

РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА ПО ШВЕЙНОМУ ПРОИЗВОДСТВУ



Если Вас заинтересовало данное предложение, Вы можете заказать полный бизнес-план и финансовую модель данного проекта. Наши специалисты помогут Вам с проработкой всех вопросов, связанных с реализацией проекта

Оглавление

1. КРАТКИЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕМОРАНДУМ.....	3
2. ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА, ПРОДУКТА ИЛИ УСЛУГИ.....	3
3. ОПИСАНИЕ РЫНКА СБЫТА	5
4. ПРОДАЖИ И МАРКЕТИНГ	7
5. ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА.....	9
6. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА	10
7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН	13
8. ФАКТОРЫ РИСКА.....	15

1. КРАТКИЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕМОРАНДУМ

Есть типы рынков, которые при любой экономической ситуации всегда остаются стабильными. Это, в первую очередь, относится к товарам, которые составляют основу жизни человека – кров, пища и одежда. В рамках данного бизнес-проекта задействованы два определяющих фактора конкурентоспособности.

Первый фактор связан с тем, что российский потребитель постепенно стал все больше переключать свое внимание с импортных тканей, одежды и предметов быта на отечественные, особенно если они сделаны из натуральных тканей и по индивидуальным заказам. За период с 2016 по 2019 гг. доля импортной швейной продукции в целом по российскому рынку снизилась почти на 10%.

Второй фактор связан с тем, что на рынке швейной продукции в России нет каких-либо бизнес-групп, могущих завоевать монопольное положение и диктовать свою ценовую политику. Это дает прекрасную возможность работать бизнесу по различным направлениям швейного производства, находя своего покупателя. Столь низкий фактор конкуренции дает возможность выйти на рынок швейному производству практически с любым капиталом.

Также другими факторами, играющими в пользу швейного бизнеса является и то, что на рынке появляются и применяются новые технологии, позволяющие сократить издержки, время на выполнение заказов клиентов. Это могут быть технологии 3D моделирования на компьютере фасона одежды, домашнего интерьера или, например, униформы персонала банка, оплата заказа в онлайн режиме, доставка товара на дом.

Срок окупаемости инвестиций составляет 12 месяцев;

Первоначальные вложения будут равны 2 950 000 руб.;

Точка безубыточности достигается на 3 месяц;

Средняя прибыль в месяц 300 000 руб.

2. ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА, ПРОДУКТА ИЛИ УСЛУГИ

Данным проектом швейного производства полного цикла рассматривается работа на местном (локальном) рынке с преимущественной ориентацией на клиента, принадлежащего к среднему классу, а также работа с заказами коммерческих фирм (рестораны, гостиницы, базы отдыха), работа с государственными и муниципальными учреждениями.

Клиентам предлагается ассортимент из следующей швейной продукции:

- Постельное белье из натуральных тканей. Средний чек комплекта (простынь, пододеяльник, 2 наволочки) – 1600 руб. Возможны индивидуальные заказы на пошив постельного белья, в том числе и в формате рисунков 3Д печати.
- Фасонная одежда по индивидуальным заказам – средний чек заказа 6000 руб.
- Пошив по заказам коммерческого сектора – шторы, фирменные скатерти, постельное белье, салфетки, полотенца, униформа для персонала – средний чек заказа 20 000 руб.
- Пошив изделий по индивидуальным заказам – для каких – либо семейных торжеств, общественных мероприятий, театральный или рекламный реквизит – средний чек заказа 40 000 руб.

Кроме этого, для клиентов предусмотрены услуги доставки готовой продукции по месту назначения, выезд на примерку на дом, выбор, заказ и доставка тканей по каталогу от ведущих производителей.

<p>Сильные стороны проекта:</p> <ul style="list-style-type: none"> • постоянный спрос на текстильную продукцию, модельную одежду; • большой выбор каналов продаж и схем поставок продукции; • быстрая адаптация к быстро меняющемуся рынку одежды и текстиля; • возможность формирования индивидуального подхода к запросам клиентов по ассортименту и качеству швейной продукции. 	<p>Слабые стороны проекта:</p> <ul style="list-style-type: none"> • конкуренция со стороны сетевых магазинов, торгующих импортным текстилем, ателье; • некачественная работа персонала
<p>Возможности проекта:</p>	<p>Угрозы проекта:</p>

<ul style="list-style-type: none"> • расширение бизнеса за счет увеличения ассортимента и модельного ряда одежды и текстильной продукции; • возможность создания сопутствующих видов бизнеса – работа по эксклюзивным заказам, создание своих собственных модельных ателье, бутиков; 	<ul style="list-style-type: none"> • Высокая конкуренция на рынке; • Повышение цен на ткани, фурнитуру; • Повышение арендной платы / расторжение договора аренды; • Снижение покупательной способности со стороны ключевого сегмента покупателей, общее снижение спроса на швейную продукцию.
--	---

3. ОПИСАНИЕ РЫНКА СБЫТА

Для оценки перспективности бизнеса по производству швейной продукции, а также для принятий управленческих решений в ходе реализации бизнес-плана, необходима информация, полностью характеризующая рынок сбыта. К такой информации, в частности, относятся следующие данные:

- Динамика рынка, т.е. какова общая тенденция рынка и какие следует ожидать на нем перспективы ведения бизнеса в будущем.
- Объем или емкость рынка – на какую потенциальную долю рынка швейной продукции можно рассчитывать.
- Степень конкуренции на рынке применительно к конкретному региону, где будет производиться основной сбыт продукции.

Далее рассматриваются все три основные характеристики рынка швейной продукции, а также делаются соответствующие выводы.

Динамика рынка. Несмотря на некоторые сложности в общей тенденции развития экономики России, особенно спад в промышленном производстве в период с 2012 по 2016 гг., «легкая» промышленность находится в относительно устойчивом восходящем тренде роста производства. Темпы роста пока незначительны и находятся на уровне 5-7% в год. Этого достаточно уже для того, чтобы говорить об окупаемости бизнеса максимум за пять лет. Подтверждением этой динамики служат статистические данные об объеме текстильной продукции в стране на представленном ниже графике.

Немаловажным фактором, который обеспечивает столь устойчивую положительную динамику, является программа государственной поддержки отечественных текстильных и швейных предприятий. Например,

по состоянию на 2018 год объем такой поддержки в денежном выражении составил порядка 3.03 млрд. рублей.

При этом в расчет не принимаются протекционистские меры государства по отношению к импортной и контрафактной продукции в виде устанавливаемых импортных таможенных пошлин.

Доля отечественных производителей тканей на российском рынке (%)

Основную долю занимает по-прежнему импортная продукция и, в первую очередь, из стран мировых лидеров швейного производства таких как Китай, Индия, Турция, страны ЮВА. Их доля на российском рынке составляет примерно 60%.

Распределение спроса на российском рынке швейной продукции по типу товара

Что касается распределения спроса на отечественную швейную продукцию, то первое место занимает одежда из хлопчатобумажной ткани (порядка 30%), затем отмечен высокий спрос на отечественное постельное белье из льна или хлопка (12-15%), далее востребовано белье столовое, полотенца, интерьерные изделия, шторы – это примерно 10%.

Степень конкуренции. Основными игроками на российском рынке трикотажных и прочих швейных изделий являются крупные импортеры одежды из-за границы, а также несколько крупных отечественных производителей тканей. Наибольшая концентрация швейных бизнесов находится в центральных областях страны (более 50%). Всего же на российском рынке швейного производства, продажи, импорта работает примерно 22 000 компаний, не считая частных лиц (ИП), которые заполняют свою нишу нижнего ценового сегмента.

Подводя итог краткому анализу рынка сбыта швейной продукции, можно сделать следующие выводы:

- рынок швейной продукции является постоянно растущим, с кратковременными спадами в периоды экономических кризисов. Используя

умеренную финансовую политику есть реальный шанс получить свою заданную норму рентабельности, которая в швейном бизнесе находится в диапазоне 20 – 40%.

- степень конкуренции со стороны отечественных производителей незначительна – распределена среди большого количества частных швейных мастерских, ателье. Крупные монопольные холдинги отсутствуют. Основную угрозу составляют импортные изделия, что неплохо нивелируется путем ориентации швейного бизнеса на частные запросы клиентов, как физически лиц, так и бизнеса.

4. ПРОДАЖИ И МАРКЕТИНГ

Для достижения поставленной инвестиционной цели, создания полноценного швейного производства, способного конкурировать на локальном потребительском рынке, не обойтись без продуманной системы маркетинга.

Целевая аудитория потребителей определяет как ассортимент выпускаемого швейного товара, так и формат взаимодействия с потенциальными клиентами. В данном случае определены следующие ключевые группы потребителей:

- физические лица, домашние хозяйства;
- юридические лица – гостиницы, предприятия общепита, рестораны, кафе, туристические базы, санатории и прочие виды бизнесов, заинтересованные в создании соответствующего стильного интерьера и оказания услуг. Это касается в первую очередь поставки фирменного постельного белья, штор, полотенец, салфеток, пошива униформы для обслуживающего персонала и т.п.;
- муниципальные организации и учреждения, в частности детские сады, школы, интернаты, детские лагеря, которые заинтересованы не только в поставке качественного постельного белья, предметов интерьера, но и в приобретении школьной формы, оформления детских утренников

и праздников, костюмов для художественной самодеятельности, оформления общественных мероприятий.

Также могут выполняться специальные заказы на пошив и оформление каких-либо общественных мероприятий, корпоративов – например, пошив флагов, футболок с символикой, баннеров.

Основные каналы продаж. Реализация продукции швейного производства будет производиться по следующим каналам продаж:

- через магазины розничной торговли, специализирующихся на продаже постельных принадлежностей, предметов домашнего интерьера. Причем, акцент делается на сотрудничестве не с сетевыми магазинами (ритейлом), а с независимыми компаниями. У сетевых организаций существует демпинговая ценовая политика по закупкам товара у производителей.
- сотрудничество с городскими ателье, которые могут исполнять роль пункта прима заказов. Работа с такими ателье может строиться по агентской схеме, когда за услуги привлечения клиентов ателье будет отчисляться процент комиссии (5-10% от суммы каждого оформленного заказа);
- использование схемы участия в муниципальных закупках.
- часть продаж осуществлять через сайт компании, где будут задействованы инструменты интернет торговли, в том числе опции предварительного и индивидуального заказа.

Реклама. В качестве ведущих рекламных инструментов предполагается использование следующих методов продвижения продукции:

- реклама через сетевые ресурсы интернета, веб – рассылки, а также СМС – сообщений;
- реклама через СМИ, в том числе и через местные печатные издания;
- распространение рекламных буклетов и визиток, как среди розничных клиентов, так и через торговые точки, ателье;

- аренда площадей для размещения наружной рекламы (вывески, борды, растяжки).

Программы лояльности и привлечения клиентов. Для привлечения новых клиентов, а также для установления долгосрочных партнерских отношений с ключевыми заказчиками и дистрибуторами, предполагается использование системы скидок и бонусных премий, бесплатные консультации и льготные форматы обслуживания. В каждом конкретном случае будет применяться индивидуальный подход к учету интересов клиента.

На начальном этапе предполагается использовать рекламный бюджет на создание интернет – сайта и первоначальные рекламные мероприятия в сумме 70 000 рублей.

Ежемесячно на маркетинговые мероприятия, в том числе и рекламы, будет использовано не менее 50 000 рублей из бюджета компании.

5. ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА

Общая схема регистрации бизнеса швейного производства и дальнейшего его функционирования в российском правовом поле состоит из двух моментов:

Первый момент связан с регистрацией бизнеса. Оптимальным вариантом на начальном этапе является использование организационной правовой формы ИП. Это позволит с одной стороны сократить документооборот по ведению различной отчетности, а с другой – выбрать наиболее оптимальный режим налогообложения. В данном случае выбран вариант налогового режима по форме УСН с 1% налоговой нагрузкой (по схеме: «доходы – расходы»).

Кроме этого, при подаче заявления на регистрацию является обязательное указание основного кода деятельности ОКВЭД – 14.18.2 – «пошив текстильной продукции, одежды и аксессуаров». Также следует внести в регистрационное заявление и такие коды как:

- 14.18.21 – создание спецодежды;

- 14.18.22 – пошив верхней одежды;
- 14.18.24 – иная одежда и аксессуары.

Общая стоимость регистрации бизнеса в форме ИП составляет не более 10 тысяч рублей и по времени весь процесс занимает срок не более 3 рабочих дней.

В дальнейшем следует предусмотреть перерегистрацию бизнес-схемы в режим налогообложения ООО. Это позволит более эффективно наладить взаимодействие с корпоративными клиентами, в частности, по зачету входного налога на добавленную стоимость (НДС).

Второй момент связан с тем, что понадобится оформить пакет разрешительных документов, таких как:

- Разрешение на эксплуатацию промышленного швейного оборудования по линии Ростехнадзора.
- Пройти сертификацию рабочих мест – Трудовая инспекция (при администрациях соответствующих муниципальных образований).
- Разрешение на эксплуатацию производственных и хозяйственно-бытовых помещений, оформленное органами Санэпиднадзора и МЧС (Государственный пожарный надзор).

Также при оформлении документов на создание бизнеса следует получить разрешение от местных властей на размещение производственного цеха в цокольном этаже жилого дома. Это выполняется по линии отделов (департаментов) архитектуры муниципальных администраций и Жилищной (строительной) инспекции.

6. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА

В рамках рассматриваемого бизнес-плана основной спецификой швейного производства является универсальность используемых технологий и разнообразие выпускаемой продукции – от комплектов постельного белья до пошива специальной униформы персонала гостиницы или костюмированного реквизита местного театра. Такой универсальный подход

требует от привлекаемого персонала не только добросовестное выполнение своих функций. Требуются также умения быстро переключаться с одного типа производства на другое, технологическая мобильность (профессиональные навыки работы на нескольких типах оборудования), а также желание работать в единой команде.

Управляющий-администратор. В обязанности управляющего кроме организации и контроля работы всего персонала также входит взаимодействие с ключевыми поставщиками и клиентами, различными контролирующими органами государственной и муниципальной власти. Также управляющий ведет первичную финансовую отчетность, управляет рекламным бюджетом компании, участвует как представитель компании в различных официальных и публичных мероприятиях местного уровня с целью создания и поддержания положительного имиджа компании.

Заместитель (помощник) управляющего по коммерческой работе. В круг обязанностей этой штатной единицы входит не только всесторонняя помощь руководителю компании в работе с ключевыми поставщиками и клиентами, но и непосредственное участие в подготовке контрактов, поиске новых каналов сбыта продукции, выстраивание долгосрочных отношений с поставщиками, потенциальными клиентами, посредниками и ателье.

Модельер-технолог. На эту должностную функцию возложена ответственность – насколько качественной и востребованной будет швейная продукция компании. В обязанность модельера – технолога входит подбор соответствующего стиля швейной продукции под требования заказчика – фактура ткани, расцветка, фасон и тип модели, раскройка и компоновка.

Раскройщик-технолог. В обязанность раскройщика входит раскройка ткани и подготовка для непосредственной обработки на швейных машинах и станках. Работа эта ответственная и требует от человека, занимающего эту должность, наличия профессионального опыта не менее 3 лет.

Швея-мотористка. В рассматриваемой схеме швейного производства предусмотрено задействование труда 6 профессиональных швей –

мотористок. Все швеи мотористки работают на основе взаимозаменяемости на имеющемся швейном оборудовании – в соответствии с заказами. Т.е. швея – мотористка должна уметь работать не только на основных видах швейных машин, но и на оверложных, пуговичных или петельных машинах – автоматах.

Кладовщик-уборщик. В обязанности данной штатной позиции входит оперативное управление складскими запасами, ответственное хранение, ведение учета готовых изделий, полуфабрикатов, а также расходных материалов и ЗИП швейного оборудования. В течение рабочего дня также производит уборку производственных и бытовых помещений. Кроме этого, периодически выполняет работу по упаковке готовых изделий (контроль работы полуавтоматической упаковочной машины).

Инженер-механик. В основные обязанности данной штатной единицы, которая будет задействована на 1\2 ставки оклада, входит ежедневный контроль работы всего оборудования производственного цеха, замена необходимых комплектующих частей, составление заявок на пополнение запчастями, ремонтной ведомости.

Для стимулирования работы персонала предусмотрены премиальные выплаты и бонусы. Для управляющего и его коммерческого заместителя предусмотрен премиальный процент от общего объема продаж по итогам каждого месяца. Для остального персонала предусмотрен режим ежеквартальных бонусов и премий по итогам года, в виде начисления фиксированной суммы из полученной компанией прибыли.

Кроме штатного персонала также предусмотрено использование услуг бухгалтера на аутсорсинге или удаленном типе работы.

Персонал	Кол-во	Зарплата на 1 сотрудника (руб.)	Зарплата Итого (руб.)
Управляющий	1	35 000	35 000
Заместитель по коммерческой работе	1	30 000	30 000
Модельер – технолог	1	30 000	30 000
Раскройщик – технолог	1	27 000	27 000
Швея – мотористка 1	1	25 000	25 000
Швея – мотористка 2	1	25 000	25 000

Персонал	Кол-во	Зарплата на 1 сотрудника (руб.)	Зарплата Итого (руб.)
Швея – мотористка 3	1	25 000	25 000
Швея – мотористка 4	1	25 000	25 000
Швея – мотористка 5	1	25 000	25 000
Швея – мотористка 6	1	25 000	25 000
Кладовщик – уборщик	1	21 000	21 000
Инженер – механик (1\2 ставки)	1	15 000	15 000
Бухгалтер (аутсорсинг)	1	30 000	30 000
Общий фонд ЗП руб.			338 000

7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Определяющим фактором, обеспечивающим конкурентоспособность швейного производства на современном российском рынке, является наличие качественного оборудования и тщательно подобранного помещения. В данном бизнес-проекте предусмотрено использовать следующие производственные мощности:

Производственное помещение. Для расчетного объема выпуска текстильной продукции и размещения предприятия с численностью штатного персонала в 12 человек выбрано помещение площадью 150 кв. м. В помещении, которое будет оборудовано в соответствии со всеми нормами СанПиНа, предусмотрена следующая планировка:

- Производственный цех, в котором будет постоянно работать 7-8 человек, площадь цеха – 70 кв. м.
- Офисное помещение для размещения рабочих мест управляющего, помощника по коммерции, конструктора – модельера – 20 кв. м.
- Комната отдыха и буфет для персонала – 15 кв. м
- Складское помещение 35 кв. м.
- Хозяйственное – бытовое помещение, включая санузел – 10 кв. м

Помещение берется в аренду у собственника сроком на 30 лет с последующим правом выкупа.

Оборудование. Для комплектования технической части производства текстильной продукции, предусмотрено использовать, как импортное (80%),

так и отечественное швейное оборудование (20%). Перечень данного оборудования выглядит следующим образом:

- прямострочная швейная машина;
- трикотажная швейная машина;
- оверлочная автоматическая машина;
- петельные и пуговичные швейные автоматы;
- столы для швейных машин;
- раскроечные столы;
- гладильный пресс;
- гладильная установка;
- упаковочный автомат;
- стеллаж складской;
- манекены;
- портняжные инструменты;
- компьютер с программным софтом для моделирования одежды;
- компьютеры для оборудования офисных рабочих мест
- офисная оргтехника;
- оборудование комнаты отдыха и буфета (мебель и столовый инвентарь);
- ЗИП для швейного оборудования;
- светильное оборудование;
- вентиляция и кондиционеры;
- пожарное оборудование и охранная сигнализация;
- хозяйственный инвентарь.

В качестве дополнительного оборудования в перспективе может быть приобретен собственный автомобильный транспорт для доставки готовой продукции клиентам.

Финансовый план

Инвестиции на открытие, руб.	
Регистрация, включая получение всех разрешений	30 000
Ремонт	1 000 000

Закупка текстиля и фурнитуры на первый месяц работы	800 000
Создание сайта плюс реклама на первый месяц	70 000
Закупка оборудования	1 020 000
Услуги транспортной логистики	30 000
Итого	2 950 000

Ежемесячные расходы на производство:

Ежемесячные затраты, руб.	
ФОТ (включая отчисления)	373 761
Аренда (150 кв. м.)	30 000
Амортизация	6 389
Коммунальные услуги	10 000
Реклама	50 000
Бухгалтерия (удаленная)	20 000
Закупка тканей и фурнитуры	931 525
Услуги логистики по графику (микрогрузовик) – аутсорсинг	30 000
Итого	1 451 675

8. ФАКТОРЫ РИСКА

Рынок текстильной продукции, т.е. швейного производства, всегда характеризуется высокой конкуренцией. Однако, кроме этого главенствующего фактора, могущего значительно влиять на доходность швейного бизнеса, существует группа рисков, которым следует уделить особое внимание.

Риск снижения спроса. В силу экономических и социальных факторов (рост безработицы, снижение доходов населения и корпоративного сектора, инфляция, кризисы) есть риск того, что спрос на швейную продукцию может быть снижен. Однако, как показала практика прошлых кризисов, падение спроса на швейную продукцию происходит лишь в отдельных сегментах рынка. Поэтому при падении спроса на один вид продукции, можно заменить предложением товара другого типа или вида. В рамках небольшого швейного предприятия переключиться на другой тип выпускаемой швейной продукции значительно проще и быстрее. Это является одной из самых действенных мер по нивелированию последствий падения спроса на рынке. Рекомендуется

иметь в портфеле заказов, как минимум, 3-4 вида выпускаемой продукции, ориентированной на разные классы клиентов.

Риск повышения издержек. Этот риск связан с ростом налоговой нагрузки, повышением цен на коммунальные услуги, электроэнергию, ставки аренды производственного помещения и закупки полуфабрикатов или сырья. Этот риск страхуется частичным резервированием финансовых средств, сырья на складе. Другим более результативным методом является внедрение в швейное производство инновационных методов – например, компьютерного моделирования, использование автоматических линий по раскройке, стирке и глажению. Также определенной мерой снижения издержек может быть перевод части персонала на работу в удаленном режиме, или привлечение для выполнения определенных функций, услуг аутсорсинговых компаний (например, охрана, логистика, обслуживание технического парка швейных машин).

Валютные риски. В швейном бизнесе нередко используются ткани (особенно шелковые или хлопчатобумажные), произведенные из импортного сырья. В данном случае может идти речь о риске, связанном с закупкой сырья за валюту. Для нейтрализации подобного риска можно использовать, как резервирование валютных средств на закупку, так и применять схемы валютного хеджирования (страхования) с использованием специальных банковских финансовых инструментов.