

Ринок легкої промисловості

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті проведено аналіз сучасного стану ринку легкої промисловості та наведено можливий бізнес план при відкритті власного виробництва

Ключові слова: одяг, сегмент, промисловість, бренд, ринок.

Abstract

The article analyzes the current state of the light industry market and provides a possible business plan for opening its own production

Keywords: clothing, segment, industry, brand, market.

Ринок легкої промисловості є одним з найважливіших серед галузей виробництва непродовольчих товарів. Продукція легкої промисловості йде на задоволення потреб населення, забезпечуючи його, одягом, взуттям та іншими предметами споживання, а також використовується в інших галузях промисловості у вигляді сировини і допоміжних матеріалів.

Основу на ринку України складають бренди економ сегмента. Значну нішу в 2016 - 2018 рр. серед популярних ритейлерів брендового одягу в Україні зайняла Туреччина (частка турецьких брендів на українському ринку зростає з 8-9% (2017 р.) до 15% на поточний момент. Причина популярності турецьких магазинів, перш за все - демократичні ціни і доступність магазинів в багатьох регіонах України, а не тільки Києві та великих містах.

Найпопулярнішими брендами жіночого одягу в 2018 році є Vovk, H&M, Zara, Next та інші.

Близько 90% всіх брендів, які заходять на ринок України, відкривають не свої представництва, а лише продають франшизи і насправді господарем магазину є український бізнесмен, який підписує з іноземним ритейлом договір про представництво бренду в Україні, в якомусь певному регіоні або навіть в декількох країнах.

Високі ціни в магазинах брендового одягу в Україні - одна з тенденцій українського ринку одягу. Одяг, взуття та аксесуари від відомих брендів в магазинах України коштують дорожче в порівнянні з аналогами, які можна придбати в країнах ЄС. Таку цінову політику ритейлери пояснюють декількома факторами: по-перше, високі імпорتنі ставки в Україні на ввезення зарубіжної одягу, по-друге, високі орендні ставки, особливо в столичних ТРЦ.

Український fashion-ритейл має великий потенціал для відомих брендових ритейлерів. По-перше, це одна з найбільших країн Європи, з великою кількістю населення, а значить і великою кількістю потенційних клієнтів для продажу брендового одягу. Крім цього, український ринок є ненасиченим, за кількістю відомих брендових ритейлерів, в даний момент на ринку присутні лише 28% від усіх відомих світових брендів.

З кожним роком зростають українські бренди одягу, в даній статті буде наведено приклад бізнес плану по відкриттю власного пошиву одягу.

Щоб відкрити власне виробництво з пошиття одягу, знадобиться виробниче приміщення (швейний цех) і місце для демонстрації готових виробів (шоу-рум). Приміщення площею 120 кв.м буде орендуватися в центрі міста, в густонаселеному районі, у ньому розміститься шоу-рум, інше місце буде відведено під цех і може знаходитися за містом для економії на оренді.

Марка одягу буде просуватися онлайн і офлайн, тому розробка сайту для бренду – невід'ємний етап реалізації даного бізнес-плану. У шоу-румі будуть розміщуватися найпопулярніші та актуальні товари, а в онлайн-режимі буде представлений повний каталог виробів торгової марки.

Початкові витрати будуть становити 300000\$, а передбачувана щомісячна прибутковість: 50000-100000\$

Новий бренд буде займатися виробництвом одягу для жінок-суконь, спідниць, брюк і костюмів. Цей напрямок буде користуватися популярністю у Великому Місті з бізнес-центрами.

В підсумку, даний бізнес-план свого бренду одягу з розрахунками придатний для використання в якості самостійної одиниці або на додаток до вже існуючого плану. Однак запустити свою лінію одягу і чекати прибутку безглуздо. Будь-який бізнес-це кропітка праця. Особливо це стосується модної індустрії, де існує дуже жорстока конкуренція в боротьбі за лідерство на ринку збуту. До такого ходу подій потрібно бути готовим. Як приклад, багато перспективні бренди, що живлять ілюзії на рахунок миттєвої слави і великої прибутковості, не протрималися в суворих умовах конкуренції і року, хоча в запуск проекту були зроблені шалені вкладення. Робота в індустрії краси дуже приваблива і прибуткова, якщо грамотно організувати робочий процес ще на перших порах становлення бренду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аналіз ринку одягу і франшиз одягу в Україні. 2019 рік. Режим доступу: <https://zhazhda.biz/plan/svoj-brend-odezhdy1>
2. Адвокатова Н. О. Дослідження сучасного стану підприємств легкої промисловості України. Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Легка_промисловість

Пустільнік Ілона Олександрівна- студентка групи П-19б, факультету менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: ilonapustilnik@gmail.com

Безсмертна Оксана Владиславівна- кандидат економічних наук, доцент кафедри Підприємництва, логістики та менеджменту Вінницького національного технічного університету. Вінниця, e-mail: bezsmertna@vntu.edu.ua

Pustilnik Iлона Alexandrovna- student of group P-19b, faculty of management and information security, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia, e-mail: ilonapustilnik@gmail.com

Bezsmertna Oksana Vladislavovna-candidate of economic Sciences, associate Professor of the Department of Entrepreneurship, logistics and management of Vinnytsia national technical University. Vinnytsia, e-mail: bezsmertna@vntu.edu.ua