из исследования:

- На российском рынке домашней обуви в последние годы сложилась неоднозначная ситуация без выраженного тренда вследствие нестабильности основных показателей рынка.

- В структуре рынка домашней обуви в 2016 году внутреннее производство превышало объем импортных поставок, а сальдо торгового баланса было отрицательное

- Лучшие производственные показатели показывает Краснодарский край с объемом выпуска продукции, составляющим 5,7 млн. пар продукции.

- Лидером по импортным поставкам в 2016 году является Китай (более 79%), ведущий поставщик домашней обуви - ООО `РИФ-1` (8,1%).

- Большую часть продукции российских экспортеров покупает Беларусь (более 33%), крупнейший покупатель – ФЛП Мамедов Д.А. (4,5%).[7]

### **Вывод:**

Анализ данных диаграмм показывает (См. Прил.1)

1диагр. - В структуре рынка домашней обуви в 2014-17гг году внутреннее производство превышало объем импортных поставок.

2диагр. – Темп импорта до 2017г снижался, сальдо торгового баланса отрицательное.

3диагр. - Даны прогнозы 3 сценариев: негативного, инерционного, инновационного до 2022г. Первые два - снижение темпов объема производства, третий –повышение.

## МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

### 2. Анализ потребителей.

Наиболее рентабельным является производство обуви для покупателей со средними доходами. Они не желают носить дешевые, неудобные модели. Однако не имеют возможности покупать дорогие брендовые вещи. Это автоматически расширит производство и соответственно – клиентскую базу в среднем ценовом сегменте. [2]

#### Социологический опрос. (См.Прил.2)

Вопросы:

1.Какое количество домашней обуви вам необходимо?

- В среднем - 3 пары.

2.(Прил. 2.1) Было ли бы вам интересно узнать больше о данном продукте?

- большинству интересно

3.Какая из представленных моделей вас больше привлекает?

- 50% -открытые,50%-закрытые модели

4. (Прил. 2.2) Обращали ли вы внимание на дизайн обуви?

- 50% - да, 50% - нет

5. (Прил. 2.3) Может ли плохая реклама (с точки зрения дизайна) оттолкнуть вас от покупки?

- 68% -нет,32% -да

6. (Прил. 2.4) При покупке домашней обуви вы в первую очередь обращаете внимание на дизайн, удобство, качество, цена?

1 место - дизайн,2 - удобство, 3 – качество 4 - цена

7.Что не устраивает вас в дизайне предлагаемых моделей в торговых точках?

- оригинальность, материалы, неудобная колодка

**Вывод.**

## МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

Потребительское поведение стало избирательным и обдуманым: теперь в большинстве случаев преобладает выбор удобной и недорогой обуви. На модные тренды россияне все же обращают внимание. Ценовой фактор является менее значимым по сравнению с внешним видом, влияние дизайна на выбор существенно, реклама – мало влияет .

### 3. Эскизы предлагаемых собственных моделей.

Проанализировав состояние рынка, конкурентов, потребительских предпочтений, можно начинать разработку собственных моделей, выкроек.(См.Прил.3)

#### Эскизы моделей.

##### Комфорт.



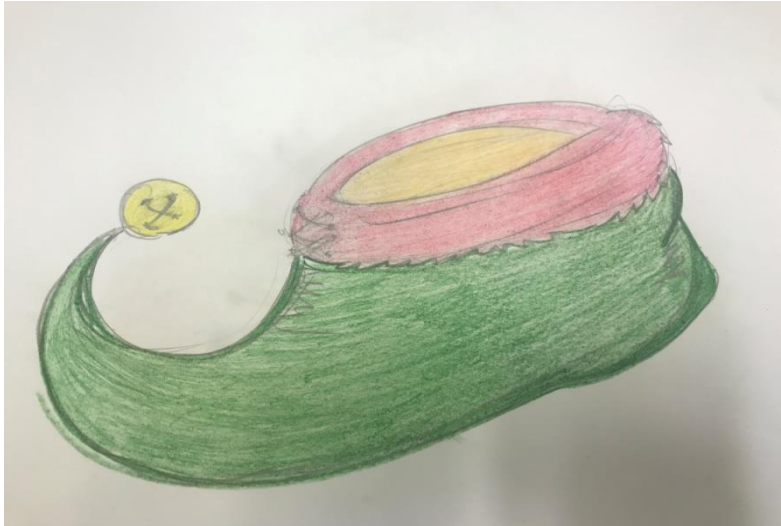
##### Золушка.



##### Оригинальные.



## МАГНИТ ПОЗНАНИЯ



**Хозяин.**



### **4. Организационно-правовая форма бизнеса.**

Наиболее выгодный вариант для тех, кто планирует организовать небольшое ателье по пошиву обуви – открытие ИП с УСН - 6-15%, или ЕНВД.

### **5. Масштабы бизнеса и стратегии продвижения.**

#### **Целевой сегмент.**

Мой продукт рассчитан на покупателей любого возраста.

#### **Специфика работы на начальном этапе.**

В любом случае, перед тем, начать массовое производство, необходимо изготовить прототип модели. Если пробная партия разойдется быстро, стоит продолжать.

#### **Технология производства**

Сам процесс разделяется на несколько этапов:

## МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

- из кожи делаются заготовки. Для одного изделия может быть предусмотрено большое количество деталей;
- устанавливается специальный пресс и правильно управляет им, что делает процесс более успешным;
- на этом же этапе необходимо заниматься вырезанием стелек, но для этого применяются другие элементы оборудования: используется прессованная с обеих сторон ткань для формирования готового изделия, которое впоследствии проклеивается;
- разметка – на этом процессе рисуются линии швов, затем все отправляется на обжиг, посредством специальной техники, приобретая нужные очертания с формами.

Таким образом, технология изготовления достаточно проста, но для получения хорошего результата необходимо соблюдать все особенности и использовать труд квалифицированного персонала.

### **Возможные пути реализации**

**Интернет- магазин.** В этом случае свое творчество можно «творить» дома, равно как и продавать, т.е. без отрыва от основного места работы. Этот вариант наименее затратный по вложениям, за исключением только затрат на расходники.

**Небольшой магазинчик или лавка.** В этом случае вам необходимо будет озадачиться поиском места, где будут располагаться ваши работы, а, следовательно, включить в свой бизнес-план расходы по аренде помещения. К тому же отдельное помещение дает много простора для развития – это и растяжка, и красивая вывеска и реклама на входе. Но аренда такого помещения обойдется недешево, а потому стоит просчитать, насколько рентабельно будет вам с вашим бизнесом размещаться именно в отдельном помещении.

**Аренда места в торговом центре или магазине.** Это тоже статья расходов, но в отличие от предыдущего – меньшая. В этом случае стоит искать по-

## МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

мещение на первой линии, чтобы потенциальные покупатели не плутали по 10-этажному офисному зданию в поисках 500 кабинета в конце коридора.

Достаточно будет максимум 15-25 кв.м., а лучше если это будет стенд или витрина с продукцией в одном из вышеперечисленных магазинов. Максимальный расход по аренде в месяц не более 25 000 рублей.

**Сеть.** Можно создать свою сеть магазинов, торгующих не только вашей, но и чужой продукцией. Таким образом, можно охватить рынок в нескольких местах с разным количеством аудитории.

### **Реклама.**

Реклама – это тот пункт, без которого не может обойтись ни один бизнес. На нее, пожалуй, должна быть вторая по значимости после материалов статья расходов. На первом этапе нужно, чтобы о вашем бизнесе узнали. Как только о вас услышат, увидят, придут, сработает главнейший принцип продаж – сарафанное радио. Рассказывайте о себе, просите, чтобы они рассказывали о вас. Заманивайте скидками и подарками – это очень эффективно действует на клиентов.

Среди самых необходимых способов подачи информации – это создание **интернет-ресурса, а также контекстная реклама.** Собственный сайт дает массу возможностей донести информацию до потребителя. Это тот пласт, на котором нет границ для фантазии – акции, новости, дисконтная система, презентация новых работ и многое другое, о чем вы можете написать вашим потенциальным клиентам.

Стоит также проработать **seo-запросы** по вашему виду деятельности – что ищут чаще в интернете, какие фразы, слова. Именно основываясь на этих знаниях, дать контекстную рекламу, которая будет при запросе «купить оригинальные тапочки» или «тапочки с вышивкой бисером» отсылать на ваш сайт.

## МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

Существует бесплатная, но весьма действенная реклама – **создание группы вашей компании в различных социальных сетях**. Такая реклама имеет немалый успех, и к тому же не требует никаких вложений, кроме времени и грамотного подхода.

Недорогой станет **реклама в лифтах, общественном транспорте, остановочных пунктах**. Кроме того, чтобы охватить как можно больше аудитории, можно заняться расклейкой объявлений на подъезды жилых домов, расположенных по близости с вашим помещением, распространением листовок и буклетов в офисные здания и по почтовым ящикам. Этот тип рекламы тоже не является дорогим, а порой те, кто располагает временем, занимаются этим самостоятельно.[8]

Заказать логотип компании, если бизнес будет развиваться успешно

В среднем сумма расходов на рекламу ежемесячно будет составлять около 5 000 рублей.

### **6. Бюджетный и финансовый план.**

#### **Расходные материалы и оборудование.**

Необходимое оборудование зависит от моделей, и материалов, которые вы будут использованы. Для обычных тапочек в качестве подошвы используется микропористая резина, а для верха – нетканые материалы и дублированные, меховые ткани, войлок. В качестве утеплителя используется искусственный мех, а для стельки – специальный материал. Приобрести все необходимые материалы можно в оптово-розничных специализированных магазинах для обувщиков. (См.Прил.4)

Из оборудования понадобятся промышленные швейные машины нескольких типов, вязальные машины (для производства вязаных носков-тапочек и сапогов), пресс для вырубки заготовок, раскройный стол, стеллажи и прочие системы хранения. Колодки (их лучше всего заказывать у специалиста), модель, шаблон, материал, сапожный нож, швейная машинка, сапожные

## МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

клещи, специальный обувной клей, а также инструменты для установки фурнитуры (люверсов, блочков, декоративных элементов и т. д.).

Можно рассмотреть оборудование, бывшее в употреблении, его стоимость – ниже.

В среднем первоначальные затраты на приобретение сырья составят порядка 200 000 рублей. В среднем общая стоимость всех элементов оборудования, которое нужно приобрести, составит порядка 400 000 рублей.

### **Персонал.**

- Две, три швеи работающих за собственным профессиональным местом; Швеям лучше организовать сдельную оплату труда, с вычетом процента брака. Если их посадить на 100% оклад, тогда не будет мотивации и необходимой скорости сдачи заказа.

-Дизайнер; На начальном этапе это делать самостоятельно позднее выделить одну швею, которая будет в дополнении выполнять обязанности дизайнера с повышенной зарплатной ставкой. Дизайнер необходим для изобретения новых интересных форм тапочек, а так же для расширения ассортимента.

Для продаж через торговые точки понадобятся:

- саморазборные стеллажи
- Компьютер и комплектующие, база 1с, принтер.
- ККМ и ЭКЛЗ; ЭКЛЗ заказывается в гос. структурах и регистрируется, на случай проверки налоговой инспекцией.

- Первое время рекомендуется лично продавать весь ассортимент, для анализа продаж и последующего контроля, за торговой точкой.

На момент открытия собственного магазина нужно начать реализовывать сопутствующие товары: интересные вязаные товары для детей будут смотреться очень здорово.

### **Доход и расходы.**

сумма первоначальных затрат;

- покупка оборудования – 400 000 рублей;

## МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

- материалы – 300 000 рублей;
- прочие расходы- 15000;
- общая сумма –715 000 рублей;

Затраты ежемесячно:

- помещение – 25 000 рублей;
- материалы – 100 000 рублей;
- зарплата – 60 000 рублей;
- реклама – 5 000 рублей;
- общая величина – 195 000 рублей.

Для данного рыночного сегмента размер среднемесячной прибыли составляет порядка 70 000 рублей, за год - 840000. Для дальнейшего расширения производства можно расширять рекламную деятельность.

Обратите внимание: окупаемость при расходах на сумму 715 000 рублей и прибыли в 100 000 рублей/мес. может составить примерно 6-8месяцев.

С помощью сайта <https://www.openbusiness.ru/html/dop8/dom-obuv.htm> произведен расчет по калькулятору прибыльности и рентабельности бизнеса, который показывает, что при средней цене 700 рублей, и количестве продаж в месяц 100 пар, общих затратах в месяц 195000 - доход отрицательный.

Наблюдается в пятом месяце чистая прибыль 125000 рублей. Полная окупаемость вложений 755400 наступает при продаже 1400 пар. (См.Прил.5)

### **7. Итоги.**

Итак, мы рассмотрели, с чего начать производство обуви. Действительно, начало производственной деятельности – это первый шаг реализации вашей мечты. Однако потребуются не просто открыть собственный бизнес, но и «удержаться на плаву», чтобы из малого предприятия создать крупный бренд.

Масштабы производства оригинальной домашней обуви ограничены, так как из-за цены выше среднего рынок сбыта не столь обширен, как у дешевой обуви. Поэтому решающее значение имеет репутация компании, знание запросов потребителей, удобство, качество ее продукции. И по этой причине

## **МАГНИТ ПОЗНАНИЯ**

главный успех – это не оборудование, а дизайнер-модельер, который придумает и нарисует эскиз моделей, и конструктор, который подготовит лекала.

Существует, средний минимальный срок окупаемости в таком бизнес - деле, и это три-шесть месяцев. Эти сроки зависят, прежде всего, от степени узнаваемости. Чем раньше о вас узнают и распространят информацию своим знакомым, тем быстрее вы начнете зарабатывать.

Малый бизнес по продаже домашней обуви крайне прибыльная бизнес идея, при правильном подходе позволяющая выйти на большой рынок в короткое время.

Таким образом, после проведения анализа состояния российского рынка домашней обуви, социологического опроса покупателей, составления бизнес- плана гипотеза исследования о том, что конкуренция в этом сегменте рынка домашней обуви сравнительно невысока, потребительским предпочтениям не хватает удобства и оригинальности дизайна, данный бизнес не требует больших рисков и денег для его организации, подтверждается.

### **Перспективы развития.**

По мере развития бизнеса можно будет открыть ООО. Это актуально при наличии оптовых покупателей или работе с предприятиями.

Постоянный поиск новых возможностей для продвижения вашего бизнеса, у постоянный мониторинг конкурентов и основываясь на собранных данных, создание сервисов, разбавленных удобными и полезными услугами.

Постоянное развитие бизнеса позволит вкладывать более крупные суммы в новые проекты.

Большим толчком к тому, чтобы у людей появился интерес к вашим продуктам, станет участие во всевозможных платных и бесплатных проектах – благотворительности, выставках и т.п.

### **IV. Дорожная карта проекта**

## МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

Направление работы	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
Введение в тематику проекта	2 лекции	2лекци,	консультации с руководителем	
Изучение теоретических основ, аналогов решений по проблеме	изучение литературы, просмотр мастер-классов	изучение литературы, просмотр мастер-классов		консультации с руководителем
Наблюдения за торговыми точками		анализ ситуаций на рынке	получены первые результаты наблюдений	
Наблюдения за потребительскими предпочтениями		получены первые результаты наблюдений	анализ ситуаций на рынке	консультации с руководителем
Подготовка проведение соцопросов	консультации с руководителем	работа с респондентами	работа с респондентами, выводы,	результаты опросов
Анализ данных			анкетирование, выводы,	обработка результатов опросов
Выработка рекомендаций по проекту, решения		анализ аналогов существующих решений по проблеме	составление рекомендаций по проблеме проекта	составление собственных вариантов решения проблем
Подготовка к участию в конференции				консультации с руководителем

### V. Источники информации ( литература, интернет ресурсы)

- 1.«Основы успешного бизнеса. Введение в предпринимательство», Институт предпринимательства и инвестиций, М. 2005,гл.6-7.



## МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

- 2. Залтман, Дж. Как мыслят потребители [Текст] / Дж. Залтман. - СПб.: Питер, 2005. - 652 с.
- 3. Большой энциклопедический словарь <http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc3p>
- 4. Иванов С.И. «Основы экономической теории» Витта-Пресс, М., 2012. - 147-152, 179-203 с.
- 5. <https://www.openbusiness.ru/html/dop8/dom-obuv.htm/>
- 6. <https://marketing.rbc.ru>
- 7. <https://tebiz.ru/assets/pdf/mi/rynok-domashnej-obuvi-v-rossii.pdf>
- 8. <https://otzivserdce.ru/family/needlework-bringing-good-income-how-to-learn-to-earn-on-needlework/>

### ОТЗЫВ

о проекте: Бизнес-план «Производство домашней обуви»

Автор проекта: учащаяся 10 А класса Вдовина Софья

Руководитель: учитель экономики Золотарева В.В

Автономная некоммерческая организация Средняя Общеобразовательная Школа «Колибри», Москва, 2019 г.

Автор проекта Вдовина Софья предложил актуальную предпринимательскую идею – современное развитие отечественного производства домашней обуви, которое, не смотря на повышенный спрос потребителей, пока не пользовалось большим вниманием взрослых предпринимателей.

Результат проекта – разработка бизнес плана «Производство домашней обуви».

Работа выполнена на хорошем проектном уровне, в т.ч. автор провела анализ рынка, сделала не только экономическое обоснование, но и технологические предложения.

## МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

Работа заслуживает самой высокой оценки. В качестве рекомендации можно предложить автору продолжать данную работу, обратив внимание на различные сегменты рынка домашней обуви.

Отзыв составила Урванцева С.Е., к.э.н., доцент кафедры экономической теории МГОУ.

### Приложение 1. Состояние рынка домашней обуви в России.

тенденция .....

Диаграмма. Сравнение производства и импорта на российском рынке домашней обуви в 2014-2017 гг.



Источники: ФСГС РФ, ФТС РФ, Tebiz Group

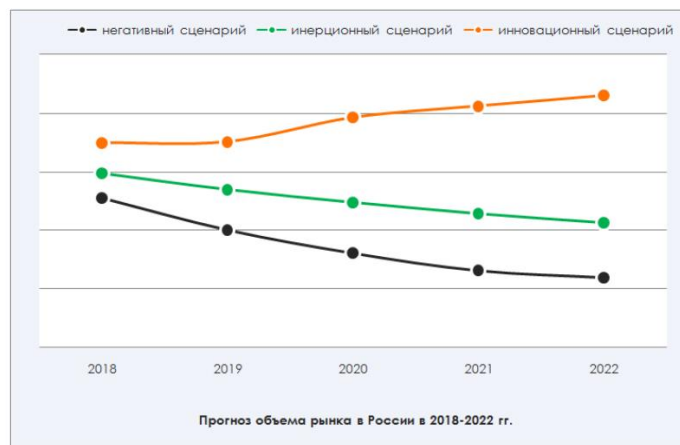
# МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

Темп роста импортных поставок в 2017 году составил .....

График. Динамика российского импорта домашней обуви в 2014-2017 гг., [тыс.долл]

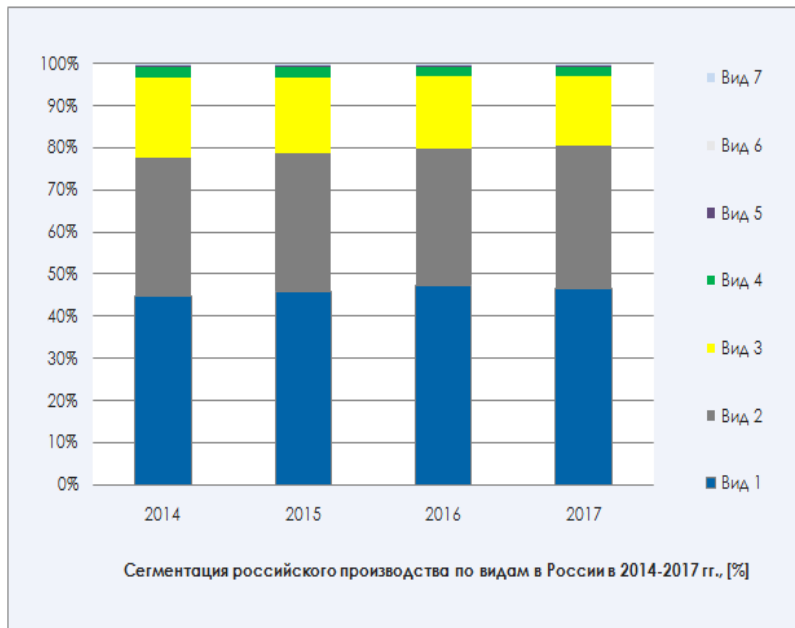


График. Прогноз объема рынка в России в 2018-2022 гг.,



Источники: Tebiz Group

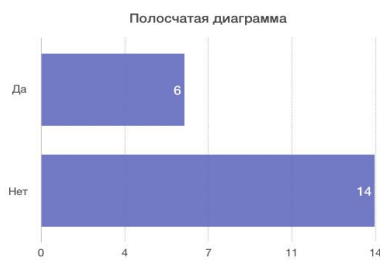
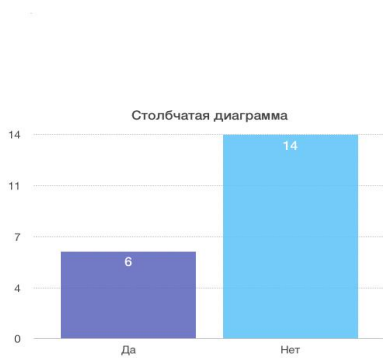
# МАГНИТ ПОЗНАНИЯ



## Приложение 2. Социологический опрос.

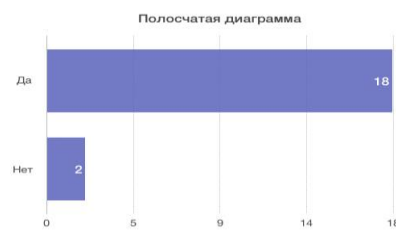
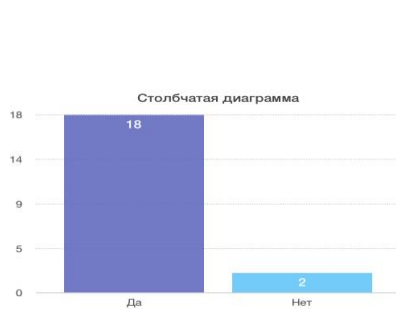
### 2.1

ИНТЕРЕСНО	КОЛ-ВО ОПРОЩЕННЫХ
Да	6
Нет	14



### 2.2

ВАЖЕН ДИЗАЙН	КОЛ-ВО ОПРОЩЕННЫХ
Да	18
Нет	2

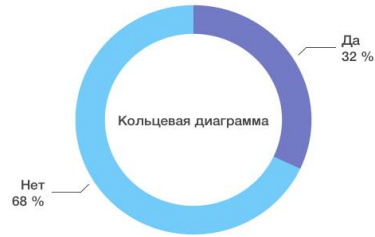
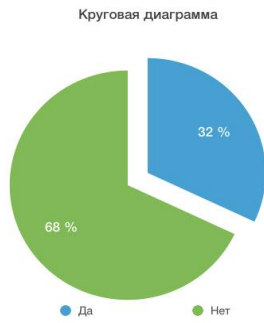


### 2.3

# МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

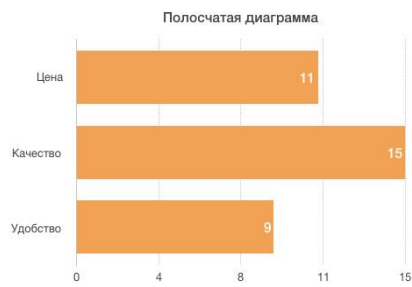
Плохая реклама может оттолкнуть от покупки

КОЛ-ВО ОПРОШЕННЫХ	
Да	8
Нет	17



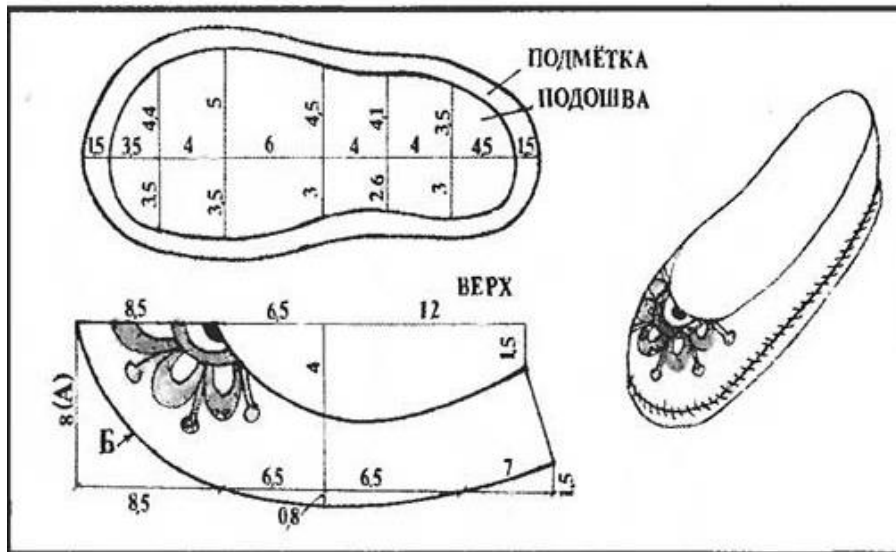
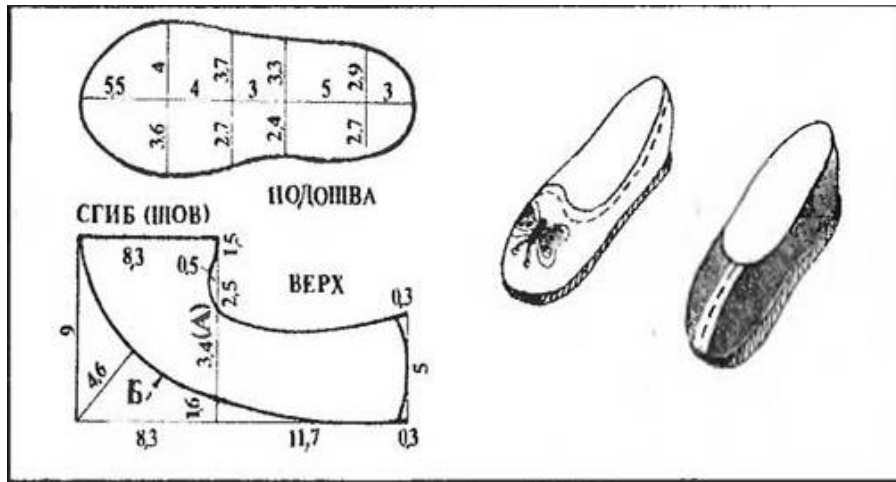
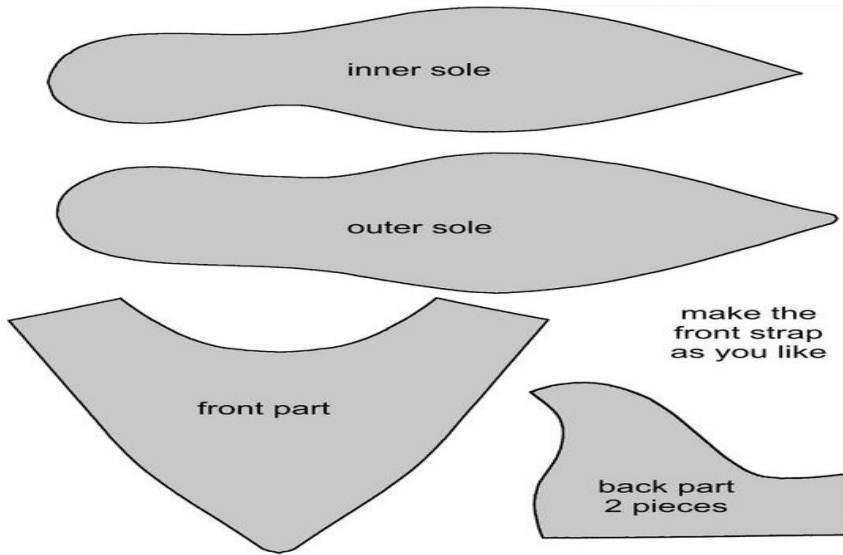
2.4

Критерии	Количество
Цена	11
Качество	15
Удобство	9

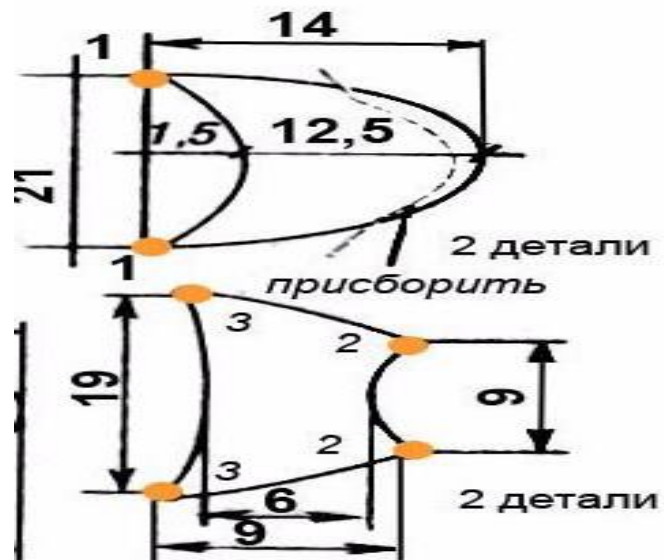
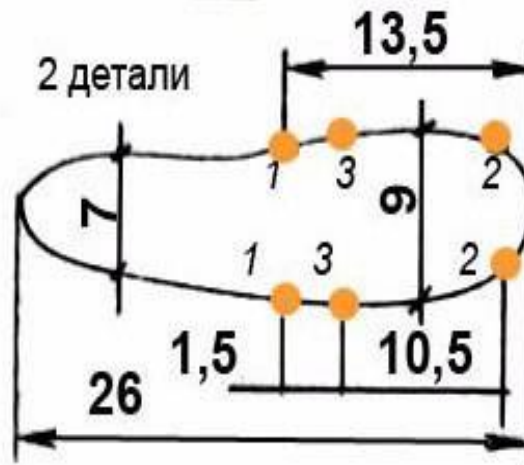


Приложение 3.Выкройки.

# МАГНИТ ПОЗНАНИЯ



## МАГНИТ ПОЗНАНИЯ



# МАГНИТ ПОЗНАНИЯ

