

Бизнес-план по созданию швейной мастерской «Швейный экспресс»

Разработала ученица 11А класса
МБОУ СШ №1 г.Ворсма Рыжонкова
Вероника Михайловна
Руководитель: Филиппова Татьяна
Ивановна

Резюме

Человек может быть одет броско, модно, стильно; добротно, качественно – все это всегда бросается в глаза. Не зря говорят: ВСТРЕЧАЮТ ПО ОДЕЖКЕ, а провожают по уму.

Сейчас такие времена, что приходится экономить буквально на всем, в том числе и на одежде. Сегодня не каждый может позволить обновлять свой гардероб каждый сезон, а уж следовать модным тенденциям и подавно.

Результатом настоящего проекта является организация работы портного по пошиву, ремонту одежды.



Цель и задачи

- Цель – выход на рынок и укрепление своих позиций на нем, впоследствии расширение производства.
- Задачи: - Сформулировать стратегию и тактику достижения цели
 - Выбрать состав и определить показатели товаров и услуг, которые будут предложены предприятием потребителям
 - Оценить финансовое положение фирмы и соответствие имеющихся финансовых и материальных ресурсов возможностям достижения поставленной цели.

Описание товара

Постоянные клиенты в таких местах, как правило, пользуются услугами «своего» мастера, знающего его предпочтения. В перечень услуг входит:

1. Пошив верхней одежды;
2. Пошив костюмов (женских и мужских);
3. Пошив легкого платья;
4. Пошив блузок, рубашек;
5. Ремонт одежды;
6. Ремонт кожаных изделий;
7. Пошив одежды из кожи;
8. Пошив изделий из меха.

Стоимость услуг колеблется от 300,00 руб. до 3000,00 руб. в зависимости от вида услуги. Конкуренция на рынке оказания услуг пошива одежды не так уж и велика, поэтому у меня есть, что предложить клиентам. Это новые дизайнерские оригинальные решения, качество пошитой на заказ одежды, разнообразие форм, стремление выполнить пожелания клиентов.

Маркетинг

Маркетинг - это комплексная система организации производства и сбыта продукции, ориентированная на удовлетворение спроса конкретных потребителей и получение прибыли на основе исследования и прогнозирования рынка, разработки стратегии и тактики поведения на рынке с помощью маркетинговых программ. В маркетинговые программы входят мероприятия:

- по улучшению товара и его ассортимента;
- изучению покупателя;
- изучению конкурентов;
- ценовая политика;
- формирование спроса;
- стимулирование сбыта и реклама;
- определение каналов сбыта;
- организация сервиса.

Маркетинг

МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

- Реклама - размещение объявления в газете, раздача визиток с номером телефона, расклейка рекламных объявлений на информационных щитах города, а так же распространение информации о данном предприятии в социальных сетях.
- Скидки - для стимулирования обращения в фирму клиентов скидка при групповом заказе (требующем 2 заказа и более).
- Купоны - купоны, дающие право на 10% скидку с цены в целях «перехвата» клиентов у конкурента

Финансирование и положения

- Собственные денежные средства - 35 944,00 руб.
- Центр занятости населения (инвестор) - 58 800,00 руб.
- **Требования потребителей к предоставляемой услуге:**
Качество и быстрота обслуживания, применение новых технологий и материалов.
- **Конкуренция:**
В районе похожие предприятия существуют в небольшом количестве.
- **Рынок сбыта:**
Основным сегментом рынка является население г. Ворсма и Павловского района.

Финансовый план

- Приобретение оборудования и спец. инвентаря = 73 100,00 руб.
- Приобретения расходных материалов = 10 000,00 руб.
- НДСЛ = 7 644,00 руб.
- Реклама = 4 000,00 руб.

ОБЩИЕ ЗАТРАТЫ = 94 744,00 руб.

Срок начала окупаемости проекта, когда он становится безубыточным - 8 месяцев, к концу восьмого месяца доход составит 5240,00 рублей. Таким образом, считаю, что данный проект является ЭФФЕКТИВНЫМ.

ПРИБЫЛЬ = 84908,00 руб.

Риски и гарантии

Риски:

- Инфляция
- Уменьшение чистой прибыли

Страхование риска:

- Гибкое ценообразование
- Постоянное проведение маркетинговых исследований
- Увеличение цены на услуги на 1,5%

Заключение

Проведенный анализ проекта позволяет говорить о том, что представленный проект бизнес-плана при условии получения инвестиций может быть реализован с высокой эффективностью. Следует отметить:

- Эффективность вложения финансовых ресурсов.
- Открытие дополнительных рабочих мест.

Считаю проект экономически обоснованным, социально значимым.

Данные об авторе

Меня зовут Рыжонкова Вероника Михайловна, мне 17 лет. На данный момент обучаюсь в школе. Я являюсь разработчиком данного бизнес-плана и уверена, что мое предприятие будет занимать ведущее место на рынке.



Хочу отметить, что мой опыт работы в этой сфере около 5 лет. С радостью выполню любой заказ!

Литература

- Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятия: Учебное пособие. 2-е изд.- М.: Финансы и статистика, 1998. - 208 с.: ил.
- Сафронов Н.А. Экономика организации (предприятия): Учебник для средне-специальных учебных заведений. -М.: Экономисты, 2004. - 251 с.
- Экономика предприятия. Серия «Учебники и учебные пособия» под редакцией профессора А.С. Пелиха 2004- 416с.