

## ПРОЕКТ З НАДАННЯ ПОСЛУГ ПОШИТТЯ ТА РЕМОНТУ ОДЯГУ

**Сердюкова Л.О.**, учасник проекту «Норвегія-Україна.  
Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»  
**Демчук О.М.**, к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування  
*Таврійський державний агротехнологічний  
університет імені Дмитра Моторного*

Якщо у вас виникла ідея організувати свій бізнес, то відкриття ательє з пошиття та ремонту одягу – це справа, яка не потребує великих капіталовкладень, але приносить, хоча і не великий але сталий дохід.

Маленькі ательє на ринках, в торгових центрах, магазинах користуються великим попитом, адже дуже часто виникає необхідність підкорегувати куплений наряд, а саме підшити брюки, ушити плаття чи блузу.

Зміст нашого проекту полягає у наданні послуг з пошиття та ремонту одягу. Конкурентною перевагою проекту є те, що перелік послуг не обмежується пошиттям жіночого одягу нестандартних розмірів, а приділяється увага дітям та чоловікам.

Цінність пропозиції є надання широкого профілю послуг: пошиття, перекроювання та ремонт жіночого, чоловічого та дитячого одягу, пошив сучасного одягу для осіб з нестандартними параметрами, дизайнерські послуги з перешиття одягу (збільшення/зменшення розміру одягу), виготовлення верхнього одягу, спідньої білизни, купальних костюмів.

Ключові фактори ринкового середовища, які можуть вплинути на економічні результати діяльності ресторану:

- рівень конкуренції серед ательє, що надають послуги в одному регіоні;
- платоспроможність клієнтів, у яких є потреба у індивідуальному пошитті одягу;
- різний підхід до пошиття жіночого, дитячого та чоловічого одягу;
- залежність роботи ательє від поставок тканини, фурнітури.

Назва проекту ательє з пошиття одягу «Size plus». Назва проекту походить від англійського слова «розмір» та «плюс», що є концепцією проекту: допомога людям з нестандартними фігурами бути модними та стильними, мати змогу одягатися сучасно. Лого проекту відображає ножиці та «плюс», що символізує кравця та розмір

одягу. Одяг, пошитий в нашому ательє буде відрізнятися своєю елегантністю, підкресленням всіх переваг вашої фігури.

Для ефективної діяльності малого бізнесу, важливу роль відіграє реклама у соціальних мережах, на форумах міста, розповсюдження листівок по найближчих магазинах одягу, речових ринках, поштових скриньках, розклеювання об'яв на стовпах, біля парадних.

Основним каналом збуту послуг є система В2С, таким чином бажано буде використовувати інструменти прямого маркетингу. Задля комунікації із потенційними клієнтами та споживачами буде проведено низка презентацій моделей одягу на міських, районних заходах.

Вартість капіталовкладень в цей проект відносно невелика. Основними витратами стануть виплата заробітної плати та нарахування на неї -175680грн, оренда приміщення в рік становитиме 8400,00грн, та на закупівлю обладнання та інвентарю необхідно буде витратити 48500,00грн. В якості реклами та маркетингу враховані витрати на проведення презентацій на місцевих заходах, банери, листівки, візитки. Чистий прибуток складе 25,8 тис грн. Рентабельність ресторану – 9,7%.

Виходячи з представлених розрахунків в рамках прикладу складання бізнес-плану відкриття ательє з пошиття та ремонту одягу, можна зробити висновок, що вкладення в цей бізнес окупляться менш ніж за рік. Тому даний проект є досить перспективним.

### **Список використаних літературних джерел:**

1. Куліш Т.В. Маркетингове дослідження поведінки споживачів на ринку плодово-ягідної продукції. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) № 3 (39), 2019. с. 72-81.*

2. Куліш Т.В. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень *Формування ринкової економіки [Електронний ресурс]: зб. наук. праць. К.: КНЕУ, 2011. Ч. 2. С. 142–149. – Режим доступу: <http://ir.kneu.kiev.ua:8080/handle/2010/1157>*

3. Коноваленко А.С., Болтянська Л.О., Трачова Д.М. Від ідеї до власної справи: Навчальний посібник. Мелітополь: ВПЦ «Люкс», 2017. 278 с.

4. Шквиря Н.О. Сутність та особливості маркетингового планування конкурентоспроможності продукції *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) № 3, 2016. с. 146-152.*