

# Бизнес-план:



PARASAT  
consulting



ҚР ҰҚП НПП РҚ  
АТАМЕКЕН

## Открытие швейного цеха



## СОДЕРЖАНИЕ

| №№<br>разде<br>лов | Наименование разделов  | №№<br>стр. |
|--------------------|--|------------|
|                    | <b>Резюме проекта</b>  | 4-5        |
|                    |  |            |
| <b>I.</b>          | <b>Описание проекта</b>  |            |
| 1.1.               | <i>Цель проекта</i>  | 5          |
| 1.2.               | <i>Место реализации проекта</i>  | 6          |
| 1.3..              | <i>Стоимость проекта и источники финансирования</i>                    | 6-7        |
| <b>II.</b>         | <b>Описание предприятия</b>  |            |
| 2.1.               | <i>Инициатор проекта</i>   | <b>7</b>   |
|                    |  |            |
| <b>III.</b>        | <b>Маркетинговый раздел</b>  |            |
| 3.1.               | Анализ рынка   | 7-8        |
| 3.2.               | Ситуационный анализ (SWOT)   | 8-9        |
| 3.3.               | Стратегия маркетинга   | 9-10       |
| 3.4.               | Исследование конкурентной среды  | 10-11      |
| 3.5.               | Ценовая политика   | 11         |
| 3.6.               | План реализации  | 11-12      |
|                    |  |            |
| <b>IV.</b>         | <b>Организационный раздел</b>  |            |
| 4.1.               | <i>План по персоналу</i>   | 13         |
| 4.2.               | <i>Организационная структура</i>                                       | 13         |
|                    |  |            |
| <b>V.</b>          | <b>Производственный раздел</b>   |            |
| 5.1.               | Описание продукции   | 13-16      |
| 5.2.               | Технология производства  | 16-17      |
| 5.3.               | Описание оборудования  | 18-21      |
| 5.4.               | Производственная программа   | 21         |
|                    |  |            |
| <b>VI.</b>         | <b>Финансовый раздел</b>   |            |
| 6.1.               | <i>Расчет стоимости единицы продукции и плана затрат</i>               | 21-22      |
| 6.2.               | <i>Расшифровка статей доходов от продаж</i>                            | 22         |
| 6.3.               | <i>Прогноз отчета о прибылях и убытках</i>                             | 22-23      |
| 6.4.               | <i>Прогноз отчета движения денежных средств</i>                        | 23         |
| 6.5.               | <i>Анализ проекта с помощью простых методов финансовой оценки</i>      | 24         |
| 6.6.               | <i>Анализ проекта с помощью динамических методов финансовой оценки</i> | 24         |
| 6.7.               | <i>Анализ без убыточности</i>  | 24-25      |
| 6.8.               | <i>Анализ эффективности проекта в условиях неопределенности</i>        | 25         |
|                    |  |            |
| <b>VII.</b>        | <b>Риски и факторы, снижающие риск</b>                                 | 25-28      |
| <b>VIII.</b>       | <b>Социальный раздел</b>   | 28-29      |

|            |  |                    |
|------------|--|--------------------|
|            |  |                    |
| <b>IX.</b> | <b>Экологический раздел</b>                          | 29                 |
|            |  |                    |
| <b>№№</b>  | <b>Приложения на 16 листах</b>                       | <b>К-во листов</b> |
| 1          | Производственная программа                           | 1                  |
| 2          | Прогнозный баланс                                    | 2                  |
| 3          | Прогноз доходов и расходов                           | 1                  |
| 3.1.       | <i>Штатное расписание</i>                            | 1                  |
| 3.2.       | <i>Расчет затрат по сырью</i>                        | 2                  |
| 3.3.       | <i>Расчет административных расходов</i>              | 1                  |
| 3.4.       | <i>Расчет расходов вспомогательного производства</i> | 1                  |
| 3.5.       | <i>Расчет потребности ГСМ</i>                        | 1                  |
| 3.6.       | <i>Расчет расходов по основному производству</i>     | 1                  |
| 3.7.       | <i>Расчет расходов по реализации</i>                 | 1                  |
| 3.8.       | <i>График погашения кредита</i>                      | 2                  |
| 4          | Прогноз отчета о движении денежных средств           | 2                  |
| 5          | Расчет ставки дисконтирования                        | 1                  |
| 6          | Расчет точки безубыточности                          | 1                  |
| 7          | Расчет показателей эффективности проекта             | 1                  |

## Резюме

Открыть свое швейное производство – это начать достаточно рентабельный и выгодный бизнес, который начнет приносить доход при правильном подходе к делу. Производство рабочей, защитной, зимней спецодежды предполагает изготовление не столько модных произведений искусства, с применением различных тканей, сколько использование удобного, высококачественного и ориентированного на защиту человека материала.

Во все времена швейное производство отличалось стабильностью и прибыльностью, поэтому открытие швейного цеха на сегодняшний день не будет исключением. Как и у любого надежного бизнеса должна быть основа. В данном случае основой станет профессиональный бизнес план швейного цеха, который описывает последовательность действий всей процедуры.

*Достоинства создаваемого нами предприятия несомненны:*

- ✓ Оснащенные современным, высокомеханизированным оборудованием наше производство по уровню производительности труда вполне сопоставимы с крупными предприятиями.
- ✓ Технологическое оборудование допускает быструю смену ассортимента с учетом меняющегося спроса потребителей.
- ✓ Широкий ассортимент, высокое качество товара.
- ✓ Экономное потребление энергии и небольшой объем работ по ремонту и обслуживанию техники.
- ✓ Значительная экономия производственных площадей. Небольшая потребность в персонале.
- ✓ Возможность открытия на базе магазина.
- ✓ Быстрая окупаемость проекта.
- ✓ - Создание 4 рабочих мест.

*Финансовая эффективность проекта*

Источником окупаемости инвестиций является чистый доход от реализации швейной продукции. (Таблица 1).

Таблица 1

| Финансово-экономические показатели проекта           | Значения |
|--|----------|
| Чистый приведенный доход <b>NPV</b> , тыс.тнг        | 4062,2   |
| Коэффициент внутренней нормы доходности, <b>IRR</b>  | 2,35     |
| Индекс рентабельности инвестиций, <b>PI</b> %        | 64       |
| Простой срок окупаемости инвестиций, <b>PP</b> , лет | 1,6      |
| Дисконтированный срок окупаемости, <b>DPP</b> , лет  | 2,1      |

Таким образом, представленный проект, является социально значимым, имеет высокий уровень доходности и способен в кратчайшие сроки развиваться за счет собственных средств.

Расчет по проекту произведен на 5 лет. Ставка дисконтирования, рассчитана по средневзвешенной стоимости капитала (WACC) и составляет 13 %

## I. Описание проекта

### 1.1. Цели и задачи проекта

Реализация данного проекта подразумевает привлечение финансовых ресурсов для строительства производственного помещения и создания предприятия по производству швейных изделий.

*В соответствии с данной целью в работе были поставлены и решены следующие задачи:*

- ✓ Выбор технологии производства;
- ✓ Определение ассортимента выпускаемой продукции;
- ✓ Выбор места расположения предприятия;

*Основной целью данного проекта является:*

- ✓ создание предприятия по производству швейных изделий;

*Основные задачи проекта:*

- ✓ постройка швейного цеха и инфраструктуры;
- ✓ покупка оборудования швейного производства;
- ✓ увеличение объемов производства, расширение ассортимента выпускаемой продукции;
- ✓ определение доли рынка и ее увеличение;

### **1.2. Место реализации проекта**

Местом реализации проекта предполагается Восточно –Казахстанская область ,город Шар.

### **1.3. Стоимость проекта, источники финансирования**

Общая стоимость проекта по производства швейной продукции 3000 тыс. тенге.

#### *Инвестиционный план*

*Таблица 2*

| <b>Структура инвестиционных вложений</b>      | <b>Сумма, тыс. тнг</b> |
|---|------------------------|
| <b><i>Собственные средства:</i></b>           | <b>0</b>               |
| <b><i>Заемные средства:</i></b>               | <b>3000</b>            |
| Электрическая машинка                         | 100                    |
| Оверлок                                       | 40                     |
| Ремонт помещение                              | 2280                   |
| Прочее оборудование , инструменты и материалы | 580                    |

В качестве заемных средств, планируется привлечение кредитных ресурсов по Программе «Дорожная карта бизнеса 2020»

#### *Условия кредитования*

*Таблица 3*

|   |                |
|---|----------------|
| Валюта кредита                                  | тенге          |
| Ставка вознаграждения, в год (%)                | 14             |
| Срок погашения, лет                             | 5              |
| Выплата процентов и основного долга             | ежемесячно     |
| Льготный период погашения процентов, мес.       | 0              |
| Льготный период погашения основного долга, мес. | 12             |
| Собственное участие 10 % от суммы кредита       | 1000           |
| Тип погашения основного долга                   | равными долями |

Источником погашения кредита будут являться доходы от реализации швейных изделий. В качестве обеспечения займа и собственного участия в проекте будут предложены основные средства.

## **II. Описание предприятия**

### **2.1. Инициатор проекта**

Инициатором представленного проекта является ИП «XXXXXXXX» Индивидуальный предприниматель, в рамках существующих законов Республики Казахстан и принятых на себя обязательств, несет ответственность за успешную реализацию настоящего проекта.

Таблица 4

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <i>Наименование предприятия</i> |  |
| <i>Адрес</i>                    |  |
| <i>Дата регистрации</i>         |  |
| <i>Свидетельство</i>            |  |
| <i>Контактное лицо</i>          |  |
| <i>Контактный телефон</i>       |  |

## **III. Маркетинговый раздел**

### **3.1. Анализ рынка**

В 2001 году Ассоциацией предприятий легкой промышленности был проведен анализ основных показателей производства и потребления продукции легкой промышленности в разрезе рынков одежды, чулочно-носочных изделий, ковров и обуви. В результате, было установлено, что статистически учитываемый импорт готовых изделий составляет лишь 10-12% против реальных объемов сбыта продукции на внутреннем рынке страны. Теневой оборот по одежде составлял 11 млн. штук. Сегодня теневой оборот по одежде составляет 25,4 млн.штук изделий в год. Доля официально декларируемого импорта составляет 1-2% против реальных объемов сбыта продукции на внутреннем рынке страны. 100% продукции реализуется без сертификатов.

Рентабельность предприятий швейной промышленности составляет 3-5%. Предприятия вынуждены специализироваться на производстве спецодежды для иностранных компаний, поскольку спрос со стороны отечественных не стабилен и ограничен.

Себестоимость швейных изделий в Казахстане остается одной из самых высоких среди стран СНГ, основной причиной чего является дороговизна тканей которые закупаются у других стран. Ассортимент и объем производства отечественных материалов не полностью удовлетворяет потребностям современных изделий, а их нехватка на рынке покрывается импортной продукцией, высокую стоимость которой определяют транспортные издержки. Необходимость развития собственного производства швейных изделий в республике представляется очевидной.

В целом же промышленность швейных изделий в РК имеет достаточно высокий потенциал для развития. Участники рынка швейной промышленности считают необходимым модернизировать действующие производства; развивать ресурсную базу; оптимизировать и упростить процедуры лицензирования; развивать национальную систему стандартизации и сертификации, увеличить бюджетное финансирование на научные исследования, урегулировать тарифы на железнодорожную перевозку грузов; обеспечить налоговые и тарифные льготы предприятиям-производителям высококачественной конкурентной продукции, проводить разъяснительную работу среди предприятий касательно возможностей получения таких

### ***3.2. Ситуационный анализ (SWOT)***

SWOT-анализ позволяет нам определить причины эффективной или неэффективной работы хозяйства на рынке, это сжатый анализ маркетинговой информации, на основании которого можно сделать вывод о том, в каком направлении должна развивать свою хозяйственную деятельность и в конечном итоге определить полученные ресурсы по сегментам.

Результатом анализа является разработка маркетинговой стратегии. Для стратегической перспективы, созданных в ходе реализации проекта, особенно значимы сильные стороны, так как они являются основой стратегии для достижения конкурентных преимуществ. В то же время хорошая стратегия требует анализа слабых сторон, для разработки мероприятий по их укреплению или устранению.

При анализе ситуации рынка и потенциала создаваемого предприятия были определены следующие сильные и слабые стороны проекта.

Таблица 5

| Сильные стороны товара   | Благоприятные факторы ситуации   |
|--|--|
| <p>-высокое качество товаров;</p> <p>- основная масса товара продается в непосредственной близости от производства;</p> <p>- мобильность предприятия, возможность быстрого реагирования на изменение спроса потребителей;</p> <p>- оснащение современным, высокомеханизированным оборудованием;</p> <p>-эффективность ценообразования;</p> <p>-наличие квалифицированных кадров.</p> | <p>- выгодное расположение;</p> <p>- свободный рыночный сегмент;</p> <p>- быстрая окупаемость проекта</p>  |
| Слабые стороны товара  | Неблагоприятные факторы ситуации и риски   |
| <p>- новизна бренда товара требует привлечения пристального внимания покупателей.</p>  | <p>- высокая чувствительность потребителей к ценам;</p> <p>- сильная конкуренция на рынке;</p> <p>- форс-мажор;</p> <p>- возможное увеличения тарифов на энергоносители.</p> |

### 3.3. Стратегия маркетинга

Общую стратегию маркетинга создаваемого предприятия можно сформулировать как внедрение на рынок с целью удовлетворения потребностей покупателей в высококачественных швейных изделиях в непосредственной близости от мест их проживания.

Маркетинговая стратегия на данном этапе заключается в долгосрочном согласовании возможностей швейного производства, с ситуацией на рынке. *В основе стратегии маркетинга лежат пять стратегических концепций:*

- ✓ выбор целевых рынков;
- ✓ сегментация рынка, т. е. выделение конкурентных целевых рынков в рамках совокупного;

- ✓ выбор методов выхода на них;
- ✓ выбор методов и средств маркетинга;
- ✓ определение времени выхода на рынок.

*Инструментами реализации маркетинговых мероприятий выступают:*

- ✓ совершенствование организационной структуры предприятия;
- ✓ разработка и введение на рынок нового товара;
- ✓ изучение рынков с целью формирования спроса и стимулирования сбыта;
- ✓ увеличение и обучение персонала;
- ✓ активное участие в выставках и ярмарках;
- ✓ создание сервиса и повышение эффективности производства;
- ✓ рекламные мероприятия;
- ✓ управление ценами.

С целью прогнозирования долговременных тенденций рынка привлеченными специалистами по маркетингу, были проведены исследования этих рынков методами:

- ✓ наблюдения за временными колебаниями потоков посетителей в торговых точках
- ✓ группового исследования посредством интервью и анкетных опросов.

В ходе анализа маркетинговых исследований конъюнктуры рынка, была определена степень его сбалансированности, прежде всего спроса и предложений, привычек и пожелания потребителей по качеству, товарному виду и цене предлагаемого товара.

### **3.4. Конкуренция**

В настоящее время в мире современного бизнеса в условиях жесткой рыночной конкуренции к числу наиболее актуальных проблем швейных предприятий относятся эффективность технологических процессов и качество выпускаемых изделий. Успешное решение данных вопросов в первую очередь связано с внедрением новых технологий и оснащением технологических процессов изготовления швейных изделий современным высокопроизводительным оборудованием. Многие казахстанские предприниматели недооценивают опасности конкуренции, поэтому целесообразно провести анализ по этой проблеме, так как даже если фирма — единственный производитель и продавец того или

иного товара в отрасли, она все равно сталкивается с конкурентными силами; ими могут быть новые (потенциальные) конкуренты, внедряющиеся в отрасль, возможна конкуренция со стороны товаров-заменителей, поставщиков (продавцов), клиентов (покупателей). Нельзя забывать, что одной из наиболее серьезных конкурентных сил в настоящее время на отечественном рынке выступают иностранные компании, которые привлекают покупателя если не качеством, то доступными ценами и более броской упаковкой и дизайном товара. Эти фирмы действуют жестко, руководствуясь собственными стратегическими целями.

При всем обилии конкурентов и наличии на рынке крупных производителей швейных изделий далек от насыщения. Прежде всего, это связано с повышенным интересом наших граждан к собственным производителям. Как уже говорилось выше, конкурировать в этом плане с крупными предприятиями очень просто. Ведь, на изменение ассортимента небольшого производства уйдет не много времени, а крупное предприятие должно провести полномасштабную реструктуризацию. Учитывая, что большинство крупных предприятий остались еще с эпохи Советского Союза, можно полагать, что многим из них требуется еще и тотальная модернизация производства.

Проектируемое предприятия единственное швейное производство по производству спецодежды и постельного белья в этом регионе ,поэтому у них серьезных конкурентов нет ,но спрос зависит от многих факторов особенно от качества выпускаемой продукции.

### ***3.5. Стратегия ценообразования.***

При формировании ценовой политики, предприятие учитывает все основные факторы, влияющие на цену своего товара. Исходным фактором цены являются собственные издержки плюс прибыль, учитывая при этом текущее соотношение спроса, предложения и темпы инфляции.

Кроме того при определении цены учитываются цены конкурентов на аналогичную продукцию, принимая во внимание и то, что в основном потребитель рассматривает цену как показатель качества.

### 3.6. План реализации

Главная задача, стоящая перед предприятием - расширение рынка сбыта продукции и укрепление завоеванных позиций посредством расширения ассортимента производимых товаров.

В целях следования стратегии развития предприятия тактический план необходимых мероприятий выглядит следующим образом:

- ✓ Использование внутренних потенциальных возможностей для повышения качества товаров.
- ✓ В сегодняшних экономических условиях сохранение отпускных цен на продукцию при стабильной рентабельности.
- ✓ Формирование покупательских предпочтений в сторону продукции предприятия.
- ✓ Расширение клиентурной базы в пределах города и региона.
- ✓ Обеспечение поддержки торговым представителям со стороны предприятия.
- ✓ Организация четкой обратной связи с клиентами.
- ✓ Продвижение товаров предприятия всеми доступными рекламными средствами.
- ✓ Обеспечение динамики развития конкурентных преимуществ - цены, качества, стабильности на рынке.
- ✓ Диверсификация товаров на основе разработки новых видов .

Для завоевания рынка, предполагается постоянное изменение и расширение ассортимента выпускаемых изделий, за счет разработки и внедрения новых видов, основанного на маркетинговых исследованиях потребительского спроса и предпочтения покупателей. Освоение и применение новых технологий производству швейных изделий. А также усиленное продвижение товаров с помощью рекламной компании выпускаемых видов товаров.

Сохранение стабильного, высокого качества выпускаемой продукции позволит рассматривать возможность корректировки ценовой политики для сохранения высокой рентабельности продуктов.

#### План реализации продукции

Таблица 6

| Наименование                | Годы реализации проекта |      |      |      |      | Итого |
|-----------------------------|-------------------------|------|------|------|------|-------|
|                             | I                       | II   | III  | IV   | V    |       |
| <b>Выручка в тыс. тенге</b> |                         |      |      |      |      |       |
| Постельное белье            | 3024                    | 3150 | 3339 | 3465 | 4095 | 17073 |
| Спецодежда в комплекте      | 3456                    | 3600 | 3816 | 3960 | 4680 | 19512 |

|                   |             |             |              |              |              |              |
|-------------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Медицинский халат | 2590        | 2700        | 2862         | 2970         | 3510         | 14634        |
| <b>Итого</b>      | <b>9072</b> | <b>9450</b> | <b>10017</b> | <b>10395</b> | <b>12285</b> | <b>51219</b> |

## IV. Организационный план

### 4.1. План по персоналу

Одним из важнейших факторов успешной реализации проекта, считает формирование сплоченной и опытной команды профессионалов, которая обеспечит решение намеченных задач, по осуществлению планов организации и стабильного развития, создаваемого предприятия.

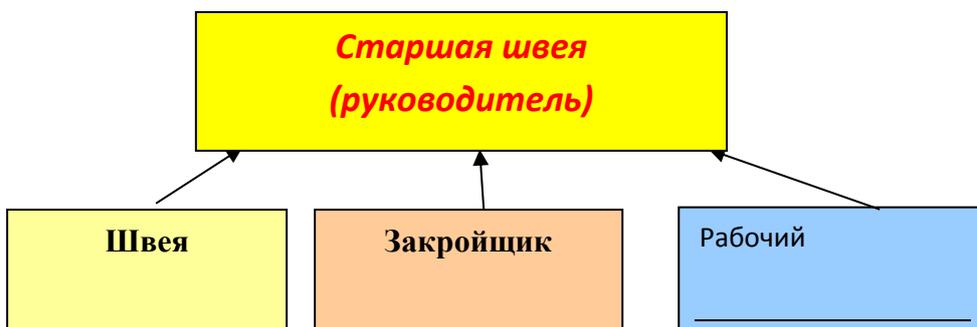
Поэтому, для формирования кадрового состава предприятия, будут привлекаться высококвалифицированные специалисты, имеющие опыт работы, обладающие высоким производственным интеллектуальным потенциалом, способные обеспечить высокий уровень организации и хозяйственной деятельности предприятия.

В соответствии со штатным расписанием количество работников швейного цеха составит 4 человек, в том числе:

Швея - 2  
 Закройщик - 1  
 Рабочий - 1

Для подробного ознакомления смотрите, пожалуйста, *Приложение 3.1.*

### 4.2. Организационная структура предприятия



## V. Производственный раздел



### 5.1. Описание продукции

Пошив спецодежды — это сложный технологический процесс, ведь спецодежда относится к числу наиболее широко применяемых средств индивидуальной защиты рабочих. Она должна удовлетворять следующим основным требованиям пошитая спецодежда должна:

- обеспечивать сохранение нормального функционального состояния человека и его работоспособности в течение всего периода пользования ею;
- предохранять от воздействия вредных производственных факторов;
- не оказывать общетоксического и кожнораздражающего действия;
- быть достаточно износостойкой и эстетичной.

*Пошив медицинских халатов* из качественного материала по самым выгодным ценам. Наша фирма будет предлагать своим клиентам услуги изготовления различной медицинской одежды, как для мужчин, так и для женщин.

Что является основным критерием для специальной медицинской одежды? Это в первую очередь, удобная и практичная форма одежды, которая должна быть максимально комфортной и легкой. Сотрудники различных



медицинских учреждений и аптек, должны быть сфокусированы на работе и не должны отвлекаться на вопросы не комфортной спецодежды. Мы предлагаем пошив качественной медицинской одежды, которая будет идеально сочетать такие гигиенические свойства как воздухопроницаемость и гигроскопичность. В работе мы используем только качественные, натуральные ткани и отделки.

Пошив медицинского халата или одежды начинается с процесса подбора дизайна и модели будущего костюма. Здесь необходимо изначально учитывать все профессиональные специализированные требования к медицинской спецодежде, в зависимости от направления деятельности (стоматолог, хирург, врач, медсестра, фармацевт и т.д.), а затем можно рассмотреть варианты современного кроя, которые в свою очередь позволяют зрительно скрывать какие-либо недостатки фигуры и выгодно подчеркнуть ее достоинства. Наличие современного оборудования и опытного квалифицированного персонала позволяет выполнять широкий спектр услуг. Принимаем заказы в индивидуальном порядке.

Медицинские халаты широко применяются для соблюдения санитарно-гигиенического режима в помещениях и с другой стороны - защитить работника и его одежду от загрязнения и инфекции и тем предотвратить разнесение инфекции.

*Рабочий полукомбинезон.* Полукомбинезон — предмет верхней одежды, представляющий собою соединение верхней части одежды и брюк.

Долгое время считался исключительно рабочей одеждой. Удобный, с множеством карманов, он не стеснял движений, собирал воедино костюм. Даже в своем рабочем варианте комбинезон имеет разные фасоны. Верхняя его часть может быть более или менее открытой. Форма комбинезона зависит от направления моды — он легко воспринимает все новые веяния.

Основное назначение спецодежды - гарантировать безопасность труда на предприятиях различной направленности, в аварийно-спасательных подразделениях и формированиях поисково-спасательных служб, в подразделениях гражданской обороны.

Обеспечение работников качественной и надежной спецодеждой является производственной необходимостью. Более того, можно с уверенностью сказать, что сегодня существует большое количество операций, успешное выполнение которых невозможно без использования одежды специального назначения.



Спецодежда должна выполнять защитную функцию, сохраняя при этом нормальное функционирование человеческого организма. Это означает, что спецодежда должна защищать, но в то же время не создавать дополнительные препятствия для производственного процесса. На поиск оптимального соотношения максимума защиты и минимума дискомфорта затрачиваются усилия многих людей - технологов, дизайнеров, химиков, портных.

*Постельное бельё* — изделия из ткани, используемые для обустройства постели. Понятие «постельное бельё» подразумевает единый комплект тканых изделий — обычно это пододеяльник, простыня, наволочка. Один стандартный комплект, как правило, включает 1 пододеяльник, 1 простыню и 2 наволочки. Всё бельё подразделяется на несколько категорий, в зависимости от величины матраса, подушек и одеяла, и бывает односпальным, полуторным и двуспальным. Постельное белье чаще всего шьют из хлопка. К тканям из хлопка относятся и наиболее часто применяемые - ситец, бязь, сатин. Ситец дешевый тонкий, лёгкий материал небольшой плотности. Постельное белье их ситца – практично и эстетично, не дает усадки, не линяет. Поэтому это самый популярный вид ткани для

пошива постельных принадлежностей. Постельное бельё из ситца имеет весьма высокую прочность за счёт чередования в соотношении 1:1 основных и уточных нитей. Сами нити, используемые для плетения достаточно толсты, но, не смотря на это, ткань получается лёгкой и узорчатой.

## ***5.2. Технология производства***

При изготовлении качественной и удобной спецодежды нужно использовать специальную технологию. Так, необходимо, чтобы все детали одежды, швы были четко определены по ее назначению. При пошиве спецодежды нужно учитывать вкусы, пожелания и требования клиентов.

*Рассмотрим технологию пошива спецодежды.*

При кройке деталей для уменьшения затрат материалов и времени используют автоматизированные элементы, т. е. оборудование для промера ткани и ее раскладки.

Применение современных, высокопроизводительных машин позволяет получить высококачественные изделия.

При использовании на швейных фабриках нового оборудования, специального программного обеспечения значительно экономится время на раскрой деталей одежды, подготовку лекал. При этом повышается в целом качество покроя одежды и готового изделия.

Автоматизация пошива одежды предусматривает сокращение ручного труда, вследствие чего уменьшается и вероятность ошибок. Задача работников сводится к загрузке ткани в накопитель, а после того, как произведен раскрой деталей, им необходимо полученные элементы одежды снять с конвейера.

При применении новых технологий на швейном производстве получается долговечная, прочная одежда.

*При этом используются следующие методы:*

Использование цепного стежка для соединения деталей одежды.

Использование этого метода позволяет получить эластичный и прочный шов.

Применение двухигольных машин для строчки карманов, наколенников позволит получить прочное соединение деталей.

При строчке швов, которые должны обладать повышенной прочностью, используют шов «взамок».

При обработке бретели применяют 4-х игольную машину цепного стежка, благодаря чему обеспечивается эластичность тесьмы, ее функциональность и привлекательный внешний вид.

Применение эластичной тесьмы, которая расположена по линии талии полукомбинезона, позволяет получить удобную посадку изделия на фигуре.

Благодаря использованию при строчке манжет 4-х игольной машины, получается манжет с повышенной жесткостью, что увеличивает износостойкость одежды.

Применение специальных закрепок, делает вид изделия современным и модным.

Таким образом, при внедрении новых технологий пошива спецодежды, изделие получается качественным, удобным и имеет привлекательный внешний вид.

## **5.2. Описание оборудования**

Швейное машиностроение относится к быстроразвивающимся отраслям, потребляющим высокие технологии, благодаря чему появление нового оборудования для предприятий, выпускающих швейные изделия, неизбежно.

В настоящее время промышленные швейные предприятия и предприятия бытового обслуживания населения располагают большим разнообразием швейного оборудования, которое обладает расширенными технологическими возможностями. Оборудование швейного производства чрезвычайно разнообразно по номенклатуре из-за различий выполняемых швейными машинами технологических операций и в зависимости от конструкции машин и принципов управления ими.

Технологические процессы изготовления швейных изделий во многом определяют конструкцию и устройство необходимого для их оснащения оборудования. С учетом назначения процесса, способа выполнения операций, а также формы и размеров обрабатываемых изделий создаются

целые виды и классы современного высокоэффективного оборудования, обеспечивающего изготовление изделий с наименьшими затратами времени при достижении наилучшего качества.

Производственное оборудование для швейного производства необходимо подбирать исходя из специфики и направленности производства.

Машины делятся:

Прямострочные- используют для пошива легкой и средней ткани (платья, блузы брюки);

Без посадочные (продвижение двойное) – для пошива тяжелых тканей пальтовой группы.

Трех тяговые – используются при пошиве изделий из кожи.

Также к производственному оборудованию для швейного производства относится оверлок- машина для обметывания срезов текстильных изделий, что обезопасит швы от распусканий и осыпаний, предавая красивый и аккуратный вид.

Если у вас есть возможность купить более дорогое оборудование предлагаем многониточные оверлоки функцией изменения шва.

В более экономном варианте — пятиниточный оверлок станет для вас просто находкой.

Специальные машины.

В швейном производстве к спец. машинам относятся:

Петельные – выполняющие высококачественную петлю на любом изделии независимости от материала;

Машины цепного стежка – особенность переплетений нитей на поверхности тканей, широкий выбор стежков, работа с трикотажем;

Плоскошовные машины — выполняет плоский шов, специально для обработки трикотажа;

Пуговичная – для пришивания этикеток и пуговиц.

Важно приобрести качественное и надежное оборудование, которое не будет ломаться и доставлять работникам постоянных проблем. Если предприниматель не знает отличительные особенности нужной для

мастерской техники, то необходимо обратиться за помощью к специалистам, которые смогут выбрать правильное оборудование. У поставщиков необходимо добиваться самых лучших и выгодных условий, чтобы они предоставляли большие скидки и долгую отсрочку оплаты.



Швейная машина при нынешнем разнообразии и свободном выборе одежды, постельного белья, кажется, уже постепенно уходит в прошлое. Во всяком случае, редко где встретишь обожаемый за ровную строчку, простоту и надежность 30-40 лет назад «Зингер», мало кто пользуется машинками Подольского завода с ручным или ножным приводом.

Сейчас бывает проще купить то, что хочется, чем выбирать ткань, кроить, шить. Вот и остались одни только любители кройки и шитья, и те, кто шьет по принуждению – например, из-за особенностей фигуры. Они-то точно знают, чем отличаются фабричные вещи от самодельных: качеством обработки швов (иногда это делается вручную) и особенно – петель. Оформить аккуратно вручную петли – это скрупулезный труд и огромный навык. Конечно, не составит большого труда сшить, например, наволочку. Тут и ручная машинка легко справится, просто это займет времени на полчаса больше – и все. А вот верхняя одежда, да еще и на пуговицах... Честно говоря, мало кто возьмется за такое, при условии работы на старой машинке, без оверлока.

Но современные швейные машины далеко ушли от своих предшественниц, как в плане функциональности, так и внешнего вида.

*Машина с механическим выбором швов (электромеханическая машина)*

Самые простые из современных, выбор вида шва и все регулировки выполняются, как правило, с помощью колесика на передней панели.

Обычно все операции подписаны и затруднений при работе не бывает. Такая швейная машина способна помочь Вам преодолеть небольшие затруднения в

шитье, проста в эксплуатации, при этом обладает приемлемым набором швов, в том числе и декоративных.

*Оверлоки.*



Основное предназначение этих швейных машин – обрезка и обработка осыпающихся краев ткани. Оверлок за единственный проход может обрезать край, стачать детали и обметать срез, препятствуя его распуску. Оверлок способен заменить нормальную швейную машину в редких случаях, но на самом деле, это независимое устройство. Тем не менее, если к оверлоку прилагается набор лапок, его штатные операции могут быть расширены режимом невидимой подгибки, пришива рюш, тесьмы.

*Перечень оборудования для производства швейных изделий*

*Таблица 7*

| <b>№<br/>п/п</b> | <b>Наименование оборудования</b> | <b>Кол-во,<br/>шт.</b> |
|------------------|----------------------------------|------------------------|
| 1                | Электрическая машинка            | 2                      |
| 2                | Оверлок                          | 1                      |
| 3                | Закройный станок                 | 1                      |
| 4                | утюг                             | 2                      |
| 5                | Утюженный стол                   | 2                      |

#### **5.4 Производственная программа**

В соответствии расчетам в первый год работы выпуск товаров будет составлять 450шт. в месяц. В последующие годы в период реализации продукции ежемесячный выпуск продукции будет составлять 5,5 тонны.

## План производства продукции

Таблица 8

| №<br>п/п | Наименование                       | Годы реализации проекта |               |               |               |               | Итого          |
|----------|------------------------------------|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
|          |                                    | I                       | II            | III           | IV            | V             |                |
|          | <b>Производственная мощность %</b> | <b>48</b>               | <b>50</b>     | <b>50</b>     | <b>53</b>     | <b>60</b>     |                |
| 1        | Постельное белье                   | 864,0                   | 900,0         | 900,0         | 954,0         | 1080,0        | 4698,0         |
| 2        | Спецодежда в комплекте             | 864,0                   | 900,0         | 900,0         | 954,0         | 1080,0        | 4698,0         |
| 3        | Медицинский халат                  | 864,0                   | 900,0         | 900,0         | 954,0         | 1080,0        | 4698,0         |
| 4        |                                    |                         |               |               |               |               |                |
|          | <b>Итого</b>                       | <b>2592,0</b>           | <b>2700,0</b> | <b>2700,0</b> | <b>2862,0</b> | <b>3240,0</b> | <b>14094,0</b> |

В дальнейшем планируется увеличить объем производства продукции, а также расширить ассортимент выпускаемой продукции.

## VI. Финансовый план

### 6.1. Расчет себестоимости единицы продукции и плана затрат

Расчет калькуляции себестоимости единицы швейных изделий, произведен по основным расходам, сгруппированным по экономическим элементам и статьям затрат:

- материальные затраты (сырье и материалы, тара и упаковочные материалы, энергозатраты)
- затраты на оплату труда
- соц. отчисления
- амортизация
- накладные расходы (административно-хозяйственные расходы, расходы по реализации, расходы по уплате процентов по кредитам банка и т.д.)

### 6.2. Расшифровка статей доходов от продаж

В соответствие с перспективным планом производственной программы разработан прогноз объемов реализации продукции по годам в пределах периода реализации проекта. В первый год работы предприятия по месяцам. Доходами от продаж указанной продукции является выручка от реализации.

### **6.3. Прогноз отчета о прибылях и убытках**

В данном разделе в сводном виде приведены прогнозы объемов продаж, состав и структура затрат, включая выплаты процентов по кредитам банка. Величина дохода от реализации товаров и как финансовый результат величина прибыли. Учитывая востребованность товаров на рынке, в течение прогнозируемого периода резких сезонных колебаний не наблюдается. Таблица составлена с разбивкой на каждый год за весь период реализации проекта.

#### *Прогноз доходов и расходов*

*Таблица 9*

| Показатели                       | Годы реализации проекта |             |             |             |             | Итого       |
|----------------------------------|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                                  | I                       | II          | III         | IV          | V           |             |
| Выручка от реализации            | 9072                    | 9450        | 9450        | 10017       | 11340       | 49329       |
| Производственные затраты         | 7400                    | 7425        | 7430        | 7430        | 7435        | 37121       |
| Операционные издержки            | 3000                    | 300         | 300         | 300         | 300         | 1500        |
| Операционная прибыль             | 1372                    | 1725        | 1720        | 2287        | 3605        | 10708       |
| Погашение % по кредиту банка     | 420                     | 373         | 175         | 104         | 33          | 1104        |
| <b>Прибыль до уплаты налогов</b> | <b>952</b>              | <b>1353</b> | <b>1545</b> | <b>2183</b> | <b>3572</b> | <b>9604</b> |
| Налог от дохода (3%)             | 272                     | 284         | 284         | 301         | 340         | 1480        |
| Чистая прибыль                   | 680                     | 1069        | 1261        | 1882        | 3232        | 8124        |
| <b>Уровень рентабельности %</b>  | <b>8</b>                | <b>13</b>   | <b>16</b>   | <b>24</b>   | <b>42</b>   | <b>20</b>   |

Для подробного ознакомления смотрите, пожалуйста, *Приложение 3*

### **6.4 Прогноз движения денежных средств**

Основной задачей прогнозирования движения денежных средств, является поддержание ликвидности проекта, т.е. возможность вовремя рассчитаться по своим обязательствам

*Прогноз движения денежных средств*

*Таблица 10*

| Статьи   | Годы реализации проекта |             |             |             |             |
|--|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|  | I                       | II          | III         | IV          | V           |
| <b>I. Наличность на начало отчетного периода</b>       | <b>0</b>                | <b>980</b>  | <b>1635</b> | <b>2458</b> | <b>3018</b> |
| <b>II. Движение ДС от операционной деятельности</b>    |                         |             |             |             |             |
| Всего приток от операционной деятельности              | 9072                    | 9450        | 94550       | 10017       | 11340       |
| Всего отток по операционной деятельности               | 8092                    | 8044        | 7878        | 8706        | 10440       |
| Чистый поток от операционной деятельности              | 980                     | 1406        | 1572        | 1311        | 900         |
| <b>III. Движение ДС от инвестиционной деятельности</b> |                         |             |             |             |             |
| Всего приток от инвестиционной деятельности            | 0                       | 0           | 0           | 0           | 0           |
| Всего отток от инвестиционной деятельности             | 3000                    | 0           | 0           | 0           | 0           |
| Чистый поток от инвестиционной деятельности            | -3000                   | 0           | 0           | 0           | 0           |
| <b>IV. Движение ДС от финансовой деятельности</b>      |                         |             |             |             |             |
| Всего приток от финансовой деятельности                | 3000                    | 0           | 0           | 0           | 0           |
| Всего отток от финансовой деятельности                 | 0                       | 750         | 750         | 750         | 750         |
| Чистый поток от финансовой деятельности                | 3000                    | -750        | -750        | -750        | -750        |
| <b>V. Конечная наличность</b>                          | <b>980</b>              | <b>1635</b> | <b>2458</b> | <b>3018</b> | <b>1668</b> |

Таблица демонстрирует обеспеченность денежными ресурсами данного проекта по каждому периоду. Исходные данные в этой таблице корреспондируются с прогнозом отчета о прибылях и убытках. Расчет потока наличности произведен за первый год реализации проекта по месяцам, в последующем на каждый год за весь период реализации проекта.

Для подробного ознакомления смотрите, пожалуйста, *Приложение 4*

**6.5 Анализ проекта с помощью простых методов финансовой оценки**

Простая окупаемость проекта 1,6 месяца  
Прибыль по проекту 9604,19 т.тнг  
Текущая стоимость проекта 7062,2 т.тнг

### **6.6 Анализ с помощью методов дисконтирования**

Чистая текущая стоимость проекта 4062,2 т.тнг  
Внутренняя норма рентабельности 2,35, при сопоставлении IRR с нормой дисконта( $E$ ) имеем положительный результат, т.е.  $IRR > E$ .  
Дисконтированный срок окупаемости составляет 2,1  
Индекс рентабельности вложенного капитала 64%

Для подробного ознакомления смотрите, пожалуйста, *Приложения 7*

### **6.7 Анализ безубыточности**

Анализ безубыточности демонстрирует предельно допустимый объем продаж, который позволит работать предприятию без прибыли и убытка, то есть покрывать постоянные расходы.

Точка безубыточности - это стадия, на которой компания может начать получать прибыль. Разница между безубыточным и прогнозируемым объемом продаж, называется зоной финансовой безопасности, чем выше этот показатель, тем прочнее финансовое состояние предприятия. На протяжении всего проекта прогнозируемые объемы продаж значительно выше величины в критической точке. Это служит подтверждением о наличии необходимого запаса финансовой прочности. И служит подтверждением того, что предприятие в состоянии погасить кредит, даже в неблагоприятных для него экономических условиях.

В соответствие с проектом, предприятие планирует закупить оборудование для швейного производства. Пополнить оборотные средства, увеличить объемы производства с применением прогрессивных технологий. Благоприятные условия и более долгие сроки кредитования позволят снизить себестоимость товара, оптовые цены на основные виды товаров и увеличить рентабельность предприятия.

Для подробного ознакомления смотрите, пожалуйста, *Приложение 6*.

### **6.8 Анализ эффективности проекта в условиях неопределенности**

При проведении анализа в условиях неопределенности были произведены расчеты точки безубыточности для производства швейных изделий .

Анализ безубыточности вновь создаваемых предприятий, демонстрирует предельно допустимый объем производства и продаж, который позволит работать предприятиям без прибыли и убытка, то есть покрывать постоянные расходы.

Точка безубыточности - это стадия, на которой компания может начать получать прибыль. Разница между безубыточным и прогнозируемым объемом продаж, называется зоной финансовой безопасности, чем выше этот показатель, тем прочнее финансовое состояние предприятия. На протяжении всего проекта прогнозируемые объемы продаж значительно выше величины в критической точке. Это служит подтверждением о наличии необходимого запаса финансовой прочности. И служит подтверждением того, что предприятия, даже в неблагоприятных для него экономических условиях, остаются прибыльным.

По результатам расчетов показатели зоны финансовой безопасности колеблются от 35,2 до 154,5%. Коэффициент покрытия постоянных расходов составит от 1,2 до 1,7.

Для подробного ознакомления смотрите, пожалуйста, *Приложения б*

## **VII. Риски и факторы, снижающие риск.**

По структурному признаку *коммерческие риски* делятся на:

- ✓ имущественный;
- ✓ производственный;
- ✓ маркетинговый;
- ✓ деловой;
- ✓ отраслевой.

**Имущественные риски** - это риски, связанные с вероятностью потерь имущества предпринимателя по причине кражи, диверсии, халатности, перенапряжения технической и технологической систем и т.п. Величина риска 3%.

***Мероприятия по снижению рисков:***

Заключение договоров со страховыми компаниями по страхованию риска потери имущества

- ✓ Страхование отгруженной предприятием продукции на период ее перевозки, при поставках в города РК и другие республики СНГ. Страхование транспортных средств.
- ✓ Прогнозирование циклических колебаний конъюнктуры рынка, их учет в производственных планах.
- ✓ Принятие других антикризисных мер на уровне предприятия: повышения уровня ликвидности за счет ускоренной реализации готовой продукции, сокращения товарных запасов, закупа материалов, запасных частей и т.п.
- ✓ Контроль обеспечения предприятия соответствующим противопожарным оборудованием и охранной системой.

**Производственные риски** - риски, связанные с вероятностью (возможностью) невыполнения предприятием своих обязательств по контракту или договору с заказчиком, риски реализации товаров и услуг, ошибки в ценовой политике, риск банкротства. Величина риска 5,0 %.

***Мероприятия по снижению рисков:***

- ✓ Постоянный контроль ситуации по объемам поставок и качества сырья.
- ✓ Более тщательное прогнозирование цен в краткосрочных и среднесрочных планах. - Заключение долгосрочных контрактов «с условным требованием».
- ✓ Соблюдение графиков ППР, что позволит предотвратить аварийные и незапланированные остановки производства.
- ✓ Высокое качество товара, строгий контроль экологической чистоты всех ее компонентов, систематическое изучение потребительского спроса, высокая организация производства и технологического процесса, позволит предприятию выполнить обязательства перед покупателями.

**Маркетинговые риски** связаны с возможностью получения убытка по причине снижения конкурентоспособности товаров фирмы в целом, ухудшения ценовой и ассортиментной политики и т.д. Величина рисков 5,5%.

***Мероприятия по снижению рисков:***

- ✓ Выявление причин риска посредством детального анализа допущенных ошибок

в маркетинговой деятельности и оперативное принятие управленческих решений по результатам анализа.

- ✓ Создание комплекса маркетинговых мероприятий по оценке возможного риска и проведению коммерческой, финансово-кредитной, производственной, торгово-сбытовой и организационной деятельности, направленной на снижение уровня риска или на его страхование.
- ✓ Постоянное улучшение качества, совершенствование рецептурных решений, применение прогрессивных технологий,
- ✓ Усиление рекламной кампании.
- ✓ Прогнозирование возможной реакции конкурентов на деловую активность предприятия.
- ✓ Планирование контрмер в программе маркетинга.
- ✓ Оценка положения на рынке выпускаемой продукции, исследование факторов ее конкурентоспособности, изучение тенденций развития товарной структуры рынков и выработка основных направлений товарной стратегии
- ✓ Другие маркетинговые мероприятия, обеспечивающие снижение степени риска, увеличение рынков сбыта.

**Деловой риск** определяется такими факторами, как организационно-технический потенциал предприятия, эффективность производственной и инновационной деятельности, устойчивость финансового положения, эффективность системы управления, сложность выпускаемого товара и др. Величина риска 1,5%.

#### ***Мероприятия по снижению рисков:***

- ✓ Тщательная аналитическая работа при определении приоритетных направлений деятельности предприятия.
- ✓ Более глубокая предварительная оценка рентабельности реализации производимых товаров.
- ✓ Проведение оперативных мероприятий и внесение изменений в планы производства и реализации товаров.
- ✓ Ограничение доступа в лабораторию и экспериментальные участки.
- ✓ Тщательный подбор специалистов высшего и среднего звена, стимулирование их деятельности.
- ✓ Профессиональная подготовка и переподготовка управленческих кадров.

- ✓ Совершенствование процесса управления, организация контроля.

**Отраслевой риск**, связан со спецификой отдельных отраслей. Развитие негативных событий в отдельной отрасли. Величина риска 1,0%

***Мероприятия по снижению рисков:***

- ✓ Разработка направлений деятельности в условиях кризиса или существенных экономических изменений.
- ✓ Сочетание деятельности в своей отрасли с деятельностью в смежной и более устойчивой отрасли. Например, в области продаж лекарственных препаратов или строительных материалов.
- ✓ Само производство и реализация швейных изделий, является самой устойчивой отраслью к изменениям внешнеэкономических условий.

Для оценки рисков принята следующая градация:

- ✓ низкий (1-3%)
- ✓ средний (4-6%)
- ✓ высокий (7% и более)

В соответствии с выше приведенным определением, максимальный размер рисков при реализации предлагаемого проекта составляет 16,0 %.

Такая величина рисков не оказывает драматического влияния на изменение финансовой устойчивости предприятия.

## **VIII. Социальный раздел**

Реализация проекта дает экономические выгоды инициатору проекта, позволяет расширить ассортимент швейных изделий местного производства и обеспечить население региона качественными товарами по доступной цене. В ходе реализации проекта дополнительно будут созданы 4 рабочих места.

Достоинствами выпускаемой изделий являются:

- ✓ Предлагаемый ассортимент и гибкая система ценообразования, которые делают товар доступным для населения с любым уровнем дохода.
- ✓ Систематическое улучшение качества товаров на основе совершенствования технологического процесса, гибкость технологического процесса, позволяющая мгновенно реагировать на изменяющиеся запросы потребителей.

## **IX. Экологический раздел**

В настоящее время, выполнена предварительная количественная и качественная оценка воздействия на окружающую среду при реализации данного проекта.

*На основании проведенной работы можно сделать выводы:*

- ✓ Воздействие на атмосферный воздух не происходит - СЗЗ и в жилой зоне превышения ПДК по всем ингредиентам не намечается, так как проектируемые источники выбросов загрязняющих веществ значительно ниже существующих в настоящее время.
- ✓ Воздействие на подземные воды, со стороны их загрязнения, не происходит.

Воздействие на поверхностные воды, со стороны их загрязнения, не происходит.

- ✓ Воздействие на почву в пределах влияния предприятия оценивается как допустимое.