

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет економіки та управління
Кафедра бізнес-економіки та підприємництва

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітньо-професійна програма «Підприємництво»

Заочна форма навчання

**КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА
ХОЛОДНОЇ ПОЛІНИ ВОЛОДИМИРІВНИ**
на тему «ОБҐРУНТУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ ВІДКРИТТЯ
ШВЕЙНОГО ЦЕХУ»

*Робота виконана з дотриманням основних принципів та фундаментальних
цінностей академічної доброчесності _____ Холодна П.В*

Науковий керівник:
канд. екон. наук, доц.
_____ Оксана Швидка

Робота допущена до захисту в ЕК «__» _____ 2023р. протокол № __

Зав. кафедри бізнес-економіки
та підприємництва,
докт. екон. наук, проф.

Інна РЄПІНА

Київ 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ.....	5
1.1. Конкурентний аналіз та визначення ринкових можливостей відкриття швейного цеху	5
1.2. Опис інституційних чинників та їх вплив на реалізацію підприємницької ідеї.....	18
РОЗДІЛ 2 ДИЗАЙН БІЗНЕС ІДЕЇ ВІДКРИТТЯ ШВЕЙНОГО ЦЕХУ	25
2.1. Розробка бізнес-моделі швейного цеху	25
2.2. Визначення технічних аспектів реалізації підприємницької ідеї	37
2.3. Вибір джерела фінансування реалізації обраної підприємницької ідеї	42
РОЗДІЛ 3 ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ ПО ВІДКРИТТЮ ШВЕЙНОГО ЦЕХУ	48
3.1. Розробка організаційних заходів по відкриттю швейного цеху	48
3.2. Оцінка економічної ефективності реалізації підприємницької ідеї	53
ВИСНОВКИ	59
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ.....	62
ДОДАТКИ.....	69

ВСТУП

В умовах зростаючої конкуренції підприємництво є необхідною складовою успішної економічної стратегії. Конкуренція, незважаючи на свою складність, також відкриває широкі можливості для тих, хто готовий взяти на себе ризики та знайти нові шляхи до успіху.

Започаткування власної справи, а саме відкриття швейного цеху в Україні є перспективною ідеєю, оскільки попит на ремонт та пошив якісного модного одягу зростає, люди все більше звертають увагу на власний стиль та якість одягу, що вимагає розширення виробництва його українськими виробниками. З іншого боку, відкриття швейного цеху в Україні надає можливості для зменшення залежності від імпорту текстильних товарів. Завдяки власному виробництву українські компанії можуть мати більший контроль над якістю та термінами поставки продукції. В той же час, світовий ринок текстильних товарів постійно зростає, особливо в сегменті модного одягу та текстильних виробів високої якості. Відкриття швейного цеху в Україні дозволить використовувати цей попит на якісні товари і отримувати стабільний прибуток. Крім того, зарубіжні партнери можуть зацікавитись співпрацею з українськими виробниками через доступну працю та конкурентоспроможні ціни. Проте відкриваючи власне підприємство, варто врахувати усі ризики, які можуть спіткати у ході функціонування, та чітко протидіяти їм.

Мета дипломної роботи полягає у дослідженні теоретичних аспектів та наданні практичних рекомендацій із розробки та обґрунтування ідеї відкриття швейного цеху і визначення перспектив його розвитку.

Для досягнення мети були сформульовані наступні завдання:

- 1) Провести конкурентний аналіз та визначити ринкові можливості відкриття швейного цеху
- 2) Описати інституційні чинники та їх вплив на реалізацію підприємницької ідеї

- 3) Розробити бізнес-модель швейного цеху
- 4) Визначити технічні аспекти реалізації підприємницької ідеї
- 5) Вибрати джерело фінансування реалізації обраної підприємницької ідеї
- 6) Розробити організаційні заходи по відкриттю швейного цеху
- 7) Оцінити економічну ефективність та доцільність реалізації підприємницької ідеї

Об'єктом дипломної роботи є процес обґрунтування реалізації підприємницької ідеї відкриття швейного цеху.

У дослідженні будуть використані методи аналізу та порівняльного аналізу, дослідження ринку, узагальнення, а також економічні методи оцінки доцільності відкриття підприємства.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання результатів для підготовки бізнес-плану відкриття швейного цеху, залучення інвестицій та розвитку власного бізнесу в цій сфері.

РОЗДІЛ 1

АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ

1.1. Конкурентний аналіз та визначення ринкових можливостей відкриття швейного цеху

Швейна галузь є однією з найбільш поширених галузей виробництва, що займається створенням різних видів одягу та текстильних виробів. Ця галузь є досить розвиненою і має свої особливості, які варто відзначити.

Основною особливістю швейної галузі є те, що вона дуже залежить від модних тенденцій та технологій виробництва. Кожного сезону виробники повинні пристосовуватися до змін у моді та відповідно до цього вносити зміни у свої колекції. Крім того, швейна галузь характеризується великою кількістю невеликих виробників, які зазвичай спеціалізуються на вузькому асортименті продукції.

Ще однією особливістю швейної галузі є велика кількість етапів виробництва. Це означає, що на виробництві одягу працює багато різних спеціалістів: дизайнери, технологи, кроївники, швачки, прасувальники тощо. Крім того, в процесі виробництва застосовуються різноманітні матеріали та технології, що вимагає від спеціалістів широких знань та досвіду.

Відмітною особливістю швейної галузі є те, що вона є досить працеінтенсивною. Багато процесів виробництва вимагають ручної праці, що зумовлює високі витрати на оплату праці. Крім того, виробництво одягу і текстильних виробів часто пов'язане з певними ризиками для здоров'я працівників, такими як контакт з хімічними речовинами, шум та вібрація, а також небезпека порізів та опіків. Тому в швейній галузі необхідно дотримуватися високих стандартів безпеки та охорони праці, а також забезпечувати працівникам необхідне оснащення та інструменти для роботи.

Також особливістю швейної галузі є значна конкуренція на ринку. Виробники одягу та текстильних виробів постійно змагаються за клієнтів, пропонуючи їм якісніші, модніші та більш економні товари. Це означає, що швейні компанії повинні постійно удосконалювати свої технології та виробничі процеси, щоб зберегти свої позиції на ринку.

Однією з переваг швейної галузі є те, що вона може бути досить локалізованою. Це означає, що виробництво одягу та текстильних виробів може бути розташоване досить близько до місця збуту, що дозволяє зменшувати витрати на транспортування та зберігання товарів. Крім того, швейна галузь може бути важливою галуззю для розвитку економіки окремих країн, забезпечуючи робочі місця та доходи для місцевого населення.

Отже, швейна галузь є складною та багатогранною галуззю виробництва, яка вимагає від спеціалістів широких знань та досвіду. В той же час, вона є досить локалізованою та може бути важливою галуззю для розвитку економіки окремих країн.

Загальна економічна інформація про світовий ринок одягу наведена на рис. 1.1.

Очікується, що зростання попиту на покупки в Інтернеті сприятиме зростанню ринку виробництва одягу. Виробники тепер можуть продавати свою продукцію на більшій платформі, ніж раніше, що збільшить їхню клієнтську базу географічно, сприяючи зростанню ринку виробництва одягу. Наприклад, у таких країнах, як Індія, портали електронної комерції сприяли збільшенню продажів традиційного одягу, надавши більше доступу виробникам, які були обмежені однією географією, де була розташована ткацька спільнота.

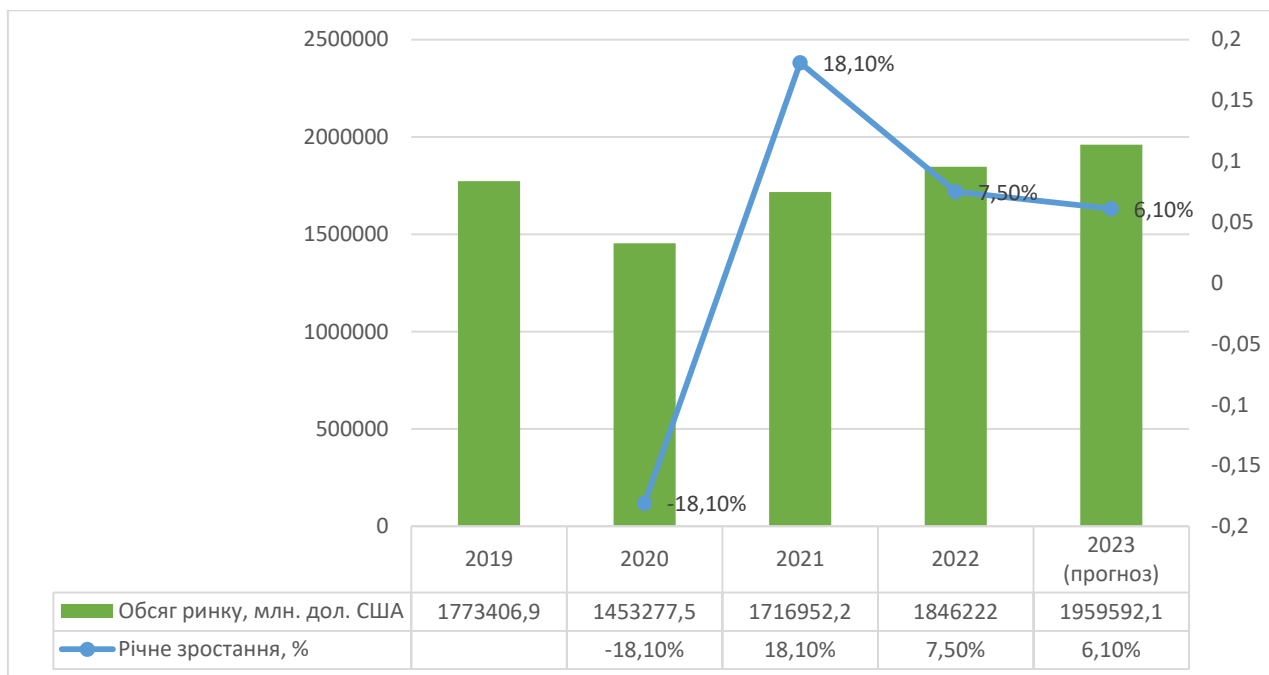


Рисунок 1.1 – Обсяг світового ринку одягу та взуття

Джерело: складено автором на основі [6]

У 2022 році спалах коронавірусу (COVID-19) став масовим стримуючим фактором для ринку виробництва одягу, оскільки ланцюги поставок були порушені через торговельні обмеження, а споживання скоротилося через карантини, запроваджені урядами в усьому світі. Заходи національних урядів щодо стримування передачі призвели до припинення виробничої діяльності та зниження економічної активності з країнами, які перейшли в стан «блокування», а спалах негативно вплинув на бізнес протягом 2020 року та до 2021 року. Однак очікується, що ринок виробництва одягу оговтається від шоку протягом наступних років, оскільки це подія «чорного лебедя» і не пов'язана з поточними чи фундаментальними слабкостями ринку чи глобальної економіки [4].

Основні компанії на ринку одягу включають Nike Inc., VF Corp, Adidas AG, Hanesbrands Inc., Levi Strauss & Co., Kering SA, Under Armour Inc., Mitsui, Berkshire Hathaway Inc. і Itochu Corp.

У 2022 році Західна Європа була найбільшим регіоном на ринку одягу. Азіатсько-Тихоокеанський регіон був другим за величиною регіоном на

ринку одягу. На Сполучені Штати та Китай припадає більшість світового попиту на одяг. Нижче відобразимо п'ять ринків із найбільшим розміром ринку у 2021 році в мільйонах доларів США (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 - Найбільші світові ринки одягу та взуття у 2021 році, млн. дол. США

Країна	Розмір ринку, млн. дол. США
Китай	427 153,9
США	364 136,6
Великобританія	70 734,8
Німеччина	69 957,3
Японія	65 764,0

Джерело: складено автором на основі [6]

Світовий ринок одягу сегментований (рис. 1.2).

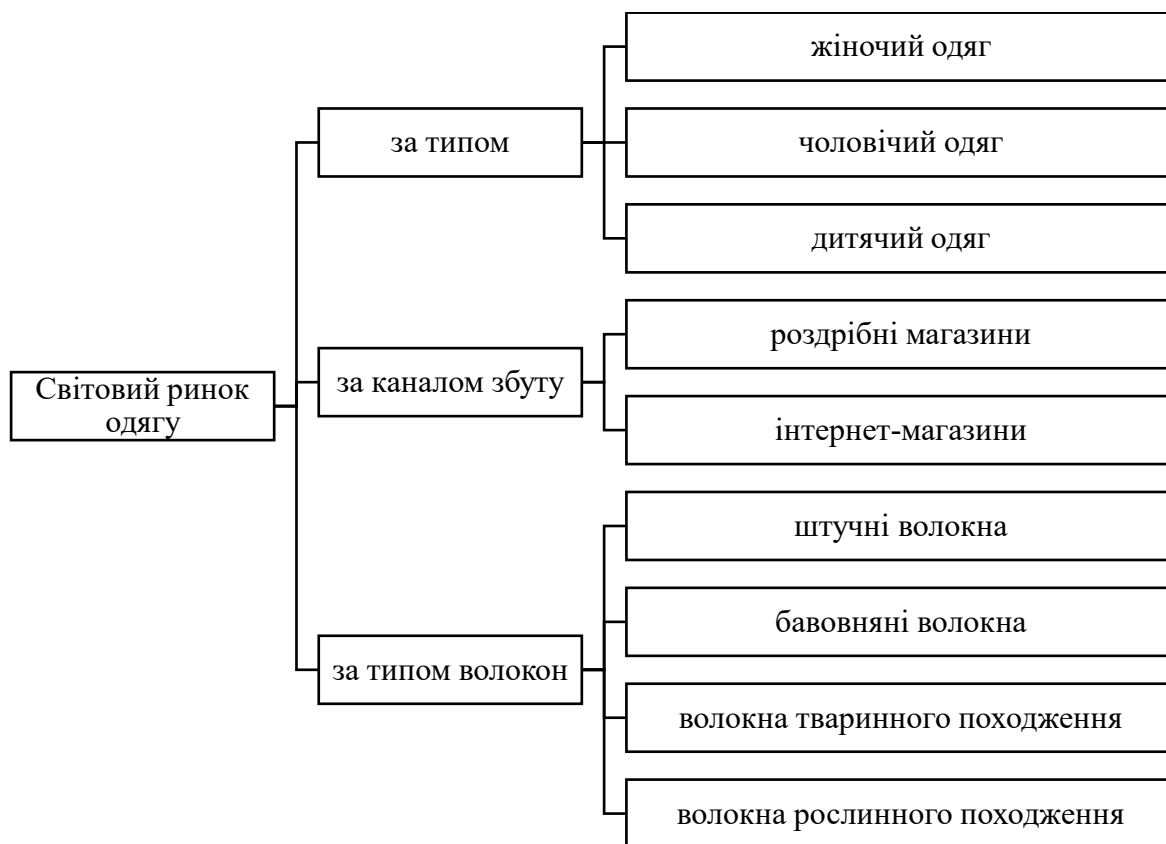


Рисунок 1.2 – Сегментація світового ринку одягу

Джерело: складено автором на основі [4]

Важливим фактором є тенденція подальшого зростання частки Китаю в світовому експорті. При цьому, навіть незважаючи на спостережуваний зараз в цій країні зростання витрат виробництва, тренд на зростання частки Китаю втримався.

Якщо говорити про світовий імпорт, то лідерами в ньому є Євросоюз, Китай і США. Як би там не було, але поточна спільна частка ТОП-3 у обсязі світового імпорту становить лише 37%. У той час як у 2000 році вона дорівнювала 52,8%. Причиною стало перенесення виробництва одягу з розвинених країн в країни, що розвиваються.

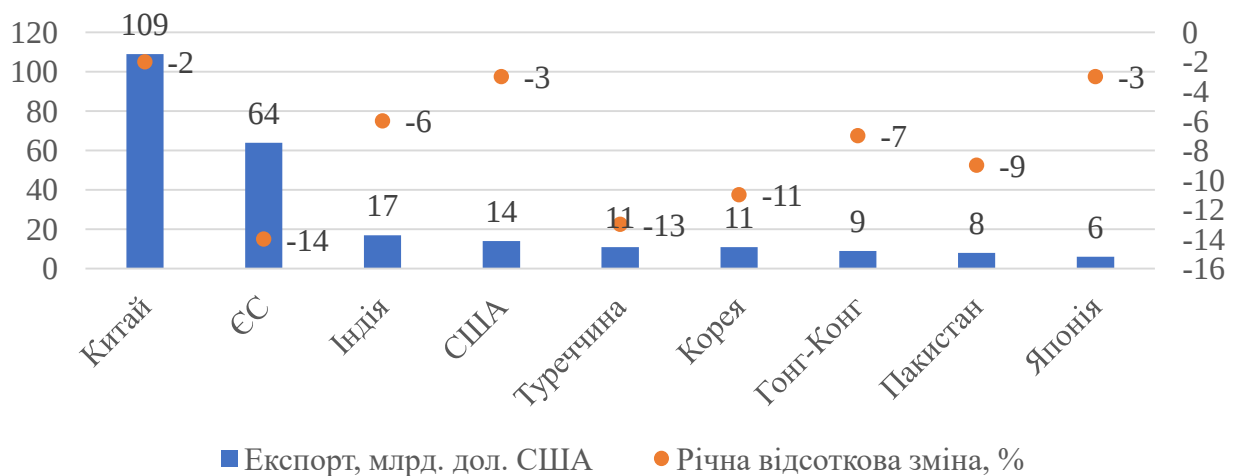


Рисунок 1.3 – Експорт текстилю (з урахуванням одягу) в 2021 році (млрд. дол. США) і річна динаміка (%) [10]

Таблиця 1.2 – Імпорт текстилю (з урахуванням одягу) в розрізі країн, млрд. дол. США [10]

Імпорттери	Обсяг імпорту	Частка в світовому експорті/імпорті				Річні зміни, %			
	2019	1980	1990	2000	2021	2010-2019	2014	2015	2021
ЄС	68	-	-	35,2	22,1	3	5	6	-18
США	30	4,5	6,2	9,8	9,6	13	4	5	5
Китай	19	1,9	4,9	7,8	7,2	8	9	-6	-4

Продовження таблиці 1.2

Імпортери	Обсяг імпорту	Частка в світовому експорті/імпорті				Річні зміни, %			
	2019	1980	1990	2000	2021	2010-2019	2014	2015	2021
В'єтнам	18	-	-	0,8	5,8	67	17	13	50
Бангладеш	10	0,2	0,4	0,8	3,2	49	9	14	48
Гонг-Конг	9	-	-	-	-	-9	0	-10	-9
Японія	8	3	3,8	3	2,6	11	-3	1	-8
Мексика	7	0,2	0,9	3,6	2,1	2	3	4	2
Туреччина	6	0,1	0,5	1,3	2	24	5	5	-13
Індонезія	6	0,4	0,7	0,8	1,8	35	4	0	-2
ТОП-10	171	-	-	63,1	55,5	-	-	-	-

Відповідно до даних підготовленого Textile Exchange огляду «Preferred Fiber Market Report 2018»[11] , в даний час домінуючим вихідним матеріалом у виробництві пряжі є поліестер, частка якого за підсумками 2017 року в два рази перевищувала частку найближчого конкурента - бавовни.

Очевидні успіхи в цьому напрямку є вже зараз. Зокрема, спільно американськими та китайськими вченими вже розроблено «розумна» гібридна тканину, яка перетворює енергію сонця і механічне рух в струм [2]. Вона складається з легких полімерних волокон «сонячної панелі», сплетених з трибоелектричними наногенератор (Тенгом).

Динаміку виробництва найліпших брендів одягу світу наведено в табл. 1.3.

Таблиця 1.3 – Динаміка продажу на ринку моди, млрд. дол. США

№	Корпорація	2017	Частка ринку, %
1	Nike	32,0	25,24
2	H&M	19,0	14,98
3	Zara	14,4	11,36
4	Louis Vuitton	13,0	10,25
5	Adidas	10,0	7,89

Джерело: складено на основі [4]

1. Індекс Херфіндаля – Гіршмана (In):

$In = 25,24^2 + 14,98^2 + 11,36^2 + 10,25^2 + 7,89^2 = 1157$ – середовище з помірною конкуренцією, оскільки $In > 1000$.

2. Чотирьохчастковий коефіцієнт концентрації (CR_n):

$$CR_n = (32,0 + 19,0 + 14,4 + 13,0 + 10,0) / 126,8 = 0,697 = 69,7\% (<75\%)$$

Отже, даний показник знаходиться у адекватних межах ($>63\%$, але $<75\%$).

3. Показник інтенсивності конкуренції розрахований на основі оцінки ступеня схожості часток конкурентів:

$$U_d = 1 - \sqrt{(1/5 * ((0,2524 - 0,1394)^2 + (0,1498 - 0,1394)^2 + (0,1136 - 0,1394)^2 + (0,1025 - 0,1394)^2 + (0,0789 - 0,1394)^2) / 0,1394} = 0,837 \text{ (вище середнього).}$$

Отже, згідно отриманих даних можна сказати, що на ринку присутня помірна конкуренція між головними гравцями.

4. Показник інтенсивності конкуренції з врахуванням рентабельності ринку:

$$U_p = 1 - (14,4 / 126,8) = 0,88 \text{ - не дуже інтенсивна конкуренція } (<1).$$

5. Темп зростання місткості ринку:

$$U_{tr} = (140 - 11,36) / 70 = 1,83 \text{ - темпи приросту ринку досить значні.}$$

6. Узагальнений показник інтенсивності конкуренції:

$$U_k = \sqrt[3]{0,837 * 0,88 * 1,83} = 1,1$$

Отриманий показник дає можливість зробити висновок про вищий за середній ступінь інтенсивності конкуренції на даному ринку, оскільки загальний показник U_k дорівнює 1,1.

Також здійснимо детальний аналіз Портера:

Таблиця 1.4 – Аналіз Портера для швейної галузі

Загроза	Характеристика
Загроза входу	Промисловість одягу має дуже низькі вхідні бар'єри. Вхід не вимагає величезного капіталу, робочі майстерні можуть бути створені з працівниками з відносно низькими навичками. Проте економія масштабу у виробництві має значний вплив на учасника. Це змушує учасників або приймати не вигідні витрати, або виробляти у великих масштабах. З іншого боку, важливу роль відіграє ідентифікація брендів та виробнича диференціація, оскільки ідентифікація бренду створює перешкоди для вступу
Загроза заміників	Загроза заміщення на цьому ринку дуже висока. Ця загроза походить від інших роздрібних продавців одягу, дизайнерів роздрібної торгівлі та індивідуальних будинків. З іншого боку, загальна заміна, швидше за все, представляє загрозу, пропонуючи продукти за більш низькими цінами
Потужність покупців	Сьогодні покупці мають більше купівельної спроможності, ніж будь-коли раніше. Замовники вимагають високої якості, великої різноманітності та більш частих змін в доступному для них виборі. Вони хочуть точно того одягу, який вони потребують, коли вони хочуть, і аксесуарів у їх кращому кольорі та розмірі в одному магазині. Це пояснюється тим, що роздрібні торговці розрізняють свій товар, щоб задовольнити потреби споживача. Це робиться шляхом забезпечення альтернативних джерел постачання для споживача, а вартість перемикавання майже дорівнює нулю. Versace точно відповідає такому попиту, пропонуючи найбільш модний одяг, щоб охопити різні цільові ринки за недорогою ціною
Потужність постачальників	Потужність постачальників на ринку одягу низька, тому що більшість роздрібних продавців моди передали виробничий сектор у країни, що розвиваються, витрати на перемикавання низькі, бренди покупців є достатньо потужними, щоб отримати сильні угоди. Існуючі модні роздрібні бренди командують достатньо потужними торговими можливостями для досягнення низьких витрат. Таким чином, можливість інтеграції в майбутнє та покупців постачальників не є фрагментарними.
Конкурентне суперництво	Одяг промисловості, через низькі бар'єри для входу та зниження перешкод для торгівлі між націями, є однією з найбільш високо конкурентних галузей у світі. Hennes & Mauritz (H & M) і Gap - це основні конкуренти Versace з точки зору розмірів і продажів

Джерело: складено самостійно

Отже, можна сказати, що цех має диференціювати свій бренд та створювати перешкоди для вступу на ринок, продовжувати створювати нові тенденції та виробляти якісний одяг, щоб зменшити загрозу заміників.

Водночас, він може отримати сильні угоди зі своїми постачальниками та продовжувати відповідати на попит покупців.

На сьогоднішній день український ринок швейної продукції є достатньо розвиненим і конкурентним. Українські виробники пропонують широкий асортимент продукції від одягу до домашнього текстилю. Одною з головних переваг українського ринку є низькі ціни на швейну продукцію порівняно з багатьма іншими країнами. Це дозволяє українським виробникам приваблювати покупців з усього світу, зокрема з країн Європи та США. Однак, зростання конкуренції та зміна споживчих звичок у бік більш екологічної та етичної моди стають викликом для українських виробників.

Ринок одягу в Україні є дуже різноманітним, оскільки складається з продукції, випущеної як українськими виробниками, так і імпортованої з-за кордону. Крім того, як офіційно, так і в тіньовому секторі реалізується як українська, так і зарубіжна продукція. Багато українських підприємств легкої промисловості займаються саме виробництвом одягу.

В загальному, підприємства, що займаються виробництвом одягу, можна класифікувати наступними категоріями: а) залежно від розміру (малі підприємства, які займаються індивідуальним пошиттям з обмеженим асортиментом; середні підприємства, що мають розширений асортимент і одну або декілька торгових марок; великі підприємства, які переважно працюють на експорт); б) залежно від спеціалізації (вузькоспеціалізовані підприємства, що займаються виробництвом конкретних видів одягу, та широкоспеціалізовані підприємства); в) залежно від відповідності законодавству (офіційно працюючі підприємства, неофіційні та підпільні); г) залежно від груп одягу та інших критеріїв.

Таблиця 1.5 демонструє значну кількість виробників одягу в Україні, які розподілено за групами.

Таблиця 1.5 – Виробники одягу в Україні за групами одягу [12]

Групи одягу	Представлені виробники
Професійний одяг	MaxiMini (медичний одяг), Волиньспецторг (робочий одяг, в тому числі утеплений, медичний та кухарський одяг, одяг для продавців, одяг для військових та охоронних підрозділів); Спецодяг (медичні костюми; одяг для кухарів-чоловіків); TM GROOMER professional (одяг для грумерів); TM TEXTSTYLE (кухарський одяг); TM «Грація» (медичний одяг; уніформа для кухарів); VYPUSKNIYK.COM.UA (мантії для магістрів і бакалаврів); ТОВ Куртаж (формений, корпоративний, льотно-повітряний та туристичний)
Дизайнерський одяг	Anna Morgun; BEVZA; Borovik; By Yablonsky; CleverWear; Charodeyki; D.Sisters; DRESSADDICT by Artem & Victor; Elena Burba; Enna Levoni; Elena Novak; Feel and Fly; FINCH WEAR; FROLOV; Gasse; InSideU; Izotova; Kostetska; Kozzyr; LGROM; MALININY™; Marchi; MARRA KOLTOK; Muscari; N.Verich; Nai Lu-na; Natali Bolgar; Nimble Scissors; NKLOOK; Olga Egorova; Owlsome; Petro Soroka; Suburbeurope; T.Statnaia; TAGO; TAVROVSKA; TM Miller; TM FRIDAY; TM PODOLYAN; RITO, Roussin; Savranska; Troffish; VEPR; Victoria Fashion; Who is it?; Андре Тан; Віктор Черкаський; Душка; Платъе-терапия
Діловий одяг	Arber; Astron; DANIEL; Dasti; Dresscode; Helena; Jhiva; JL; KOLARI; Legenda Class; Letter K; Petra; Pi Mapi; R.U.A.; SWEET блуз; T.A.I.N.; TAIC; TM AlViNa; TM Space For Ladies; You&Me; Vels; Veronica Collection; ViloNNa; Крокус; ПАТ Володарка; Весна; БОРОНІН; TM Парада; Трембіта
Весільний та святковий одяг	CathyTelle; Couture Lace; Elena Morar; Elena Novias; Elena Vasyilkova; EmaBride; Luce Sposa; OKSANA MUKHA; Pentelei; Silviamo; Slanovskiy; Sukni.com.ua; WellesMir; HATAJI-MODA
Верхній одяг	Art Collection; BOORIVA; Cape, DASTI; Dolcedonna, Favoritti; Feel and Fly; Florens; Giorgio; iShapka; Kent&Aver; KRISSTEL, Mangust; Mart; Mila Nova; Mimichu; MustHave, N&M, Natesse; NOVE, Origa; PAVLENKI WORKSHOP; Picador; PRAVDA label; Pretender; Raslov; Sappo; Season; SELFIE BY DEEVA, SEVEN MOUNTAINS; SHTOYKO, Staff; Sun's House; TM Yula; VAM; Vastline; Vivalon; Yavorsky; Wear me, UDLER; Актуаль; Ваш Комфорт; МультиШапки; Пальто КаВис; Пухната Лисиця; Шапельє™
Домашній одяг	BARWA garments; Balcony Garment; DARI CO; Ellen; Jeff & Fa; Kiss My Eyes; Komilfo; MiaNaGreen; Modena; Ozone; Skif Textile; Sleeper; ВП Violet delux; Zen Wear; Коста; Ладан; Наш одяг; Пані Яновська; Роксана; TM Наталюкс; Крута піжама; Маски-Карнавал
Кежуал одяг	7arrows; AMBROSIA; Artystuff; Barricade; Bukvica; Connection; didpanas; DOcK; EasyEasy; ECLECTIK; Fitore; Fusion; Goldi; HARD; HOVANKY; I am too cool; Intruder Brand; Lumen; Marani; O'PRIVET; Red and Dog; Segment Clothing; SEVEN MOUNTAINS; SHA Odessa; Shweyka Crew; Sil`; Staff; SVA STONE; Syndicate; The Thinker; TM Nenka; TM Opium; Transmod; Ukrainian Riot Clothing; Ukrainian Tricotage; Valimark; W8Less; Диво; Інтернетательє Лариси Міщенко; Майкаджексон; Протест; Термоодяг Mira Termo
Одяг для вагітних	Zen Wear; 9 місяцев; CreativeMama; Katinka; Skif Textile; SuperMamia; To be; Василинка; Маміка; TM baby жду; TM МаМасик; Юла Мама
Вишиванки	Anna Marchuk; Artystuff; Chernikova; E-korali; Etno-vyshyvanka; ETHOXATA; FLAX; Foberini; folkmart; Kirushko's embroidery studio; Lelitka; MEREZHKA; TM Lesia; TM Любисток; TM Наші речі; Varenyky Fashion; Вишиванки Вільні люди; Вишиванки з Коломиї; Вишиваночка; Вишита країна; Галерея Льону; Галичанка; Етнодім

Різні виробники одягу націлені на різні сегменти споживачів. Наприклад, дизайнерські будинки та модельні ательє українського

виробництва спеціалізуються на ексклюзивній продукції, що задовольняє потреби клієнтів з високими доходами. Більшість швейних фабрик та ательє індивідуального пошиття, натомість, орієнтовані на масового споживача з середнім рівнем доходу та індивідуальними смаками. Також існує група підприємств, що спеціалізуються на пошитті форменого одягу, оскільки не задовольняють інші потреби споживачів. Після кризи 2014-2015 років зросла популярність виробів українських виробників, особливо серед дрібних та середніх підприємств. Це пояснюється їх нижчою ціною, вищою якістю та відсутністю націнки за бренд. Таким чином, український ринок одягу почав активно розширятися завдяки вітчизняним виробникам, серед яких можна виділити такі бренди, як Vovk, Arber, VDone, Staff, Goldi, Kleo [13].

У виробництві одягу в Україні за 2020 рік було досягнуто обсягу вартості 9577,2 млн грн, що на 429,2 млн грн менше, ніж у 2019 році [14]. Це свідчить про зменшення обсягу виробництва одягу в останній період. Продаж одягу здійснюється як через інтернет-магазини самостійних виробників, так і через посередників. В залежності від рівня доходів, споживачі обирають різні типи торгових підприємств. Наприклад, люди з низькими доходами переважно купують одяг на ринках або у магазинах секонд-хенду. Споживачі з середнім рівнем доходу придбують одяг середнього сегмента ринку у мультибрендових бутиках та магазинах великих торгових компаній. А споживачі з високим рівнем доходу (які зацікавлені в одязі прет-а-порте та ексклюзивних колекціях) надають перевагу покупці у монобрендових бутиках.

Розглянемо динаміку роздрібного товарообороту одягу підприємств роздрібної торгівлі України у 2010-2020 рр. (табл.1.6).

Таблиця 1.6- Динаміка роздрібного товарообороту одягу підприємств роздрібної торгівлі України у 2010-2020 рр. [12, 14]

Роки	Роздрібний товарооборот одягу, млн грн	Темпи зростання обсягу роздрібного товарообороту одягу, % до попереднього року	Питома вага одягу в роздрібному товарообороті, % до підсумку	Частка продажу підприємствами роздрібної торгівлі одягу, виробленого на території України, %
2010	5488,2	129,8	2,0	13,7
2011	7148,2	130,2	2,0	12,7
2012	8351,7	116,8	2,0	10,9
2013	9693,4	116,1	2,2	9,3
2014	10728,5	110,7	2,5	8,6
2015	12752,3	118,9	2,6	8,6
2016	15201,7	119,2	2,7	8,0
2017	17580,4	115,6	3,0	8,2
2018	21075,3	119,9	3,2	8,8
2019	25588,9	121,4	3,2	7,7
2020	25112,0	98,1	2,9	7,2

Згідно з даними в таблиці 1.6, роздрібний товарооборот одягу в Україні постійно збільшувався до 2020 року. Однак, через пандемію, пов'язану з поширенням коронавірусу, цей ринок став свідком зниження обсягів роздрібного товарообороту. Протягом досліджуваного періоду, відсоток одягу у загальному обсязі роздрібного товарообороту коливався від 2,0% до 3,2%. Водночас, частка продажу одягу, виготовленого на території України, поступово зменшується. Ринок одягу все більше орієнтується на імпортні товари, що є негативною тенденцією для даного сегменту.

Україна має найвищий попит на жіночий одяг, який становить 40% від загального ринку одягу. Сегмент чоловічого одягу також є значним, хоча трохи меншим, займаючи 35% ринку, в той же час дитячий одяг становить 25% від загального обсягу [15].

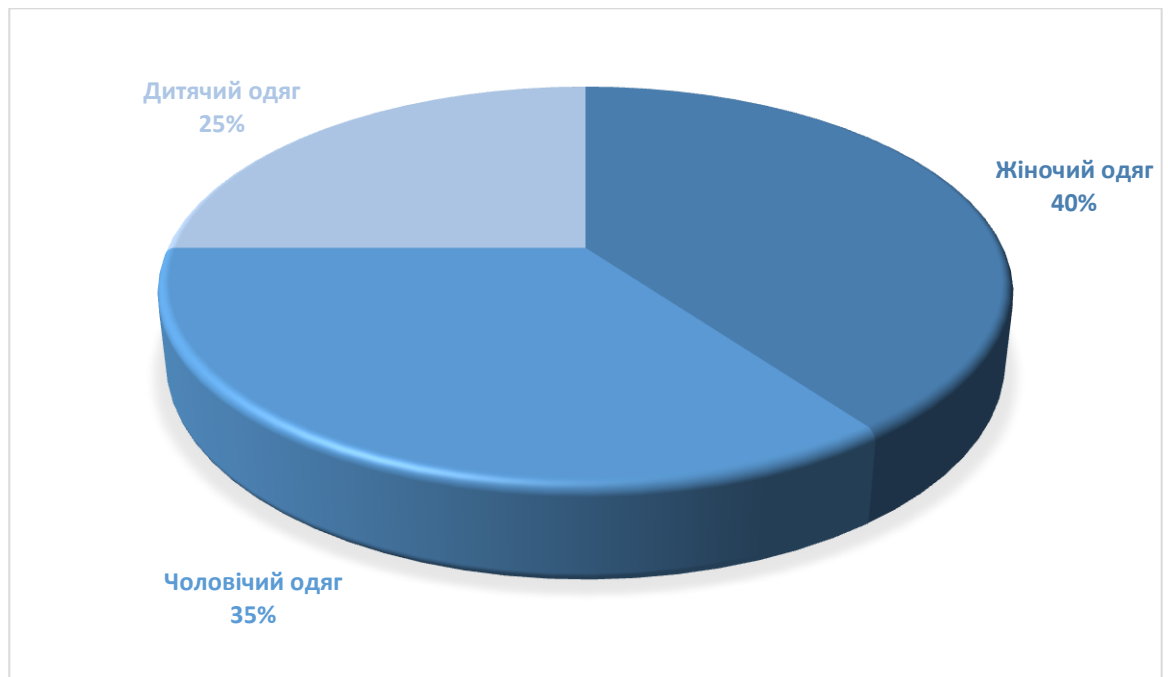


Рисунок 1.4 - Структура попиту на одяг за видами станом на 2021 рік

Джерело: складено на основі [15]

Серед жінок найбільший попит спостерігається на білизну, футболки, сукні, спідниці, джинси та верхній одяг. Чоловіки найчастіше купують футболки, сорочки, джинси, спортивні костюми, шорти та куртки [17]. Що стосується дитячого одягу, на ринок почали активно повертатися українські виробники, товари яких набагато дешевші та не поступаються за якістю імпортним маркам. Серед дитячих речей найпопулярнішими видами одягу є комбінезони, куртки, спортивні костюми та сукні для дівчаток [17].

Безумовними лідерами за обсягами роздрібної торгівлі одягом в Україні (як у вартісному, так і в натуральному вираженні) залишаються міста-мільйонники. Водночас активно освоюються і регіональні ринки. Зокрема, у регіонах спостерігається створення сучасних підприємств роздрібної торгівлі, а саме – гіпермаркетів, мультибрендових магазинів, в тому числі у торгово-розважальних центрах, натомість скорочується число речових ринків.

Відповідно, проведений аналіз дає підґрунтя для майбутніх підприємств, а саме допомагає у плануванні та прогнозуванні їх майбутньої та теперішньої діяльності.

1.2. Опис інституційних чинників та їх вплив на реалізацію підприємницької ідеї

Інституційні чинники включають у себе правові, політичні, економічні та соціокультурні фактори, які можуть впливати на реалізацію підприємницької ідеї з відкриття швейного цеху. Деякі з них можуть допомогти підприємцю, тоді як інші можуть ускладнити його роботу або зробити її неможливою.

Основні інституційні чинники наведені в таблиці 1.7.

Таблиця 1.7 – Інституційні чинники та їх характеристика

Чинник	Характеристика
Правові чинники	До них відносяться законодавчі та правові норми, які регулюють підприємницьку діяльність. Наприклад, наявність ліцензії на швейний цех, регулювання праці, оподаткування, захист прав споживачів тощо.
Політичні чинники	До них відносяться державні політики, програми та рішення, які можуть позитивно або негативно вплинути на підприємницьку діяльність. Наприклад, наявність державної підтримки для малих і середніх підприємств, стабільність політичної ситуації в країні, підтримка експорту тощо.
Економічні чинники	До них відносяться економічні умови, такі як ринок, фінансова ситуація, наявність інфраструктури та ресурсів. Наприклад, наявність високого попиту на послуги швейного цеху, наявність інвестиційного капіталу, доступність сировини та інфраструктури.
Соціокультурні чинники	До них відносяться соціальні та культурні умови, які можуть вплинути на прийняття рішення про відкриття швейного цеху. Наприклад, культурні традиції та звичаї, які можуть впливати на попит на різноманітні типи одягу, рівень життя та культурний розвиток споживачів, наявність робочої сили тощо.

Джерело: складено на основі [23]

Вплив цих інституційних чинників на реалізацію підприємницької ідеї з відкриття швейного цеху може бути різним. Наприклад, наявність ліцензії на швейний цех та правові норми, що регулюють працю, можуть забезпечити безпеку та якість виготовлення одягу, що підвищить довіру споживачів. Наявність державної підтримки для малих та середніх підприємств може забезпечити додаткові ресурси для розвитку бізнесу. Високий попит на послуги швейного цеху може забезпечити стабільний потік замовлень та підвищити доходи підприємства.

Однак, деякі інституційні чинники можуть ускладнити реалізацію ідеї про відкриття швейного цеху. Наприклад, високі податки та надмірна бюрократія можуть зробити витрати на підприємництво неприйнятними для бізнесу. Недостатня доступність ресурсів та інфраструктури може ускладнити виготовлення продукції та забезпечення якості виробу. Культурні традиції та звичаї можуть вплинути на попит на типи одягу, що може знизити дохід підприємства.

Отже, розглядаючи можливість відкриття швейного цеху, треба зважити всі ці чинники та проаналізувати їх вплив на нашу бізнес-ідею. Це допоможе прийняти обґрунтоване рішення та зробити певні кроки для забезпечення успішної реалізації ідеї.

Відкриваючи швейний цех в Україні, маємо змогу звернутися до інвестиційних фондів або інших джерел фінансування, які допоможуть покрити витрати на бізнес. До того ж це допоможе налагодити співпрацю з місцевими виробниками тканин та інших матеріалів, щоб забезпечити доступність ресурсів та підвищити якість виробів.

Однак, найважливішим фактором для успішної реалізації підприємницької ідеї є вміння адаптуватися до змін в інституційному середовищі та швидко реагувати на них. Підприємець повинен бути готовий до викликів, які можуть виникнути на шляху до успіху свого бізнесу, та вміти швидко приймати рішення, щоб запобігти можливим проблемам.

Отже, інституційні чинники можуть вплинути на реалізацію власної бізнес-ідеї з відкриття швейного цеху як позитивно, так і негативно. Але готовність до викликів та здатність до адаптації, допоможе знайти шлях до успіху незалежно від складнощів, які виникають на нашому шляху.

Не менш важливо для нас звернути увагу на законодавчі та правові аспекти, що пов'язані з відкриттям швейного цеху. Звісно, маємо ретельно дослідити вимоги та процедури, пов'язані з реєстрацією бізнесу та отриманням необхідних дозволів та ліцензій. Також, важливо знати про правові аспекти укладання контрактів та управління працівниками.

Іншим важливим аспектом є налагодження взаємодії зі спільнотою та місцевими органами влади. Власники швейного цеху можуть співпрацювати з місцевими органами влади, щоб знайти спільні рішення щодо проблем, які виникають в ході реалізації ідеї. Також, важливо будувати стосунки з місцевою спільнотою, що допоможе забезпечити підтримку та довіру до бізнесу.

Проведемо SWOT-аналіз українського ринку одягу.

Таблиця 1.8 - SWOT-аналіз українського ринку одягу

Сильні сторони	Слабкі сторони
Наявність власної текстильної промисловості, що дає можливість виробляти якісний одяг за прийнятними цінами; Розширюються можливості продажу через онлайн-магазини та інтернет-платформи; Підтримка державою українських виробників, що дозволяє підвищувати конкурентоспроможність товарів; Наявність культурного та історичного наслідку, який може бути використаний у дизайні виробів; Зростання свідомості споживачів щодо якості та етичності виробів, що збільшує попит на місцеві бренди.	Відсутність якісного маркетингу виробників, який би допомагав просувати їх продукцію на міжнародний ринок; Низький рівень інноваційності виробництва; Незначна кількість українських брендів, які були б відомі за кордоном; Залежність від імпорту тканин та комплектуючих; Висока конкуренція на ринку від іноземних брендів.
Можливості	Загрози
Розширення експортного потенціалу; Розвиток інноваційних технологій виробництва; Розширення асортименту продукції та розробка унікальних дизайнів; Розвиток сегменту високоякісних та еко-брендів; Розширення можливостей для продажу за допомогою інтернет-магазинів та маркетплейсів.	Конкуренція на ринку від іноземних брендів; Негативний вплив економічних факторів на споживчу здатність населення; Зміна модних тенденцій та вимог споживачів; Ризик збільшення цін на енергоресурси та сировину, що може позитивно вплинути на вартість виробництва, але негативно на ціни на продукцію; Політичні та економічні кризи в країні та світі, які

	можуть вплинути на економіку та попит на товари.
--	--

Джерело: складено самостійно

Для визначення найбільш впливових факторів, надамо кожному фактору бали від 1 до 5, де 5 - найбільший вплив, а 1 - найменший вплив.

Таблиця 1.9 – Аналіз впливу факторів на український ринок одягу

Фактори	Бали	Фактори	Бали
Сильні сторони:		Слабкі сторони:	
Наявність власної текстильної промисловості	5	Відсутність якісного маркетингу виробників	2
Розширюються можливості продажу через онлайн-магазини	4	Низький рівень інноваційності виробництва	2
Підтримка державою українських виробників	4	Незначна кількість відомих українських брендів	3
Наявність культурного та історичного наслідку в дизайні виробів	3	Залежність від імпорту тканин та комплектуючих	3
Зростання свідомості споживачів щодо якості та етичності	4	Висока конкуренція від іноземних брендів	4
Фактори	Бали	Фактори	Бали
Можливості:		Загрози:	
Розширення експортного потенціалу	4	Конкуренція від іноземних брендів	4
Розвиток інноваційних технологій виробництва	5	Негативний вплив економічних факторів на споживчу здатність	4
Розширення асортименту продукції та унікальний дизайн	5	Зміна модних тенденцій та вимог споживачів	3
Розвиток сегменту високоякісних та еко-брендів	3	Ризик збільшення цін на енергоресурси та сировину	5
Розширення можливостей продажу через інтернет-магазини	4	Політичні та економічні кризи в країні та світі	5

Джерело: складено самостійно

Відповідно до аналізу, найбільш вагомими факторами серед сильних сторін є наявність власної текстильної промисловості, серед слабких сторін – високий рівень конкуренції іноземних брендів, серед наявних можливостей - розвиток інноваційних технологій виробництва та розширення асортименту продукції та унікальний дизайн. Серед переліку виділених загроз – ризики

зростання цін на енергоресурси та сировину, а також політично-економічне становище в Україні та поза її межами.

На основі SWOT-аналізу для покращення ситуації на ринку одягу в Україні можна рекомендувати наступні заходи:

- розвиток маркетингу та реклами українських брендів для їх просування на міжнародних ринках;
- підтримка державою виробників та створення умов для розвитку інноваційного виробництва;
- встановлення партнерських зв'язків з іноземними виробниками та дизайнерами для обміну досвідом та залучення нових технологій;
- розвиток високоякісних та екологічно чистих брендів, що будуть відповідати вимогам сучасних споживачів;
- підвищення якості та вдосконалення дизайну виробів, що збільшить їх привабливість та конкурентоспроможність;
- збільшення обсягів продажу за допомогою інтернет-магазинів та маркетплейсів, що дозволить збільшити аудиторію та збільшити обсяги продажу.

Перейдемо до PEST-аналізу українського ринку одягу (табл. 1.10).

Таблиця 1.10 - PEST-аналіз українського ринку одягу

Фактори	Характеристика	Оцінка «+»	Оцінка «-»
Політичні фактори	Політична нестабільність у країні.	5	
	Податкова та митна політика, мають вплив на виробництво та продаж одягу.		4
	Високий рівень корупції, що зумовлює вихід конкурентів вперед		4
	Майбутнє й поточне законодавство, що регулює правила роботи в галузі		4
Економічні фактори	Підвищення цін на сировину та енергоресурси		5
	Зниження рівня заробітної плати та купівельної спроможності населення		5
	Збільшення рівня інфляції		4
	Зростання кількості іноземних виробників на українському ринку		3
Соціальні фактори	Демографічні зміни у вигляді скорочення населення		3
	Поява та розвиток тренду на відповідальне споживання	4	

Технологічні фактори	Надання переваги натуральним складникам споживачами	5	
	Тренд на екологічність	5	
	Швидкість розвитку технологій та їх використання у виробництві може вплинути на якість та вартість продукції.	5	
	Використання інтернет-технологій та електронної комерції може впливати на спосіб продажу та реклами товарів.	4	

Джерело: складено самостійно

Тепер відобразимо результати проведеного аналізу у стислу таблицю:

Таблиця 1.11- Кількісна оцінка факторів на основі PEST-аналізу

Фактори	+	-
Політичні	5	12
Економічні	0	17
Соціальні	14	3
Технологічні	9	0

Джерело: складено самостійно

Отже, PEST-аналіз українського ринку одягу вказує на те, що найбільш вагомий негативний вплив чинять економічні фактори, а найбільш позитивний – соціальні фактори. PEST-аналіз дозволяє визначити головні фактори, які впливають на український ринок одягу та показує, що для успішної діяльності на цьому ринку потрібно бути готовим до змін в політичному, економічному, соціальному та технологічному середовищі та враховувати конкуренцію на ринку.

Аналіз конкурентних сил - це інструмент, який допомагає зрозуміти силу конкуренції на ринку та визначити стратегію підприємства для досягнення конкурентної переваги. Розглянемо основні фактори конкуренції на українському ринку одягу.

1. Загроза нових учасників. Український ринок одягу приваблює нових учасників з-за високого попиту та низьких вартостей виробництва. Проте, входження на ринок вимагає великих інвестицій, а також розробки ефективної маркетингової стратегії, що створює перешкоди для нових учасників.

2. Загроза заміщення. Український ринок одягу відкритий для імпорту одягу з інших країн, що може призвести до заміщення вітчизняного продукту. Проте, підвищення якості та зниження вартості виробництва можуть зменшити загрозу заміщення.

3. Сила переговорів покупців. Покупці на українському ринку одягу мають велику силу переговорів, оскільки на ринку є багато виробників та брендів. Підвищення якості продукту та розробка ефективної маркетингової стратегії можуть зменшити силу переговорів покупців.

4. Сила переговорів постачальників. Українські виробники одягу мають значну залежність від постачальників тканин та інших комплектуючих матеріалів. Зміна постачальників може призвести до зміни якості продукту та збільшення вартості виробництва.

5. Ступінь конкуренції між існуючими учасниками. Український ринок одягу є досить конкурентним, оскільки на ринку присутні багато виробників та брендів, які пропонують широкий асортимент продукту. Високий рівень конкуренції вимагає від підприємств постійного вдосконалення продукту та ефективного маркетингу, щоб зберігати свої позиції на ринку.

6. Доступність замінних продуктів. На українському ринку одягу присутні замінні продукти, наприклад, одяг від інших виробників, а також імпортований одяг. Зниження вартості виробництва та підвищення якості продукту можуть зменшити доступність замінних продуктів.

Загалом, український ринок одягу є досить конкурентним, розвиненим та вимагає від підприємств постійного вдосконалення продукту та ефективного маркетингу. Пропонована продукція розробляється в залежності від фінансових можливостей клієнтів. Тим не менш, продукція не втрачає при цьому високу якість та є доступною для усіх споживачів. Для збереження своїх позицій на ринку, виробники повинні зосередитись на подальшому підвищенні якості продукту, зниженні вартості виробництва та розробці ефективної маркетингової стратегії. Також важливо звернути увагу на використання новітніх технологій та інновацій для підвищення

ефективності виробництва та якості продукту. Тим не менш, успішна реалізація підприємницької ідеї з відкриття швейного цеху залежить від багатьох зовнішніх та внутрішніх чинників, які суттєво можуть вплинути на майбутню діяльність- як негативно, так і позитивно. Наприклад, проведений аналіз показав, що найбільш вагомий негативний вплив чинять економічні фактори, а найбільш позитивний – соціальні фактори.

РОЗДІЛ 2

ДИЗАЙН БІЗНЕС ІДЕЇ ВІДКРИТТЯ ШВЕЙНОГО ЦЕХУ

2.1. Розробка бізнес-моделі швейного цеху

Швейний цех може мати різні бізнес-моделі, залежно від його мети та специфіки. Ось кілька можливих варіантів:

1. Виробництво готової продукції для продажу на оптових та роздрібних ринках. У цьому випадку швейний цех може виробляти одяг для підприємств, брендів або інших клієнтів, які замовляють у нього свої колекції. Можливо, швейний цех також може продавати власні брендовані товари на ринку.

2. Надання послуг по пошиттю на замовлення. У цьому випадку швейний цех працює зі замовниками, які звертаються до нього з конкретними замовленнями на одяг або інші текстильні вироби. У такому випадку, клієнт може замовляти одиниці виробів або малі партії в залежності від їх потреб.

3. Виробництво на замовлення для B2B клієнтів. Швейний цех може працювати з різними бізнесами, які потребують текстильних виробів для своєї діяльності, наприклад, готелі, ресторани, лікарні, школи тощо.

4. Оренда швейного цеху. Швейний цех може здаватися в оренду іншим підприємствам, які хочуть займатися пошиттям текстильних виробів, але не мають власної виробничої бази. У такому випадку, швейний цех надає

замовникам можливість використовувати свої обладнання та ресурси для виробництва власної продукції.

5. Сервіси по ремонту та модифікації одягу. Швейний цех може надавати послуги по ремонту та модифікації одягу для приватних осіб або підприємств, які потребують таких послуг. Це може бути важливим додатковим джерелом доходу для швейного цеху, особливо якщо він має достатню кількість обладнання та спеціалізованих працівників, які можуть здійснювати складні ремонти та модифікації.

6. Створення та продаж шаблонів та моделей для шиття. Швейний цех може створювати та продавати шаблони та моделі для шиття одягу, які можуть використовуватися як для приватного використання, так і для виробництва одягу масового виробництва. Це може бути вигідно, особливо якщо швейний цех має талановитих дизайнерів та може створювати оригінальні та популярні моделі.

7. Надання послуг зі створення текстильних виробів для театральних, кіно- та телевізійних студій. Швейний цех може спеціалізуватися на створенні та пошитті костюмів та інших текстильних виробів для театральних, кіно- та телевізійних студій. Це може вимагати спеціалізованого обладнання та експертизи, але може бути дуже прибутковим сектором діяльності для швейного цеху.

Загалом, бізнес-модель швейного цеху може бути досить різноманітною, залежно від його мети та специфіки. Важливо розуміти, який тип бізнесу буде найбільш успішним для конкретного швейного цеху та розробити стратегію, яка дозволить досягти поставлених цілей та задовольнити потреби клієнтів.

У нашому випадку бізнес-модель для швейного цеху включатиме наступні елементи:

1. Виробництво та продаж готового одягу. Швейний цех буде виробляти та продавати готовий одяг, який може бути розроблений власним дизайнерським відділом або виготовлений на замовлення клієнтів. Це буде

включати в себе пошиття одягу для чоловіків, жінок та дітей, а також текстильних виробів, таких як ковдри, подушки та рушники.

2. Виготовлення текстильних виробів для корпоративних клієнтів. Швейний цех може спеціалізуватися на виготовленні текстильних виробів для корпоративних клієнтів, таких як ресторани, готелі, офісні будівлі тощо. Це може включати в себе пошиття на замовлення білизни, скатертин, серветок та інших текстильних виробів з логотипами клієнта.

3. Ремонт та модифікація одягу. Швейний цех може надавати послуги з ремонту та модифікації одягу для приватних клієнтів. Це може включати в себе зашивання, заміну блискавок, скорочення рукавів та інші види ремонту та модифікації.

4. Виготовлення текстильних виробів для подій. Швейний цех може спеціалізуватися на виготовленні текстильних виробів для подій, таких як весілля, дні народження, корпоративні вечірки тощо. Це може включати в себе пошиття на замовлення скатертин, серветок, суконь, костюмів та інших текстильних виробів.

5. Надання послуг з розробки та виробництва моделей для інших підприємств. Швейний цех може пропонувати послуги з розробки та виробництва моделей для інших підприємств, які не мають власного швейного виробництва. Це може бути вигідним варіантом для компаній, які спеціалізуються на дизайні та маркетингу, але не мають власної виробничої бази. Швейний цех може допомогти виробити продукцію відповідно до заданих параметрів, забезпечуючи високу якість та своєчасність виробництва.

Обґрунтування такої бізнес-моделі полягає в тому, що в умовах зростаючої конкуренції та високих витрат на виробництво власного одягу, багато компаній шукають альтернативні шляхи для вирішення своїх потреб. Швейний цех може надати компаніям можливість виробляти продукцію за прийнятними цінами та забезпечити високу якість виробництва, що може збільшити їхню конкурентоспроможність на ринку [21].

Крім того, швейний цех може використовувати різні стратегії для збільшення своєї прибутковості, такі як оптимізація виробничого процесу, використання високоякісних матеріалів за прийнятними цінами, диверсифікація продукції та послуг. Це дозволяє швейному цеху залишатися прибутковим та конкурентоспроможним на ринку, забезпечуючи якість своїх послуг та задоволення потреб клієнтів.

В цілому, бізнес-модель швейного цеху може бути вигідною для підприємств, які шукають якісну та ефективну альтернативу власному виробництву одягу та текстиль

Бізнес-план для відкриття швейного цеху в місті Києві:

1. Опис бізнесу

Швейний цех під назвою «LORD» буде займатися виготовленням та ремонтом одягу для чоловіків, жінок та дітей. Метою бізнесу є надання якісних та доступних послуг з ремонту та пошиву одягу для жителів міста Києва.

Концепція послуг наведена в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Концепція товару (послуги) швейного цеху

Характеристика	Опис
Призначення і область застосування	швейний цех буде спеціалізуватися на виготовленні різноманітних швейних виробів для жінок, чоловіків та дітей, таких як сукні, костюми, брюки, спідниці, блузи, сорочки, плаття, штани та інші. Клієнти - це люди, які цінують якість, комфорт та оригінальний дизайн у одязі. Продукція буде користуватися попитом на ринку високоякісного одягу
Основні характеристики	швейні вироби будуть виготовлені з якісних матеріалів, таких як бавовна, льон, шовк, поліестер та інші. Будуть застосовуватися сучасні технології шиття та використовуватися новітнє обладнання для створення нашої продукції. Вироби будуть мати оригінальний дизайн та відповідати сучасним тенденціям у світі моди
Конкурентоспроможність	швейні вироби будуть конкурентоспроможними на ринку високоякісного одягу завдяки використанню якісних матеріалів, сучасних технологій виготовлення та оригінальному дизайну. Буде забезпечено високий рівень обслуговування клієнтів та швидку реакцію на їхні запити
Патентоспроможність і авторські права	керівництво цеху буде ретельно стежити за використанням авторських прав дизайну та виготовлення продукції з урахуванням патентних прав. Цех також забезпечить виконання всіх вимог щодо ліцензування та інших юридичних питань
Наявність або необхідність	для відкриття швейного цеху не потрібна ліцензія

ліцензування	
Ступінь готовності до випуску і реалізації продукції	швейний цех буде готовий до виготовлення і реалізації продукції з моменту відкриття підприємства
Наявність сертифікату якості	для швейного цеху не потрібен сертифікат якості, оскільки продукція виготовляється на замовлення клієнтів
Безпека і екологічність	цех буде виробляти одяг з якісних матеріалів, які не містять шкідливих речовин та відповідають екологічним вимогам. Ми будемо використовувати лише безпечні та екологічні матеріали для усіх наших виробів.
Умови поставки і упаковка	цех буде пропонувати швейні послуги та готовий одяг на замовлення, тому умови поставки будуть залежати від замовлення та угоди з клієнтом. Упаковка також буде залежати від типу та кількості продукції.
Гарантія та сервіс	цех буде надавати гарантію нашої продукції та пропонувати якісний сервіс, щоб забезпечити задоволеність клієнтів
Експлуатація продукції	цех буде рекомендації щодо правильної експлуатації продукції та забезпечимо відповідну інформацію клієнтам.
Утилізація	цех буде використовувати екологічно чисті матеріали та надавати можливість для повторного використання та переробки продукції

Джерело: складено самостійно

2. Аналіз ринку

Дослідження ринку показало, що попит на швейні послуги в місті Києві постійно зростає. Конкуренція на ринку середнього рівня, але є деякі відомі швейні цехи, які вже відомі серед населення. Для підвищення конкурентоспроможності нашого бізнесу швейний цех надаватиме якісні та оперативні послуги за доступними цінами.

3. Маркетингова стратегія

Маркетингова стратегія включає наступні елементи:

- реклама в соціальних мережах та місцевих газетах;
- співпраця з магазинами, що продають одяг;
- знижки та спеціальні пропозиції для постійних клієнтів.

4. Кадровий план

Для реалізації проєкту потрібно найняти 5 швачок, 1 менеджера, 1 дизайнера та 1 прибиральницю на першому етапі роботи цеху. Швачки повинні мати досвід роботи зі швейними машинами та бути здатними швидко виконувати роботу. Менеджер повинен мати досвід роботи з клієнтами та бути здатним керувати роботою цеху.

Витрати на персонал будуть мати такий вигляд:

Таблиця 2.2 - Витрати на персонал для відкриття швейного цеху у м. Київ

Найменування посади	Кількість персоналу	Заробітна плата за місяць, грн	Сумарна заробітна плата за місяць, грн
Дизайнер	1	14 000	14 000
Менеджер	1	17 000	17 000
Швеї-кроївниці	5	16 000	80 000
Прибиральниця	1	10 000	10 000
Місячна загальна сума			121 000

Джерело: складено самостійно

Безумовно, персонал має певні обов'язки та задачі, які має виконувати.

1. Швачки-кроївниці:

- Виконання замовлень на пошиття одягу згідно з встановленими кресленнями, моделями та інструкціями.
- Обробка тканини та складання шаблонів для пошиття.
- Кроєння матеріалів за встановленими розмірами та кресленнями.
- Пошиття, складання та з'єднання деталей одягу за допомогою швейних машин та ручних методів.
- Перевірка якості виготовленого одягу та внесення необхідних корекцій.

2. Менеджер:

- Координація та планування роботи швейного цеху.
- Забезпечення належного виконання замовлень вчасно та відповідно до вимог замовника.
- Організація роботи персоналу, розподіл завдань та контроль їх виконання.
- Взаємодія зі замовниками, обговорення деталей замовлень та вирішення поточних питань.

- Контроль якості виготовленого одягу та впровадження заходів для підвищення якості.
- Контроль оплати за надані послуги ремонту чи пошиву одягу

3. Дизайнер:

- Розробка дизайну та стилістики моделей одягу з урахуванням модних тенденцій та побажань замовників.
- Підготовка креслень, моделей та технічних описів для виготовлення одягу.
- Вибір тканин, фурнітури та декоративних елементів для використання у моделях.
- Співпраця з швачками-кроївницями для забезпечення правильного втілення дизайну в готовий одяг.
- Слідкування за новими тенденціями та ринковими вимогами у галузі моди.

4. Прибиральниця:

- Забезпечення чистоти та організації порядку у робочих приміщеннях швейного цеху.
- Прибирання підлоги, столів, робочих поверхонь та інших обладнаних приміщень.
- Видалення сміття та відходів від пошиву одягу.
- Забезпечення належного функціонування пральної та прибиральної техніки.
- Дотримання правил безпеки та санітарних норм під час виконання своїх обов'язків.

Кожен з персоналу швейного цеху має свою зону відповідальності та завдання, спрямовані на успішне виробництво та функціонування цеху. Злагоджена робота всіх членів команди допомагає забезпечити високу якість виготовленого одягу та задоволення потреб клієнтів.

5. Операційний план

Швейний цех «LORD» буде розташований в орендованому приміщенні у м. Київ у Шевченківському районі (вулиця Ярославська, 26) площею 100 кв. метрів, обладнаний необхідними машинами та інструментами для пошиву та ремонту одягу. На першому етапі планується найняти 5 швачок, 1 менеджера, 1 дизайнера та 1 прибиральницю. Це дозволить цеху забезпечити оперативну обробку замовлень та швидке виконання робіт. Графік роботи цеху буде виглядати з понеділка до суботи з 8:00 до 19:00.

Таблиця 2.3 - Операційний план щодо відкриття швейного цеху у м. Київ

Операції	Опис
Пошук та оренда приміщення	Здійснення пошуку та оренда відповідного приміщення площею 100 м ²
Закупівля обладнання	Придбання швейних машин, столів, парових утюгів, крою та шиття принадлежностей тощо
Реклама та маркетинг	Розробка рекламних матеріалів, просування бренду через соціальні мережі.
Найм персоналу	Відбір і найм 5 швачок, 1 менеджера, 1 дизайнера та 1 прибиральниці.
Закупівля матеріалів	Придбання тканин, ниток, гудзиків, блискавок та інших матеріалів для шиття
Прийом замовлень	Приймання замовлень на ремонт або пошив одягу від клієнтів
Крій та шиття	Виконання крою тканин та пошиття одягу згідно з замовленнями
Контроль якості	Перевірка якості готового одягу перед видачею клієнтам
Видача готового одягу	Передача готового одягу клієнтам
Ремонт одягу	Надання послуг з ремонту та модифікації одягу
Бухгалтерія та	Ведення обліку фінансів, планування, управління персоналом тощо

управління	
Сервіс та післяпродажне обслуговування	Надання якісного сервісу, вирішення претензій та запитів клієнтів

Джерело: складено самостійно

6. Фінансовий план

Розрахуємо інвестиційні та поточні витрати, які потрібні для реалізації даного проєкту, Вони будуть мати такий вигляд:

Таблиця 2.4 – Витрати на облаштування та відкриття швейного цеху у м.Київ

Статті витрат	Кількість, шт	Сума, грн
Інвестиційні витрати:		323 500
<i>Матеріально-технічне оснащення приміщення:</i>		93 500
Система освітлення FIX	1	15 000
Робочі столи	5	10 000
Стільці	8	3 200
Столи розкрійні	3	5 100
Стелажі	4	12 000
Полички	7	5 600
Шафи для зберігання виробів	3	11 700
Стіл звичайний	2	6 000
Стільці офісні	8	3 200
Кулер для кімнати відпочинку	1	2 100
Набір посуду	1	1 500
Чайник для води Philips	1	700
Ноутбук	1	11 000
Принтер	1	4 000
Роутер	1	2 400
<i>Устаткування та матеріали:</i>		200 000
Швейні машини Janome Juno 513	5	45 000
Система вентиляції CutPRO	1	20 000
Ножиці	10	2 000
Голки (набір)	5	1 000
Швейні лапки	10	1 100
Оверлок	10	950

Лекала	8	3 200
Набір тканин	2	7 000
Набір ниток	5	3 000
Набір булавок	5	300
Фурнітура (набір)	10	500
Манекен робочий	2	1 200
Переноски електричні (10 метрів)	10	4 000
Праски парові	3	10 000
Контейнери прозорі пластикові для сміття	2	400
Візок для тканин	1	350
Рекламні витрати: - реклама у соцмережах		10 000
Резервний фонд		20 000
Поточні витрати:		150 000
Оренда приміщення		25 000
Комунальні платежі		4 000
Зарплата працівників		121 000
Загальна сума витрат		473 500
Амортизація (річна)		108 660

Джерело: складено самостійно

Отже, витрати на облаштування швейного цеху будуть становити 473 500 грн.

7. Ризики

Основні ризики, пов'язані з відкриттям швейного цеху в Україні, включають:

1. Конкуренція: Швейна промисловість в Україні має певний рівень конкуренції, особливо в масовому сегменті ринку. Існує багато інших підприємств, які також виготовляють одяг і можуть конкурувати за клієнтів та ринкову частку.
2. Підвищення вартості матеріалів: Залежно від економічних та політичних факторів, вартість матеріалів для пошиву одягу може змінюватися. Підвищення цін на матеріали може вплинути на вартість виробництва та прибутковість швейного цеху.
3. Недостатня кваліфікація робочої сили: Для успішної роботи швейного цеху потрібні кваліфіковані швачки та інший персонал. Однак, може бути складно знайти достатньо кваліфікованих працівників у певній локації. Недостача кваліфікованої робочої сили може призвести до затримок у виробництві та якісних проблем.

4. Зміни в законодавстві: Законодавство щодо швейної промисловості може зазнавати змін, які можуть вплинути на діяльність швейного цеху. Нові правила щодо праці, здоров'я та безпеки, податкові зміни або інші регуляторні обмеження можуть вимагати додаткових зусиль і витрат для відповідності.
5. Економічна нестабільність: Економічні коливання та нестабільність можуть мати вплив на швейну промисловість. Зміни у споживчому попиті, зменшення покупної спроможності клієнтів або загальна економічна рецесія можуть знизити попит на швейні послуги та вплинути на дохідність швейного цеху.
6. Фінансові ризики: Відкриття швейного цеху потребує значних фінансових вкладень. Ризик фінансової нестабільності, недостатність капіталу або високі витрати на початкову інфраструктуру та обладнання можуть вплинути на фінансову стійкість цеху.
7. Зміни модних тенденцій: Модні тенденції постійно змінюються, що може впливати на попит на певні типи одягу. Неспроможність адаптуватися до змін у смаках і вподобаннях споживачів може призвести до складнощів у продажах та запасах непопулярних товарів.
8. Сезонність попиту: В швейній промисловості часто спостерігається сезонність попиту на певні види одягу. Наприклад, зимовий одяг може мати більший попит в холодну пору року, тоді як літній одяг буде популярним влітку. Це може створювати виклики щодо планування виробництва та зберігання запасів, а також може впливати на дохідність підприємства.
9. Соціальна відповідальність: У сучасному бізнес-середовищі соціальна відповідальність стає все більш важливою. Популярність бренду та сприйняття споживачами може залежати від етичних практик, умов праці, стандартів безпеки та екологічних аспектів. Невиконання соціально-відповідальних стандартів може негативно позначитися на репутації швейного цеху та призвести до втрати клієнтів.

8. План впровадження

Наступні кроки потрібно виконати для відкриття швейного цеху:

- Здійснити пошук та огляд приміщень для оренди.
- Придбати необхідне обладнання та інструменти для роботи.
- Найняти персонал - швачок та адміністратора.
- Розробити стратегію маркетингу та реклами для залучення клієнтів.
- Відкрити цех та розпочати роботу.

9. Висновки

Відкриття швейного цеху в місті Києві є перспективним бізнесом, який може принести значні прибутки. Маркетингова стратегія та високоякісні послуги дозволять здобути популярність серед клієнтів та забезпечити постійний потік замовлень. Для зменшення ризиків ми будемо звертати увагу на попит на послуги та зміни на ринку, а також забезпечувати постійне підвищення якості наших послуг.

Сформуємо бізнес-модель для швейного цеху за методикою Остервальдера.

Таблиця 2.5 – Бізнес-модель для швейного цеху LORD у місті Київ

Ключові партнери	Ключові види діяльності	Цінність пропозиції/продукт	Взаємовідносини з клієнтами	Споживачі
- постачальники тканин та інших матеріалів; - магазини та дистриб'ютори, які реалізують готові вироби; - інші швейні цехи для можливості співпраці та обміну знаннями.	- виробництво одягу та інших текстильних виробів; - ремонт одягу та виробів	Надання послуг з якісного швидкого ремонту одягу та виробів Надання послуг з пошиття унікального одягу на замовлення з швидкими термінами та приємними цінами.	Реклама у соціальних мережах, стенд біля входу у приміщення швейного цеху.	Жінки, чоловіки та їх діти, які потребують ремонту та пошиття одягу.
	Ключові ресурси		Канали просування	
	-кваліфіковані швачки та інші робітники; -обладнання для шиття та інші необхідні інструменти;		Соціальні мережі (Facebook та Instagram)	

	-досвід та знання у виробництві текстильних виробів; -фінансові ресурси для закупівлі матеріалів та забезпечення діяльності цеху.			
Витрати			Доходи	
Витрати на заробітну плату Витрати на закупівлю матеріалів Орендні витрати Комунальні витрати Витрати на рекламу Податки			-продаж готових текстильних виробів приватним клієнтам, оптовим та роздрібним магазинам; -продаж текстильних виробів на власному інтернет-магазині або на платформах електронної комерції; -виробництво текстильних виробів під брендами інших компаній.	

Джерело: складено самостійно

Ця бізнес-модель дозволяє швейному цеху виробляти та продавати якісну та стильну продукцію за доступними цінами, приваблюючи клієнтів різних сегментів, в тому числі тих, які шукають текстильні вироби для свого бренду. Цей підхід дає можливість забезпечити стабільний прибуток, а також підвищити конкурентоспроможність швейного цеху на ринку текстильних виробів.

2.2. Визначення технічних аспектів реалізації підприємницької ідеї

Для реалізації ідеї відкриття швейного цеху LORD в місті Києві потрібно врахувати ряд технічних аспектів:

1. Обладнання та інструменти: необхідно придбати необхідне обладнання та інструменти для роботи, такі як швейні машини, оверлоки, праски, ножиці та інше.

Щоб забезпечити якісну і ефективну роботу, необхідно обрати відповідне обладнання та інструменти. В залежності від масштабу і виду

діяльності швейного цеху, можна відповідно вибрати необхідність та кількість машин і інструментів.

Також необхідно враховувати фактори, пов'язані з ефективністю використання обладнання та інструментів. Наприклад, для зменшення витрат енергії можна розглянути можливість використання енергозберігаючих моделей машин, або використовувати екологічні матеріали для виробництва продукції [29].

Для відкриття швейного цеху знадобляться наступні типи обладнання:

а) Швейні машини: Оберемо для роботи швейну машину бренду Janome June 513. Вартість швейної машини становить 9 000 грн. Дана модель дозволяє виконувати швидко широкий спектр робіт.

б) Праска парова : професійна праска для швейних цехів від бренду Battistella EOS дозволяє швидко виконувати роботу, не зіпсувавши речі, оскільки має парову систему. Вартість становить 3 300 грн.

в) Ножиці: вартість ножиць Fiskar складає 200 грн у разі оптового замовлення.

г) Різноманітні аксесуари: Наприклад, нитки, голки, гудзики, блискавки і тд. Вартість на дані позиції наведена у таблиці 2.5

д) Меблі: для роботи потребується закупити стелажі, столи, стільці, шафи для одягу. Вартість на дані позиції наведена у таблиці 2.5

Отже, загальна вартість обладнання та матеріалів для відкриття швейного цеху становить 293 500 грн (табл. 2.5).

Таким чином, вивчення ринку, потреб споживачів та планування виробництва можуть допомогти вибрати найбільш оптимальний варіант обладнання та інструментів для забезпечення якісної та ефективної роботи швейного цеху.

2. Приміщення:

Для швейного цеху необхідне відповідне приміщення з достатньою площею для всіх необхідних робочих зон та зон виробництва. Повинні бути враховані наступні вимоги:

- Площа: залежно від планованої кількості робочих місць, приміщення повинне мати достатню площу для розміщення всіх необхідних зон.
- Розміщення: приміщення повинно мати зручний доступ для працівників та достатньо місця для зберігання сировини, готової продукції та інвентарю. Розміщення цеху в області зручної транспортної інфраструктури може знизити витрати на доставку і збільшити ефективність виробництва.
- Вентиляція: приміщення повинно мати достатню вентиляцію для забезпечення здоров'я працівників та зменшення ризику виникнення пожежі.
- Електропостачання: приміщення повинне мати достатню потужність електричної енергії для забезпечення всіх необхідних машин та інструментів.
- Умови праці: приміщення повинне мати комфортні умови праці для працівників, такі як належне освітлення, оптимальна температура та вологість повітря.
- Умови зберігання: приміщення повинне мати належні умови для зберігання сировини та готової продукції, що забезпечує збереження їх якості та тривалості зберігання.

Швейний цех «LORD» буде розташований в орендованому приміщенні у м. Київ у Шевченківському районі (вулиця Ярославська, 26) площею 100 кв. метрів, обладнаний необхідними машинами та інструментами для пошиву та ремонту одягу. Оренда даного приміщення складає 25 000 грн за місяць.

3. Інтернет технології: використання ІТ-технологій дозволить оптимізувати робочі процеси та забезпечити взаємодію з клієнтами. Наприклад, створення сайту або інтернет-магазину, де клієнти зможуть зробити замовлення та сплатити за нього повну суму онлайн шляхом оплати на банківські реквізити. Це може бути реалізоване у майбутньому після охоплення достатньої кількості клієнтів. Саме створення сайту або інтернет-магазину дозволить розширити аудиторію клієнтів та привернути нових замовників. Крім того, на сайті можна розміщувати фотографії готових

виробів, опис послуг та ціни на них, що дозволить клієнтам зручно та швидко зробити замовлення.

4. Система контролю якості: важливим аспектом у роботі швейного цеху є контроль якості продукції. Для цього можна використовувати вибірковий контроль якості, який буде відображати дотримання вимог роботи та вимог, наданих замовником.

5. Безпека праці: важливим аспектом є забезпечення безпеки праці на робочому місці. Необхідно дотримуватися правил використання обладнання та інструментів, а також встановлювати систему вентиляції та забезпечувати наявність пожежних приладів.

Для забезпечення безпеки праці в швейному цеху необхідно провести детальний аналіз робочого місця та зробити на його основі відповідні заходи. Для цього можна провести огляд місця роботи та обладнання, перевірити його на відповідність вимогам безпеки праці, а також провести інструктаж з використання обладнання та інструментів.

Для забезпечення безпеки праці також можна встановити правила роботи з обладнанням та інструментами, які включатимуть у себе не тільки правила безпеки, а й інструкції щодо користування обладнанням та інструментами. Також можна проводити регулярні перевірки обладнання та інструментів на наявність пошкоджень та зношеності, що дозволить запобігти небезпечним ситуаціям на робочому місці.

6. Енергозбереження: використання сучасних енергозберігаючих технологій дозволить знизити витрати на енергію та зменшити негативний вплив на довкілля. Наприклад, можна встановити LED-освітлення та енергоефективні системи опалення та кондиціонування повітря. Для цього запропоновано встановлення сучасної системи освітлення FIX, яка містить LED-системи ламп, що дозволяють значно економити світло.

7. Розробка дизайну та моделей: важливим аспектом у роботі швейного цеху є розробка дизайну та моделей продукції. Для цього потрібно мати

наявність професійних дизайнерів та модельєрів, які зможуть розробити унікальний дизайн та модель, що відповідає потребам клієнтів.

Для розробки дизайну та моделей потрібно мати наявність професійних дизайнерів та модельєрів, які володіють необхідними знаннями та навичками.

8. Управління виробництвом та персоналом: ефективне управління виробництвом та персоналом є ключовим аспектом успішної роботи швейного цеху. Необхідно мати належні знання у сфері управління та контролю за виробництвом та персоналом, а також мати належну систему звітності та обліку.

Ефективне управління виробництвом та персоналом вимагає постійного контролю та координації всіх процесів, що відбуваються у швейному цеху. Для цього можуть використовуватися спеціальні програми та системи управління, що дозволяють відстежувати виробничі процеси та контролювати якість продукції. Також необхідно мати належний контроль за роботою персоналу, в тому числі за дотриманням правил безпеки та виробничих стандартів.

Для успішного управління виробництвом та персоналом необхідно мати належну систему звітності та обліку, що дозволить відстежувати всі витрати та доходи цеху, контролювати запаси сировини та готової продукції, а також вести облік робочого часу та зарплати працівників. Ефективне управління персоналом також включає в себе правильний підбір та навчання кваліфікованих співробітників, створення сприятливих умов праці та мотивацію персоналу до досягнення високих результатів.

Отже, технічні аспекти реалізації ідеї відкриття швейного цеху включають в себе використання сучасних технологій, встановлення обладнання, розробку дизайну та моделей продукції, розробку ефективних технологій виробництва, ефективне управління виробництвом та персоналом, а також забезпечення безперебійного виробництва та вчасного виконання замовлень.

Також важливим аспектом є забезпечення безпеки праці на підприємстві. Необхідно встановити всі необхідні безпекові системи, а також провести навчання персоналу з питань безпеки праці. Крім того, можна розглянути можливість використання автоматизованих систем управління виробництвом, що дозволить ефективніше контролювати виробничі процеси та забезпечити більш високу якість продукції.

Таким чином, технічні аспекти реалізації ідеї відкриття швейного цеху включають в себе весь комплекс технічних заходів, спрямованих на забезпечення високої якості продукції та ефективне виробництво, а також забезпечення безпеки праці на підприємстві.

2.3. Вибір джерела фінансування реалізації обраної підприємницької ідеї

Вибір джерела фінансування для реалізації швейного цеху в м. Київ залежить від багатьох факторів, включаючи розмір і складність проекту, ризики, пов'язані з вкладенням коштів, терміни реалізації проекту, потреби в капіталі та інші фактори.

Основні джерела фінансування, які можуть бути використані для реалізації цього проекту, включають такі [30]:

1. Кредити банків - це один з найпоширеніших способів фінансування підприємницьких проектів. Для отримання кредиту необхідно мати добру кредитну історію та забезпечення відповідного рівня платоспроможності. При цьому слід звернути увагу на процентну ставку, терміни кредитування та вимоги щодо використання отриманих коштів.

Отримання кредиту банку може бути досить зручним способом фінансування проекту, оскільки це дозволяє отримати потрібні кошти на поточні потреби без відчутного впливу на розмір власного капіталу. Однак,

при отриманні кредиту необхідно враховувати процентну ставку, яка може бути досить високою, залежно від банку та умов кредитування.

Крім того, банки можуть вимагати забезпечення кредиту відповідним рівнем гарантій та забезпеченням. Це може бути різними видами майна, таким як нерухомість або техніка, або ж поручительством третіх осіб.

При отриманні кредиту слід також звернути увагу на терміни кредитування, які можуть бути обмежені, або ж на вимоги щодо використання отриманих коштів, наприклад, на покриття певних видатків.

Для успішного отримання кредиту необхідно мати добру кредитну історію та забезпечення відповідного рівня платоспроможності. Підприємство повинно мати стабільні доходи та можливість погасити кредитну заборгованість вчасно та у повному обсязі.

В цілому, кредити банків є досить зручним та широко поширеним способом фінансування підприємницьких проектів, однак вимагають відповідального підходу та уважного дослідження умов кредитування.

2. Інвестиції - інвестори можуть вкладати кошти в проект у вигляді позики або у формі інвестиційного капіталу. У разі вкладання коштів у формі інвестиційного капіталу, інвестор стає співвласником підприємства та бере на себе частину ризиків.

Інвестиції - це спосіб залучення коштів на розвиток підприємницького проекту. Інвестори можуть вкладати свої кошти в проект у формі позики або у формі інвестиційного капіталу.

У разі вкладання коштів у формі інвестиційного капіталу, інвестор стає співвласником підприємства та бере на себе частину ризиків. Інвестор отримує право на отримання частини прибутку підприємства та вплив на управління ним. Це може бути досить привабливо для підприємців, оскільки це дозволяє залучити необхідний капітал та експертизу інвестора, що може допомогти у розвитку проекту.

Іншим способом залучення інвестицій є вкладення коштів у формі позики. У цьому випадку інвестор не стає співвласником підприємства, а

лише надає позику з умовою її повернення з відсотками. Такий спосіб залучення коштів може бути менш ризикованим для підприємства, оскільки він не передбачає змін у власницькій структурі компанії та не вимагає розподілу прибутку між інвестором та підприємством.

3. Субсидії та гранти - у випадку, якщо проект є соціально важливим, можна отримати державні субсидії та гранти. Це дозволяє знизити фінансові ризики та забезпечити додаткові ресурси для реалізації проекту.

4. Краудфандинг - це спосіб залучення фінансування від багатьох людей через спеціальні онлайн-платформи. У цьому випадку можна залучити необхідну суму коштів за допомогою внесків від багатьох людей, які зацікавлені в успіху проекту.

Краудфандинг - це вид фінансування, при якому залучають гроші від широкого загалу людей через онлайн-платформи. Особливістю краудфандингу є те, що гроші збираються не від одного спонсора або інвестора, а від великої кількості людей, які надають невеликі суми грошей. Зазвичай на платформі створюється проект з описом його ідеї, метою, об'ємом робіт, планом виконання та бюджетом. Далі всі бажаючі можуть пожертвувати гроші на цей проект, внески можуть бути різної величини. Зазвичай краудфандинг-платформи забезпечують публічність проекту, виставляючи його на загальний огляд для всіх відвідувачів сайту, інформуючи про нього в соціальних мережах, блогах тощо. Краудфандинг може бути використаний для збору коштів на реалізацію різних проектів, включаючи підприємницькі ідеї. Однією з переваг краудфандингу є можливість залучити фінансування без необхідності залучати кредити в банках або звертатися до інвесторів, що може бути складно, особливо на початковому етапі роботи підприємства. Однак, слід мати на увазі, що краудфандинг також може бути вимогливим до часу та зусиль для організаторів проекту, а також може бути пов'язаний з відповідальністю перед спонсорами та необхідністю забезпечення результатів проекту.

5. Лізинг - це спосіб фінансування, при якому майно (обладнання, машини) береться в оренду з правом викупу. Лізинг може бути зручним в разі необхідності придбання великої кількості дорогого обладнання або машин.

6. Власний капітал - використання власних коштів є одним з найбільш безризикових способів фінансування, оскільки не вимагає повернення грошей третім особам. Проте, використання власних коштів може призвести до зменшення ліквідності та забезпечення фінансової стабільності підприємства.

Власний капітал - це грошові ресурси, які належать власнику підприємства або акціонерам. Використання власних коштів на розвиток бізнесу дозволяє підприємству збільшити свої ресурси, не залучаючи зовнішніх інвесторів, і тим самим зберегти контроль над підприємством.

Однак, використання власних коштів може призвести до зменшення ліквідності підприємства, оскільки частина грошей витрачається на розширення бізнесу. Крім того, якщо підприємство не отримує зовнішніх інвестицій, його фінансові можливості можуть бути обмежені, що може перешкодити розвитку бізнесу.

Також, використання власних коштів може призвести до забезпечення фінансової стабільності підприємства, оскільки не виникає потреби в поверненні боргів третім особам. Проте, це може обмежувати можливості розвитку іншими напрямками, якщо всі грошові ресурси витрачаються на певний проект.

Отже, використання власного капіталу є безризиковим способом фінансування, але потребує обережного планування та балансування фінансових ресурсів для забезпечення стабільності та розвитку бізнесу.

При виборі джерела фінансування необхідно враховувати баланс між ризиками та потенційними вигодами, а також звернути увагу на процентні ставки, терміни кредитування та умови повернення грошей. Крім того, слід звернути увагу на регулюючу політику держави щодо підприємницької

діяльності та можливість отримання державних субсидій та грантів для реалізації проекту.

Інвестиції є найбільш оптимальним варіантом фінансування реалізації швейного цеху. Інвестиції можуть бути здійснені в формі вкладення капіталу в бізнес, якщо він ще не існує, або якщо бізнес вже існує, то інвестиції можуть бути здійснені в формі придбання акцій або інших фінансових інструментів.

Інвестиції можуть бути здійснені як від приватних інвесторів, так і від держави. Приватні інвестори можуть внести свої кошти у проект в обмін на певний відсоток власності або на частину прибутку від бізнесу. Держава також може надати допомогу у вигляді пільг, субсидій або інших форм підтримки.

Інвестиції мають декілька переваг у порівнянні з іншими формами фінансування. По-перше, інвестиції зазвичай забезпечують додаткові кошти, які можуть бути використані для розвитку бізнесу. По-друге, інвестори можуть принести в бізнес додаткові знання, контакти і досвід, що можуть сприяти підвищенню ефективності бізнесу. По-третє, інвестиції можуть бути здійснені на більш вигідних умовах, ніж заборгованість, що знижує загальні фінансові витрати на бізнес.

Проте, інвестиції також мають свої ризики. Інвестори можуть вимагати високого рівня контролю над бізнесом або повної власності, що може обмежити свободу прийняття рішень власників. Крім того, якщо бізнес не зможе отримувати прибуток або не зможе повернути інвестиції, це може призвести до втрати довіри в інвесторів, падіння рейтингу кредитоспроможності і важких фінансових проблем.

Для реалізації нашої бізнес-ідеї обрано таке джерело фінансування як власний капітал, оскільки сума вкладу становить 473 500 грн і є не такою великою аби залучати, до прикладу, кредитні кошти. Використання власних коштів є одним з найбільш контрольованих і беззастережних способів фінансування. Вважаємо, що вклад власних коштів у новий бізнес дає повний

контроль над бізнесом і власність над підприємством без необхідності ділитися контролем з іншими інвесторами або кредиторами. Використання власних коштів дозволяє зменшити ризик, пов'язаний з погашенням кредиту або зовнішніми фінансовими обмеженнями. На нашу думку, ми будемо мати більшу гнучкість у прийнятті фінансових рішень і зможемо керувати ризиками відповідно до своїх потреб.

Отже, для ініціації та початку реалізації будь-якої бізнес-ідеї потребується створення документу під назвою бізнес-план, який відображає основні аспекти: детальну інформацію про концепцію проєкту, потребуючі кадри та їх задачі з обов'язками, операційний та фінансовий план та виокремлення ризиків. Для нашого проєкту з'ясувалось, що потрібно 473 500 грн для облаштування та початку повноцінної роботи швейного цеху. Не менш важливим на стадії планування – це розгляд та аналіз технічних аспектів, а саме вибору обладнання для швейного цеху. Від цього залежить результативність роботи команди. Джерелом фінансування було обрано власний капітал, що майже унеможлиблює виникаючі можливі ризики.

РОЗДІЛ 3

ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ ПО ВІДКРИТТЮ ШВЕЙНОГО ЦЕХУ

3.1. Розробка організаційних заходів по відкриттю швейного цеху

Розробку організаційних заходів по відкриттю швейного цеху розпочнемо з матриці відповідальності. Спочатку необхідно визначити всі функції та завдання, які повинен виконувати швейний цех. Потім необхідно зазначити різні підрозділи, які займаються цими функціями та завданнями, наприклад: дизайнери, швачки, менеджери тощо (табл.2.3).

На основі цього можемо відобразити матрицю відповідальності:

Таблиця 3.1 – Матриця відповідальності

	Дизайнер	Швачки- кроївниці	Менеджер	Прибиральниця
Закупівля матеріалів	+		+	
Прийом замовлень		+	+	
Пошив або ремонт одягу; розробка дизайну	+	+		
Перевірка виробів на дотримання вимог та заявленої якості		+	+	
Видача готових виробів			+	
Контроль оплати за надану послугу			+	
Контроль чистоти				+

Джерело: складено самостійно

У цій матриці відповідальності можна бачити, що дизайнери відповідають за розробку дизайну, менеджер та дизайнер- за закупівлю

матеріалів, менеджер та швачки— прийом замовлень, безпосередній пошив одягу та ремонт— швеї, перевірка до вимог- швеї та менеджер, видача готових виробів та контроль оплати- менеджер та контроль чистоти поверхонь та підлоги – прибиральниця.

Така матриця допоможе зберегти чіткість та відповідальність на різних етапах виробництва та підвищити ефективність роботи швейного цеху.

CTR-словник ("витрати-час-ресурси") - це інструмент, який допомагає визначити та керувати витратами, часом та ресурсами при виробництві продукту. Для швейного цеху CTR-словник може бути наступним:

Таблиця 3.2 - CTR-словник

CTR	Характеристика
Витрати	Матеріали (тканини, фурнітура, прикраси) Оплата праці Електроенергія та інші комунальні послуги Обладнання та інструменти
Час	Час на розробку дизайну та конструювання виробу Час на розкрій тканин Час на пошив/ремонт виробу Час на контроль якості
Ресурси	Працівники (дизайнер, кроївниці, швачки, менеджер тощо) Обладнання та інструменти (швейні машини, кройки, праски, гладильні дошки) Матеріали (тканини, фурнітура, прикраси)

Джерело: складено самостійно

Цей CTR-словник допоможе управляти витратами та часом виробництва продукту, а також дозволить раціоналізувати використання ресурсів, що в свою чергу зменшить витрати та підвищить ефективність роботи швейного цеху.

WBS (робоча структура) та OBS (організаційна структура) є ключовими елементами організації роботи швейного цеху.

WBS (робоча структура) - це ієрархічна структура, яка відображає всі етапи та завдання, необхідні для досягнення основної мети відкриття швейного цеху [39]. Така структура допомагає розбити проект на менші та більш керовані етапи, зробити їх більш зрозумілими та керованими, та визначити кінцеві цілі кожного етапу проекту.

WBS для відкриття швейного цеху може складатися з таких етапів:

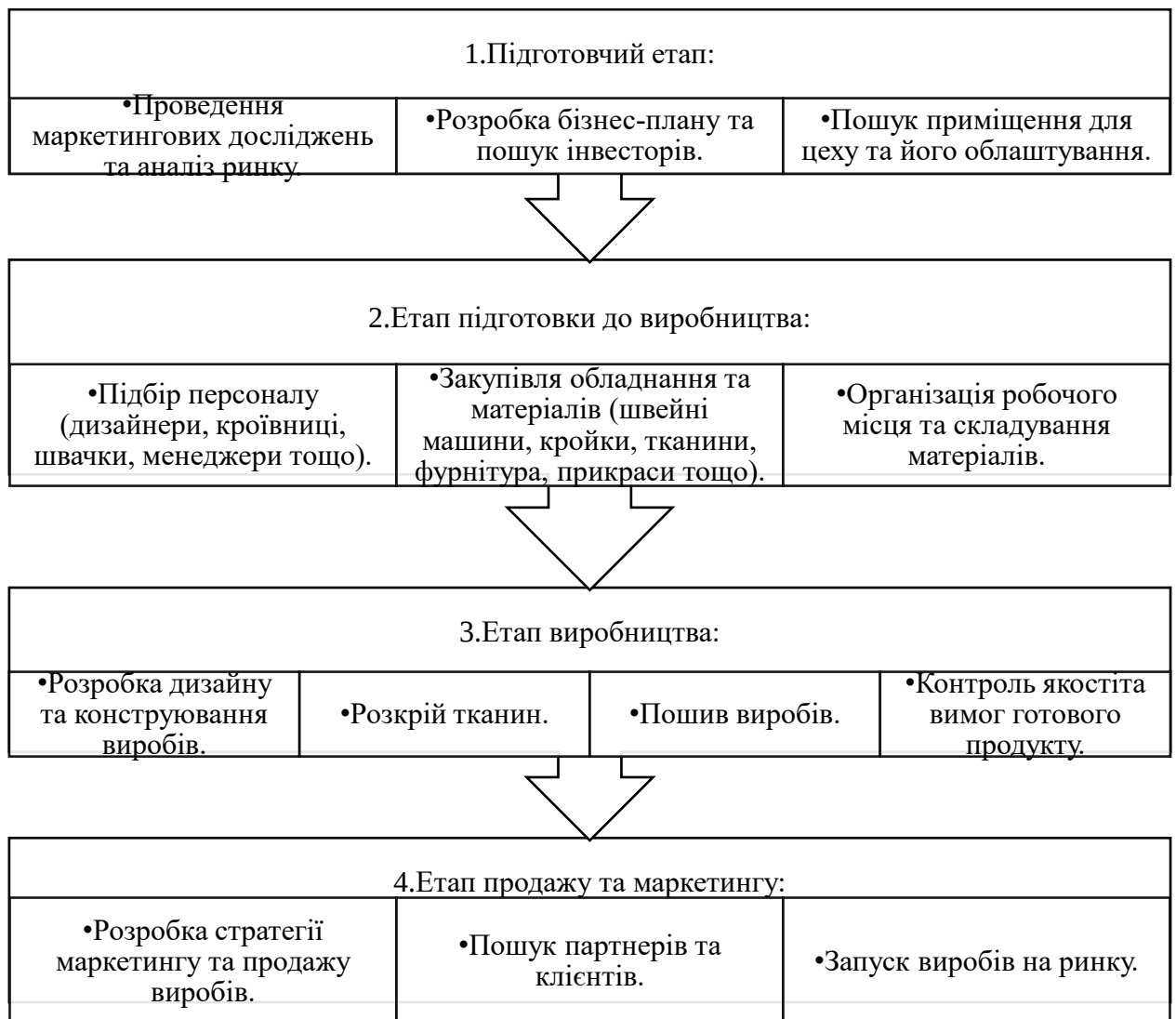


Рисунок 3.1 – WBS (робоча структура) для відкриття швейного цеху

Джерело: складено самостійно

OBS (організаційна структура) - це структура, яка відображає організаційну ієрархію та розподіл робіт в межах організації [39]. OBS визначає, які завдання виконуються окремими підрозділами організації та як вони взаємодіють між собою/

OBS для швейного цеху може мати наступний вигляд:

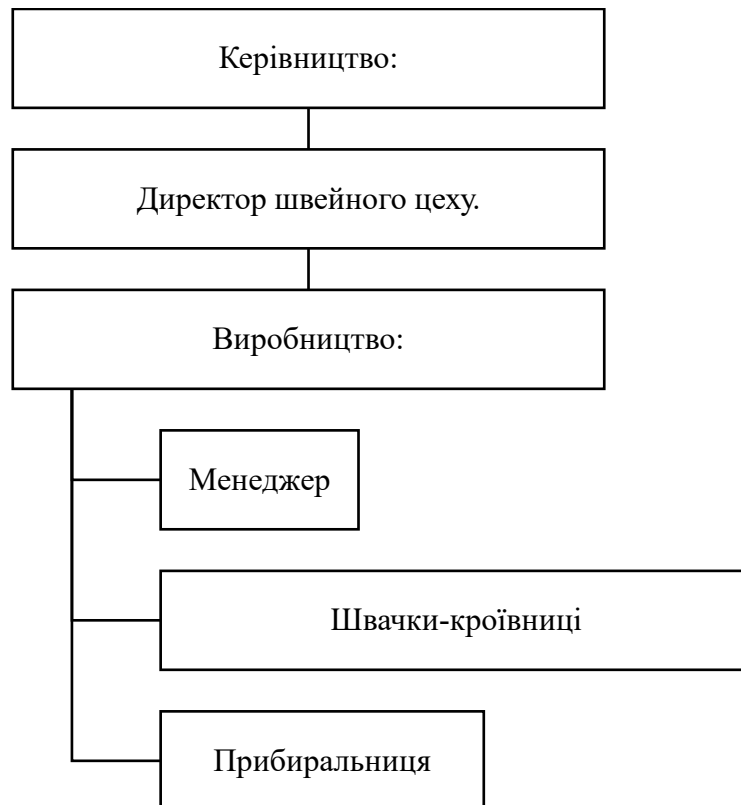


Рисунок 3.2 – OBS (організаційна структура) для відкриття швейного цеху

Джерело: складено самостійно

Кожен з підрозділів має свої завдання та функції, що виконуються на різних етапах проекту.

Загалом, WBS (робоча структура) та OBS (організаційна структура) допомагають організувати та керувати проектом відкриття швейного цеху, розподіляючи роботу між підрозділами та забезпечуючи ефективне функціонування цілого підприємства.

Графік Ганта - це тип діаграми проектування, який демонструє часову послідовність завдань, виконаних для досягнення мети проекту[39] . Основна ідея полягає в тому, щоб показати розклад роботи по днях або тижнях, використовуючи позначення горизонтальних ліній для представлення завдань.

Послідовність робіт/Період	червень 2023	липень 2023	серпень 2023	вересень 2023	жовтень 2023	листопад 2023	грудень 2023	січень 2024	лютий 2024
Визначення проекту та розробка бізнес-плану									
Пошук та вибір приміщення для цеху									
Планування робочого простору та електричної мережі									
Закупівля та встановлення необхідного обладнання									
Підготовка робочих місць									
Підбір та навчання персоналу									
Випробування та налагодження обладнання									
Запуск виробництва та початок роботи швейного цеху									

Рисунок 3.3 – Графік Ганта для відкриття швейного цеху LORD у м.

Київ

Джерело: складено самостійно

Таким чином, підготовка та відкриття швейного цеху LORD в м. Києві займе 9 місяців, починаючи з червня 2023 року і закінчуючи в лютому 2024 року.

3.2. Оцінка економічної ефективності реалізації підприємницької ідеї

Маючи повний список поточних та інвестиційних витрат, розрахуємо сукупні витрати для першого року функціонування швейного цеху.

Таблиця 3.3 – Сукупні витрати для першого року функціонування швейного цеху LORD

Статті витрат	Загальна місячна сума, грн	Річна сума витрат, грн
Заробітна плата	121 000	1 452 000
Комунальні платежі	4 000	48 000
Оренда приміщення	25 000	300 000
Рекламна кампанія	10 000	120 000
Матеріали, що потребують щомісячного оновлення	16 100	193 200
Інші витрати*	800	9 600
Сума	176 900	2 122 800

*оплата за Інтернет, оплата за воду, оплата за набори для чаю/кави.

Джерело: складено самостійно

Отже, сума витрат на перший рік функціонування становитиме 2 122 800 грн. Оскільки швейний цех планує отримувати дохід від послуг з ремонту та пошиву одягу, то орієнтовна ціна за ремонт буде становити в середньому 500 грн за одну одиницю, а за пошив – 1200 грн. Тоді можемо спрогнозувати кількість замовлень на місяць для послуг ремонту та пошиву одягу аби розрахувати очікуваний дохід від продажу на перший рік.

Таблиця 3.4 - Прогнозовані значення кількості замовлень для швейного цеху LORD

Вид послуги	Кількість замовлень на місяць, шт.	Середня ціна за од, грн	Сума за місяць, грн	Сума за рік, грн
Ремонт одягу	350	500	175 000	2 100 000
Індивідуальний пошив одягу	100	1200	120 000	1 440 000
Загально	450	x	295 000	3 540 000

Джерело: складено самостійно

Оскільки індивідуальний пошив одягу в приватних швейних цехах замовляється рідше, аніж ремонт одягу, значить кількість замовлень на ремонт речей буде більшою. В даному випадку очікуваний дохід за перший рік буде становити 3 540 000 грн. Варто зауважити, що показник очікуваного доходу буде зростати щороку, оскільки ціни на послуги будуть рости, а кількість клієнтів прогнозовано має збільшуватись. Для подальших розрахунків було взято фіксований показник очікуваного доходу, аби зрозуміти чи в таких початкових умовах підприємство зможе функціонувати отримуючи стабільний прибуток.

Витрати на облаштування та початку роботи цеху – 323 500 грн. Сукупні витрати на 1 рік роботи– 2 122 800 грн. Сума податків на рік буде становити: *Єдиний податок (14 400 грн)+ ЄСВ (15 840 грн)+ ПДФО 18% (261 360 грн)+ВЗ 1,5% (21780 грн)= 313 420 грн.*

Маючи основні показники, розрахуємо ефективність та доцільність проєкту відкриття швейного цеху LORD. За умови, якщо очікуваний дохід буде однаковим всі 5 років, то отримаємо такі результати:

Таблиця 3.5 – Розрахунок показників ефективності проекту

Рік	Грошовий потік (CF)	Чистий прибуток (NP)	Чиста приведена вартість (NPV)	Рентабельність (ROI)	Термін окупності	Індекс прибутковості (PI)
0	-473500	-473500	-473500	-100%	-	-
1	925780	612360	525239.74	29.67%	0.77	1.11
2	803860	490440	371286.36	23.09%	0.97	0.78
3	784478	471058	327999.69	22.17%	1.00	0.69
4	770031	456611	295543.52	21.46%	1.04	0.62
5	759119	445699	269082.43	21.13%	1.06	0.57

Джерело: складено самостійно

Розрахунок чистої приведеної вартості показує, що проект володіє позитивною NPV після першого року. Це означає, що прийняття проекту може приносити вигоди з фінансової точки зору, оскільки NPV позитивна. Рентабельність проекту поступово знижується з часом, але залишається на прийнятному рівні. Розрахунки терміну окупності показують, що інвестиції повертаються протягом першого року роботи проекту. Це означає, що проект може окупитися відносно швидко. Розрахований індекс прибутковості вище 1, що свідчить про те, що прийняття проекту приносить позитивний прибуток з часом.

На підставі цих розрахунків можна зробити висновок, що проект має потенціал бути доцільним і ефективним з фінансової точки зору. Однак, важливо також враховувати інші фактори, такі як ринкові умови, конкуренція, ризики та стратегічні цілі компанії, перед прийняттям рішення про реалізацію проекту. Загальна оцінка ефективності проекту підтримує його доцільність, оскільки показники, такі як чиста приведена вартість, рентабельність, термін окупності і індекс прибутковості, вказують на позитивні результати.

Для кожного проєкту існують відповідні ризики, на які варто звертати увагу та приймати відповідні міри:

- Конкуренція: на ринку швейних послуг є багато конкурентів, тому необхідно зосередитися на високій якості роботи та конкурентоспроможних цінах, а також здійснювати активну рекламну кампанію, наприклад, через соціальні мережі та рекламні банери.
- Вартість матеріалів: вартість матеріалів може змінюватися з часом, тому необхідно вести постійний контроль за цінами та шукати оптимальні постачальників.
- Затримки у виконанні замовлень: необхідно стежити за термінами виконання замовлень, попереджати клієнтів про можливі затримки, та докладати зусиль для зменшення часу виконання замовлень.

Відкриття швейного цеху в м. Києві може бути прибутковим бізнесом, який забезпечить достатній рівень доходу та можливості для розвитку. Необхідно провести детальне дослідження ринку та конкурентів, розробити ефективну маркетингову стратегію, та зосередитися на якості роботи та високому рівні обслуговування клієнтів. Крім того, необхідно вести постійний контроль за витратами та прибутками, а також шукати шляхи зменшення ризиків та підвищення ефективності бізнесу.

При впровадженні підприємницької ідеї можуть виникнути різноманітні ризики, які можуть негативно вплинути на успішність проєкту та його фінансові показники. Основні ризики зовнішнього середовища, пов'язані з впровадженням підприємницької ідеї, що можуть значно впливати на діяльність цеху:

1. Ризик ринку - можливість того, що попит на продукцію чи послуги буде недостатнім для забезпечення доходів та прибутків. Кількісна оцінка ризику полягає у визначенні потенційного попиту та аналізі конкурентів. Для хеджування цього ризику можна розробити стратегію маркетингу та продажу, зосередження на конкурентоспроможності та унікальності

продукту чи послуги, а також використовувати додаткові канали збуту, наприклад, онлайн-магазини та інтернет-маркетплейси.

2. Ризик фінансування - можливість того, що потрібні кошти на реалізацію проекту не будуть знайдені. Кількісна оцінка полягає у визначенні потрібної суми грошей для реалізації проекту та пошуку джерел фінансування. Для хеджування цього ризику можна розглянути можливість залучення інвестицій, отримання банківського кредиту чи фінансування з допомогою програми державної підтримки малого та середнього бізнесу.

3. Ризик ресурсів - можливість того, що ресурси, необхідні для реалізації проекту, можуть бути обмеженими або недоступними. Кількісна оцінка ризику полягає у визначенні необхідних ресурсів та можливих джерел їх отримання. Для хеджування цього ризику можна розглянути можливість пошуку альтернативних джерел ресурсів, партнерства з постачальниками, зниження витрат на виробництво, раціоналізацію процесів та інші заходи ефективного управління ресурсами.

4. Ризик технічного недоліку - можливість того, що продукт чи послуга можуть не відповідати вимогам ринку або стандартам якості. Кількісна оцінка полягає у визначенні технічних вимог та якості продукту, а також у аналізі технічних ризиків. Для хеджування цього ризику можна розробити стратегію контролю якості продукту та процесів виробництва, здійснювати тестування та випробування, а також використовувати досвід та знання експертів в галузі.

5. Ризик правового порушення - можливість того, що проект може порушити законодавство, права та інтереси третіх сторін. Кількісна оцінка полягає у визначенні правових вимог та ризиків порушення законодавства. Для хеджування цього ризику можна залучити юристів та експертів з правової сфери, провести аудит юридичного середовища, відстежувати зміни законодавства та забезпечувати дотримання нормативно-правових вимог.

Отже, перед реалізацією проекту відкриття швейного цеху “LORD” було розроблено організаційні заходи, які відображають зону

відповідальності кожної найнятої особи, етапи та завдання, які стоять перед відкривачами власної справи та терміни їх виконання. На відкриття швейного цеху “LORD” знадобиться 9 місяців. Аби проаналізувати доцільність проєкту, було здійснено оцінку його економічної ефективності, яка показала, що проєкт володіє позитивною NPV після першого року, а термін окупності показує, що інвестиції повертаються протягом першого року роботи. Розрахований індекс прибутковості вище 1, що свідчить про те, що прийняття проєкту приносить позитивний прибуток з часом. Тому робимо висновок, що проєкт є доцільним та прибутковим.

ВИСНОВКИ

Швейна галузь є однією з найбільш поширених галузей виробництва, що займається створенням різних видів одягу та текстильних виробів. Ця галузь є досить розвиненою і має свої особливості, які варто відзначити. На сьогоднішній день український ринок швейної продукції є достатньо розвиненим і конкурентним. Українські виробники пропонують широкий асортимент продукції від одягу до домашнього текстилю. Різні виробники одягу націлені на різні сегменти споживачів. Після кризи 2014-2015 років зросла популярність виробів українських виробників, особливо серед дрібних та середніх підприємств. Це пояснюється їх нижчою ціною, вищою якістю та відсутністю націнки за бренд. Таким чином, український ринок одягу почав активно розширятися завдяки вітчизняним виробникам.

Успішна реалізація підприємницької ідеї з відкриття швейного цеху залежить від багатьох інституційних чинників, таких як бюрократія, податки, правові аспекти, ринок та попит на послуги, а також взаємодія з місцевими органами влади та спільнотою. Підприємець, який готовий до адаптації та швидкої реакції на зміни в інституційному середовищі, зможе забезпечити успішну реалізацію своєї ідеї, зваживши всі впливи на майбутню діяльність. Для визначення потенційних загроз, наявних та майбутніх можливостей, сильних та слабких сторін було проведено SWOT-аналіз. Виявлено, що найбільш вагомими факторами серед сильних сторін є наявність власної текстильної промисловості, серед слабких сторін – високий рівень конкуренції іноземних брендів, серед наявних можливостей - розвиток інноваційних технологій виробництва та розширення асортименту продукції та унікальний дизайн. Серед переліку виділених загроз – ризики зростання цін на енергоресурси та сировину, а також політично-економічне становище в Україні та поза її межами. Аби оцінити зовнішні впливи на функціонування швейного цеху, було проведено PEST-аналіз, у ході якого з'ясовано, що найбільш вагомий негативний вплив чинять економічні фактори (зумовлено

підвищенням цін на ресурси та зниженням купівельної спроможності), а найбільш позитивний – соціальні фактори (зумовлено зміною поглядів населення за рахунок еко-трендів).

У роботі було запропоновано бізнес-ідею відкриття швейного цеху LORD, який буде займатися виготовленням та ремонтом одягу для чоловіків, жінок та дітей. Метою бізнесу є надання якісних та доступних послуг з ремонту та пошиву одягу для жителів міста Києва. Розраховано, що для реалізації ідеї потрібно найняти 5 швачок, 1 менеджера, 1 дизайнера та 1 прибиральницю на першому етапі роботи цеху. Загальна сума витрат на облаштування швейного цеху становитиме за підрахунками – 473 500 грн. Розроблена бізнес-модель для «LORD» дозволить швейному цеху виробляти та продавати якісну та стильну продукцію за доступними цінами, приваблюючи клієнтів різних сегментів, в тому числі тих, які шукають текстильні вироби для свого бренду. Цей підхід дає можливість забезпечити стабільний прибуток, а також підвищити конкурентоспроможність швейного цеху на ринку текстильних виробів.

Не менш важливим було визначити усі технічні аспекти для майбутнього міні-виробництва, оскільки від цього залежить результативність та ефективність роботи. Для реалізації бізнес-ідеї було обрано таке джерело фінансування як власний капітал, оскільки дана сума не є досить високою та, на нашу думку, використання власних коштів є одним з найбільш контрольованих і беззастережних способів фінансування.

Графік Ганта, що відображає організаційний перелік робіт щодо відкриття швейного цеху «LORD», показав що увесь процес відкриття цеху займає 9 місяців. Для будь-якого проєкту варто розраховувати показники ефективності та визначити доцільність проєкту. В нашому випадку такий аналіз показав, що проєкт є доцільним, інвестиції повертаються протягом першого року роботи швейного цеху ($ROI = 29,67\%$, індекс прибутковості = 1,11). Перед відкриттям власної справи та у процесі роботи варто враховувати та аналізувати майбутні ризики, що чинять значний та

незначний вплив на функціонування. Для нашого проєкту найбільш вагомими є велика кількість конкурентів, зростання вартості матеріалів та політичне становище країни.

.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Легка О.М. Виклики майбутнього для промислового розвитку України : наукова доповідь /за ред. д-ра екон. наук Л.В. Дейнеко ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України». К., 2022. 184 с.
2. Розумна тканина. URL: <https://www.5.ua/nauka/naukovtsi-rozrobyly-balaklavu-z-pidihrivom-z-tekhnohiiieu-rozumnoi-tkanyny-132247.html>
3. Смарт-промисловість в епоху цифрової економіки: перспек С 50 тиви, напрями і механізми розвитку: монографія / [В.П. Вишневецький, О.В. Вієцька, О.М. Гаркушенко, С.І. Князєв, О.В. Лях, В.Д. Чекіна, Д.Ю. Череватський]; за ред. акад. НАН України В.П. Вишневецького; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2018. 192 с.
4. Apparel Global Market Report 2023 – By Type (Womens Wear, Mens Wear, Kids Wear), By Distribution Channel (Retail Stores, Online Stores), By Type Of Fiber (Man Made Fibers, Cotton Fibers, Animal Based Fibers, Vegetable Based Fibers) – Market Size, Trends, And Global Forecast 2023-2032. *The Business Research Company*. URL: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/apparel-global-market-report>
5. Балабанова Л.В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: Навчальний посібник / Л.В. Балабанова; за ред. Л.В. Балабанової. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2005. – 301 с.
6. Берницька Д. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства методом PEST/STEP аналізу. Економічний аналіз. 2012. Вип. 11. Частина 2. С. 41–45.
7. Global Fashion Industry Statistics. *Fashion United*. 2022. URL: <https://fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics>

8. Решетняк Т. І., Бабіч Ю. Е. Методи аналізу зовнішнього середовища підприємства: ключові акценти та обмеження. *Функціональна економіка*. 2016. № 17. С. 74–82
9. New institute will accelerate innovations in fibers and fabrics. *MIT News*. URL: <http://news.mit.edu/2016/national-public-private-institute-innovations-fibers-fabrics-0401>
10. World Trade Statistical Review 2018. *World trade organization*. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/wts2018_e/wts18_toc_e.htm
11. Preferred Fiber Market Report 2018. URL: https://store.textileexchange.org/wp-content/uploads/woocommmerce_uploads/2019/04/2018-Preferred-Fiber-Materials-Market-Report.pdf (Дата звернення: 20.05.2023).
12. Полковниченко С. О., Коровінченко М. С. Оцінка сучасного стану розвитку ринку одягу в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 6. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8975> (дата звернення: 27.04.2023). DOI: [10.32702/2307-2105-2021.6.85](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.6.85)
13. InVenture (2021), “Clothing market in Ukraine”, available at: <https://inventure.com.ua/analytics/investments/rynok-odezhdy-v-ukraine>
14. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 5.05.2023).
15. Кінець епохи fashion: що чекає ринок одягу в Україні. Pro-Consulting. URL: <https://proconsulting.ua/ua/pressroom/konec-epohi-fashion-chto-zhdyot-rynok-odezhdy-v-ukraine> (дата звернення: 05.05.2023)
16. Горбунова А. О., Голюк В. Я. Маркетингове середовище «retail»-бізнесу на українському ринку одягу. «Актуальні проблеми економіки та управління» Збірник наукових праць молодих учених (електронне видання). 2021. Випуск 15. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/issue/view/13047> (дата звернення: 11.04.2023).

17.Євтушенко В.В., Руденко І.А., Ільонюк К.С. Дослідження ринку споживачів жіночого одягу різних цінових сегментів. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2020. № 1(72). Ч. 1. С. 97-102.

18.Легка промисловість України: реалії та перспективи. Uteka. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/news-14-delovye-novosti-36-legkaya-promyshlennost-ukrainy-realii-i-perspektivy> (дата звернення: 10.04.2023).

19.Одяг українського виробництва. Про виробників одягу в Україні - трикотажне виробництво. Джерсі. Виробництво одягу. URL: <https://tricot.com.ua/uk/odyag-ukrayinskogo-vyrobnytva-pro-vyrobnykiv-odyagu-v-ukrayinitrykotazhne-vyrobnytvo>

20.Чупріна Н. В. Сегментація суб'єктів індустрії моди як учасників модного процесу. Вісник Хмельницького національного університету. Технічні науки. 2015. № 2. С. 73-80.

21.Г. О. Швиданенко Формування бізнес-моделі підприємства : навч. посіб. [Електронний ресурс] / Г. О. Швиданенко, Н. В. Ревуцька. — К. : КНЕУ, 2013. — 423, [1] с.

22.Ревуцька Н. В. Формування бізнес-моделі підприємства (за матеріалами підприємств харчової промисловості України) : дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.06.01 / Н. В. Ревуцька. — К. : КНЕУ, 2005. — 259 с.

23.Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. – К: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017 – 188 с.

24.Жуковська В.М. Цифрові технології в управлінні персоналом: сутність, тенденції, розвиток. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2017. Вип. 27. Ч. 2. С. 13–17.

25.Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник. К.: КНЕУ, 2004. 699 с.

26.Шурпенкова Р. К. Стратегічний аналіз як складова процесу управління підприємством. Соціально-економічні проблеми сучасного

періоду України. 2015. Вип. 2. С. 96–99. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/serpsru_2015_2_24

27. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. / З. С. Варналій, Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак, Р. Р. Білик. Чернівці: Технодрук, 2019. 264 с. ISBN 978-617-7611-59-1

28. Покропивний С. Ф. М. Соболев, Г. О. Швиданенко, О. Г. Дерев'яно. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: навч. посібник. Вид. 2-ге, доп. К.: КНЕУ, 2002. 379 с

29. Лазур К.Р., Олійник Т.М. Швейне виробництво та матеріалознавство [Текст] : словник / К. Р. Лазур, Т. М. Олійник. – Львів : Новий Світ – 2000, 2012. – 246 [2] с.

30. Кучер В.О., Степура А.О. Обладнання швейного виробництва: Навч. посіб для проф.-тех. навч. закладів. – К. : Вікторія, 2001. – 416 с.

31. Вітлінський В.В. Модель вибору інвестиційного проекту / В.В. Вітлінський, В.О. Макаренко // Фінанси України. — 2002. — № 4. — С. 63 — 68.

32. Щукін Б.М. Аналіз інвестиційних проектів [конспект лекцій] / Щукін Б.М. — К.: МАУП, 2002. — 128 с

33. Багрова І.В. Основні аспекти визначення поняття ризику в забезпеченні надійності інвестиційних проектів [Електронний ресурс] / І.В. Багрова, Т.С. Яровенко. — Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Nvngu/2010_4/Bagrova.pdf

34. Бардиш Г.О. Проектний аналіз : підручник / Г.О. Бардиш. – 2-ге вид. [стер.]. – К. : Знання, 2006. – 415 с.

35. Барташевська Ю.М. Обґрунтування вибору методу оцінки інвестиційних ризиків за їх рівнем [Електронний ресурс] / Ю.М. Барташевська // Європейський вектор економічного розвитку. – 2011. – № 1 (10). — Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ever/2011_1/1.pdf

36.Гвоздев Ю.В. Методичні підходи до аналізу інвестиційних проектів в умовах ризику та невизначеності / Ю.В. Гвоздев // Продуктивність агропромислового виробництва. економічні науки. – 2015. – № 27. – С.33-37.

37.Макалюк І.В. Управління ризиками інвестиційних проектів / І.В. Макалюк, І.Ю. Бабенко // Сучасні проблеми економіки і підприємництва. – 2016. – Вип. 18. – С. 63-70.

38.Ноздріна Л.В. Управління проектами: підручник / Л.В. Ноздріна, В.І. Ящук, О.І. Полотай / За заг. ред. Л.В. Ноздріної. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 432 с.

39.Черчик Л. М. Проектний менеджмент. Практичний курс : навч. посіб. / Л. М. Черчик – Луцьк : Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2018. – 184 с

ДОДАТКИ

Додаток А

КОРОТКИЙ ЗВІТ ПОДІБНОСТІ



Имя пользователя:
~~Бізнес-економіки та підприємництва~~ Будак Максим

ID проверки:
1015089927

Дата проверки:
15.05.2023 15:28:06 EEST

Тип проверки:
Doc vs Internet + Library

Дата отчета:
15.05.2023 15:28:52 EEST

ID пользователя:
100005717

Название файла: Диплом Холодна

Количество страниц: 61 Количество слов: 12398 Количество символов: 94459 Размер файла: 177.37 KB ID файла: 1014774318

5.87%

Совпадения

Наибольшее совпадение: 1.82% с источником из Библиотеки (ID файла: 1005980590)

1.55% Источники из Интернета

234

Страница 63

5.81% Источники из Библиотеки

402

Страница 64

0% Цитат

Исключение цитат включено

Исключение списка библиографических ссылок включено

0% Исключений

Нет исключенных источников

Модификации

Обнаружены модификации текста. Подробная информация доступна в онлайн-отчете.

Замененные символы

5

**ПРОТОКОЛ АНАЛІЗУ ЗВІТУ ПОДІБНОСТІ НАУКОВИМ
КЕРІВНИКОМ**

Заявляю, що я ознайомився (-лась) з Повним звітом подібності, який був згенерований Системою виявлення і запобігання плагіату щодо роботи:

Автор: _____ ХОЛОДНА ПОЛІНА
ВОЛОДИМИРІВНА

Назва роботи: _____ ОБҐРУНТУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ ВІДКРИТТЯ
ШВЕЙНОГО ЦЕХУ

Науковий керівник: _____ економічних наук, доцент Швидка Оксана
Полікарпівна _____

Підрозділ: _____ кафедра бізнес-економіки та підприємництва

Коефіцієнт подібності: _____ 5,87%

Після аналізу Звіту подібності констатую наступне:

- ✓ виявлені в роботі запозичення є сумлінними і не мають ознак плагіату. Тому робота визнається самостійною і допускається до захисту;
- ☐ виявлені в роботі запозичення не мають ознак плагіату, але їх надмірна кількість викликає сумніви щодо цінності роботи і самостійності її автора. Роботу направити на доопрацювання;
- ☒ виявлені в роботі запозичення є недобросовісними і мають ознаки плагіату або в ній містяться навмисні спотворення тексту, що вказують на спроби приховування недобросовісних запозичень. У зв'язку з чим, робота не допускається до захисту.

Обґрунтування:

_____ *Робота відповідає вимогам і може бути допущена до захисту.* _____



_____ 23.05.2023 _____

_____ Швидка О.П. _____

(\partial a m a)

(n i \partial n u c)

(\Pi \Pi B)