

1. Резюме бизнес-плана

1.1. Сведения о проекте и компании-инициаторе

Наименование проекта: Открытие студии графического дизайна

Сроки реализации проекта: 60 месяцев

Инициатор проекта: Маханова Шолпан Бериковна

Местонахождение проекта: г. Костанай

Организационно-правовая форма реализации проекта: ТОО "Дизайн-студия"

Контакты инициаторов проекта: 87022656351

1.2. Цель составления бизнес-плана

Бизнес-план составлен для обоснования рентабельности проекта перед банками с целью привлечения кредитных средств и перед АО "Фонд развития предпринимательства "Даму" с целью участия в государственной программе "Дорожная карта бизнеса-2020" по части субсидирования ставки вознаграждения по кредиту. К тому же данный бизнес-план составлен для использования его в разработке стратегии бизнеса; контроля и управления бизнесом, оценки фактических результатов деятельности за определенный период.

1.3. Описание проекта и целесообразность его реализации

Количество новых предприятий растет с каждым днем. Каждая из существующих компаний пытается всевозможными образами привлечь новых клиентов. По этой причине предприниматели создают свой фирменный образ при помощи логотипа, который в дальнейшем будет отображен на всей продукции компании и рекламной продукции. Яркий, неповторимый фирменный стиль компании выделяет ее среди конкурентов. Поэтому открытие студии графического дизайна на сегодняшний день при недостаточной мере развития этого сегмента рынка в г.Костанай является актуальным. К услугам студии графического дизайна, в первую очередь, будут относиться разработка фирменного стиля компании: цветовой гаммы, логотипов, визиток, каталогов, буклетов, фирменных бланков, дизайна веб-сайта, а также разработка дизайна самой рекламной продукции. Другими словами, профессиональная помощь в создании внешнего облика компании. Наряду с этим определенное количество услуг будет оказано физическим лицам по разработке дизайна пригласительных билетов на торжество, оформлению фотографий, фотоплакатов, фотокниг.

1.4. Финансовая оценка проекта

Прогнозные показатели эффективности инвестиций	Единицы измерения	Значения
Ставка дисконтирования	%	20
PВ (период окупаемости проекта)	мес.	17
DPВ (дисконтированный период окупаемости проекта)	мес.	17
NPV (чистый приведенный доход)	тенге	16 328 578
IRR (внутренняя норма рентабельности, в процентах)	%	251,80
PI (индекс прибыльности проекта)		9,97
PF (потребность в финансировании)	тенге	1 665 548
CD (дефицит денежных средств)	тенге	0
Период расчета интегральных показателей	мес.	60

1.5. Структура финансирования

Финансирование проекта предполагается осуществить за счет собственных средств в размере 200 000 тенге, что составляет 10 % от общей стоимости проекта, и привлечения заемного капитала в размере 2 000 000 тенге. (90 % от общей стоимости проекта).

1.5.1. Условия привлечения финансирования

Наименование	Размер финансирования, тенге	Ставка по кредиту, %	Дата привлечения	Дата погашения
Кредит 1	2 000 000	14	15.12.2014	15.12.2017

Планируется подача заявки на участие в государственной программе "Дорожная карта бизнеса-2020" для субсидирования ставки вознаграждения по кредиту до 7%.

1.6. Состояние проекта

На момент разработки настоящего бизнес-плана проект находился на этапе поиска финансирования. Найдены поставщики оборудования, программного обеспечения, мебели, найден офис в центре города, не требующий дополнительных вложений.

В течение 2 месяцев до начала предоставления услуг планируется поэтапное выполнение следующих задач:

1. Исследование спроса и предложения на рынке услуг графического дизайна г.Костанай.
2. Определение своей ниши, целевого рынка.
3. Регистрация в качестве субъекта предпринимательства.
4. Получение одобрения финансирования со стороны банка второго уровня.
5. Заключение договора аренды помещения под офис.
6. Закуп необходимого оборудования, мебели, техники, материала.
7. Установка необходимого программного обеспечения.
8. Поиск кадров, заключение трудовых договоров.

В первый месяц работы планируется создание собственного сайта, проведение рекламы, поиска клиентов.

2. Описание проекта

2.1. Общее описание компании

Для оказания услуг графического дизайна планируется создание новой компании Товарищества с ограниченной ответственностью под названием "Дизайн-студия"

2.2. Суть проекта

Графический дизайн — это художественно-проектная деятельность по созданию гармоничной и эффективной визуально-коммуникативной среды. Графический дизайн вносит инновационный вклад в развитие социально-экономической и культурной сфер жизни, способствуя формированию визуального ландшафта современности.

Студия графического дизайна направлена на создание корпоративного стиля компании, который будет характеризовать ее целостность, уникальность. Возможности компьютерных программ и творческий подход дизайнеров в совокупности создадут полный необходимый графический образ фирмы, начиная с сайта, заканчивая ее визитками. Корпоративный дух и все необходимые маркетинговые требования будут сочетаться в дизайне разрабатываемой рекламы. Немаловажное значение имеет захват потребительского сектора, для которых дизайнеры смогут выполнить их индивидуальные заказы по оформлению фотокниг, фотоплакатов исходя из предпочтений и желаний самих клиентов. Таким образом, основной объем услуг студии графического дизайна предназначен для начинающих и действующих субъектов бизнеса и иных организаций, небольшую нишу займут физические лица.

2.3. Организационная структура и управленческая команда

Работой студии будет руководить и контролировать один директор, он же учредитель. К тому же директор будет лицом компании и выполнять роль маркетолога своей фирмы, все обязанности по рекламе и продвижению своей фирмы он берет на себя. Для эффективной работы будет создана команда из трех дизайнеров в разных направлениях:

- дизайнер по фирменному стилю,
 - дизайнер по рекламе и веб-дизайнер
- последний должен выполнять также работы по оформлению фотографий. Бухгалтер будет работать по договору оказания услуг только раз в месяц при начислении заработной платы и отчислении пенсионных и социальных отчислений и во время составления налоговой и статистической отчетности.

3. Описание продукта

Студия графического дизайна будет предоставлять услуги графического дизайна в трех направлениях:

1. Разработка фирменного стиля.
2. Разработка дизайна рекламной продукции.
3. **Разработка дизайна сувенирной и другой продукции для населения.**

3.1. Типы продуктов и их основные характеристики

1. Разработка фирменного стиля включает в себя:

- разработка логотипа;
- разработка цветовой гаммы фирменного стиля;
- разработка фирменного шрифта названия бренда;
- разработка фирменного бланка;
- дизайн буклетов;
- дизайн каталогов;
- дизайн листовок;
- дизайн этикеток;
- дизайн упаковки;
- дизайн фирменного календаря;
- дизайн визиток;
- дизайн фирменного блокнота;
- дизайн сертификатов, грамот, дипломов компании;
- дизайн наклеек на диски;
- дизайн учебных пособий фирмы;
- дизайн меню;
- дизайн прайс-листов;
- дизайн корпоративного сайта;
- оформление корпоративного транспорта.

2. Разработка дизайна рекламной продукции включает в себя:

- дизайн билбордов;
- дизайн рекламных перетяжек;
- дизайн рекламных штендеров;
- дизайн вывесок;
- дизайн рекламного или информационного плаката.

3. Разработка дизайна сувенирной и другой продукции для населения включает в себя:

- дизайн пригласительных билетов на торжество;
- оформление фотографий;
- оформление открыток;
- оформление фотокниг;
- оформление фотоплакатов.

3.2. Сопутствующие товары и услуги

К сопутствующим услугам можно отнести полиграфические услуги. При дополнительном приобретении необходимого оборудования появится возможность предоставления услуг не только дизайна продукции, но и печати конечного варианта данной продукции.

4. Сведения о рынке и конкурентах

4.1. Текущее состояние рынка

Графический дизайн является одной из составляющих такой подотрасли, как Специализированные работы по дизайну. Данная подотрасль разделена на четыре основных вида:

- 1) Дизайн украшений, обуви и одежды
- 2) Дизайн внутреннего интерьера
- 3) Графический дизайн
- 4) Промышленный или индустриальный дизайн

Виды дизайнерских услуг сильно отличаются как по качеству развития, так и по объемам предоставленных услуг. В целом рынок специализированного дизайна отличается малыми размерами (1,2 млрд. тг. по итогам 2013г. согласно отчету Комитета по статистике МНЭ РК), разно векторным непропорциональным развитием, и, в тоже время, высоким уровнем динамики развития и конкурентностью. Вместе с тем в силу высокой доли теневой части, оценить характеристики рынка, особенно его размер и ёмкость представляется задачей сложной. Статистические данные также противоречивы, не точны и учитывают только укрупненные данные, при этом дизайн украшений, обуви, одежды и графический дизайн объединены как «прочие дизайнерские услуги».

Наиболее динамично развиваются две группы этой отрасли: графический дизайн и дизайн внутреннего интерьера. Подавляющую долю рынка занимает дизайн внутреннего интерьера, тогда как все остальные виды услуг специализированного дизайна, включая графический, занимают только его четверть. Согласно данным Комитета по статистике МНЭ РК промышленный дизайн по итогам 2013г. в денежном выражении составил всего 680 000 тенге, что в общем объеме в 1,2 млрд. тенге близко к 0.

Рынок графического дизайна очень сильно зависит от деловой активности в целом, и, в частности, от развития рекламы. Именно развитие рынка рекламы Казахстана за последнее время породило спрос на специализированный графический дизайн, который в ответ, предложил большой и

разнообразный выбор. Рынок рекламы Казахстана за последние 5 лет показывал стабильный рост, увеличиваясь ежегодно от 9 до 36 %, что повлекло пропорциональный рост услуг графических дизайнеров. На рынке страны графическим дизайном занимаются, по оценке экспертов, порядка 2000-3000 дизайн-студий, которые разрабатывают фирменный стиль, брошюры, визитки и различные рекламные материалы. Доля услуг, оказанных физическим лицам невелика – это, в основном, пригласительные билеты на торжество и оформление фотографий.

Если верить данным, представленным Комитетом по статистике МНЭ РК самым «продвинутым» регионом по объему предоставленных дизайнерских услуг можно считать Атыраускую область (см. Таблицу 1.), которая внесла основной вклад в общий объем выполненных работ по республике, особенно в 2011 и 2012 годах. Такую ситуацию можно объяснить всплеском официальных заказов на выполнение графического дизайна и дизайна внутреннего интерьера со стороны нефтегазовых компаний, которые находятся в этой области. Не смотря на то, что такие заказы являются крупными, они все же непостоянные, не являются показателем для рынка в целом, что и было подтверждено резким падением объемов в этом регионе почти в 2000 раз. Тем не менее, показатели Атырауской области оказались решающими для показателей объемов этих услуг в целом по Казахстану: 91% в 2012г. В тоже время, пример этого региона, показывает реальный потенциал рынка дизайна, который существует на сегодняшний день в разрезе регионов.

Самым крупным и стабильно развивающимся регионом, все же остается г. Алматы, где, если исходить только из официальных статданных, объемы росли до 2012г достигнув максимальных 1,4 млрд. тенге, но допустили снижение в 2013 году до 0,5 млрд. тенге. Учитывая, что это самый крупный мегаполис страны и результаты, достигнутые по объемам в Атырауской области, показатели объемов услуг г.Алматы сильно занижены вследствие причин указанных выше: высокая доля «теневой» деятельности и «размытость» услуг.

	2009г.	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.
Республика Казахстан	4 646 462	1 002 243	13 572 386	24 155 351	1 241 046
Акмолинская	0	0	0	0	226 061
Актюбинская	0	0	12 810	1 232	720
Алматинская	0	0	0	0	300
Атырауская	3 576 105	0	11 746 328	22 063 220	11 500
Восточно-Казахстанская	0	0	0	87 500	0
Жамбылская	0	597	0	0	23 800
Западно-Казахстанская	0		23 684	1 738	0
Карагандинская	12 657	5 472	22 044	10 713	8 532
Костанайская	0	0	0	0	0
Кызылординская	0	0	0	0	7 433
Мангистауская	3 166	9 011	2 590	374 394	152 602
Павлодарская	750	2 831	5 192	7 488	593
Южно-Казахстанская	0	154 621	195 805	0	0
Северо-Казахстанская	0	0	12 450	0	1 105
г. Астана	110 428	0	82 810	200 838	221 503
г. Алматы	943 356	829 711	1 468 673	1 408 228	586 897

Таблица 1. Объемы выполненных работ по специализированному дизайну в разрезе регионов с 2009г. по 2013г., в тыс. тенге.

Источник: Комитет по статистике МНЭ РК

В Мангистауской области ситуация аналогичная с Атырауской, только в меньших масштабах и объема сравнимы с объемами выполненных услуг в столице, хотя количество населения отличаются в три раза.

Согласно официальной статистике дизайнерские услуги в Костанайской области не предоставляются вообще. Очевидно, что, даже не смотря на небольшое население этого региона, графические дизайн-студии там имеются и индивидуальные дизайнеры предоставляют услуги по оформлению внутреннего интерьера. Данная ситуация сложилась в связи с трудностями мониторинга рынка услуг в целом и специализированного дизайна, в частности.

В целом, очевидно, что основной объем услуг специализированного дизайна выполняется в крупных городах Астана и Алматы, нефтяных областях Атырауской и Мангистауской. В регионах же, рынок дизайнерских услуг развит слабо, а объемы на порядок ниже аналогичных в г. Алматы.

4.2. Тенденции и прогнозы развития рынка

Принимая во внимание все большую степень интеграции Казахстана в мировую экономику через региональные (ЕАЭС) и глобальные сообщества (ВТО), национальным дизайнерам необходимо рассматривать рынок дизайна нашей страны как часть международных рынков и учитывать тенденции которые там происходят, с тем, чтобы правильно выбрать стратегию развития и точно определить свою позицию на нем. А мировой рынок дизайна, особенно промышленного, переживает революционные изменения, связанные ускоренным внедрением инновационных технологий в промышленности. Развитие IT технологий, роботизации, появление нано технологий, за которыми последовала миниатюризация промышленных и потребительских изделий, диктуют совершенно новые подходы к дизайну, который теперь выходит на первый план, опередив технологические разработки во многих видах производства (например в носимых гаджетах). Ужесточенные требования к энерго затратам и экологическим стандартам также оказали влияние на развитие промышленного дизайна в мире, и подтолкнули производство современных энергосберегающих и экологичных материалов, которые охотно используются при осуществлении дизайна интерьера и одежды. Наблюдается все большее использование искусственного интеллекта в дизайне, когда компьютеры проявляют определённую долю творчества при создании продукта, основываясь на множестве данных, полученных в результате опроса потребителей и производителей.

К сожалению, мировые тенденции в дизайне мало затронули казахстанский рынок, прежде всего, в силу почти полного отсутствия спроса на промышленный дизайн.

Вместе с тем, рынок отечественного дизайна стремится к сегментации и диверсификации. Наблюдается более четкое разделение рынка по ценовому сегменту, причем динамика роста в нижнем ценовом сегменте опережает таковой в верхнем. Это связано с увеличением конкуренции среди дизайнеров более низкой квалификации и возрастающим спросом на подобные услуги у населения с более низкими доходами.

Все больше дизайнеров стали специализироваться в более узких направлениях. Если раньше дизайнер выполнял почти все работы в процессе реализации проекта, то сейчас они стремятся выполнять только определенную часть, где они являются экспертами или выбирают одно направление. Например, есть дизайнеры, которые берутся только за дизайн внутреннего интерьера кафе или ресторанов, другие – только квартиры.

Рост строительства жилья и коммерческой недвижимости и, соответственно, необходимость в их ремонте, дают большие возможности для роста услуг дизайнеров внутреннего интерьера. При этом спрос будет расти во всех ценовых сегментах.

Предстоящая с 2017г. всеобщая декларация доходов вынудит многих индивидуальных дизайнеров выйти из «тени», что положительным образом скажется на мониторинге этого рынка услуги и будет способствовать его качественному росту.

Государственные институты стали все больше внимания уделять дизайну в своей работе. Это, прежде всего, касается формы отчетностей и презентаций, их участия в выставках и различных конференциях. Сейчас трудно представить какую-либо презентацию без инфографики и других наглядных материалов.

Потребности государственных институтов в дизайне, представляют большие возможности для развития отечественных дизайнерских компаний, особенно, если учесть предстоящее проведение таких значимых международных мероприятий как Универсиада 2017г. в Алматы, ЭКСПО в 2017г. в Астане, и, возможно, зимней Олимпиады в Алматы в 2022г.

Что касается развития рынка графического дизайна в Костанайской области, интеграция Казахстана в мировую экономику, создание ЕАЭС, реализация различных государственных программ развития бизнеса, постепенно изменит состав предпринимательской среды региона, характер рыночных отношений, качество управления предприятием. Если на сегодняшний день брендингованию и дизайну фирменного стиля уделяется небольшое внимание, то с развитием конкуренции, расширением рынка, то расходы предприятия на эти услуги потерпят изменение в сторону увеличения. По данным Департамента статистики по Костанайской области по состоянию на 1 ноября 2014 года в Костанайской области количество зарегистрированных индивидуальных предпринимателей составляет 69 982, юридических лиц - 13 172, среди них действующих - 8 346. По сравнению с аналогичным периодом 2013 года данные показатели увеличились на 8,7%, 1,7%, 2,4% соответственно.

4.3. Описание нынешних и потенциальных клиентов

Потенциальными клиентами студии графического дизайна будут, в первую очередь, начинающие и действующие субъекты бизнеса, также государственные организации, финансовые институты, то есть те, кому необходимы бренд, качественная реклама, дизайн товарного знака, узнаваемость продукта, а также физические лица, которым необходим творческий подход, эксклюзивность в оформлении их фотографий.

4.4. Описание компаний-конкурентов

На сегодняшний день в г.Костанай существует несколько фирм, предоставляющие услуги по разработке фирменного стиля компании, дизайна логотипа:

1. Рекламное агентство "Масштаб". Агентство сосредоточено на разработке сайтов, логотипа, фирменного стиля и создании видеороликов. Цена разработки логотипа - 150 000 тенге, фирменного стиля - 150 000, упаковки - 120 000 тенге, создания сайта-визитки - 300 000 тенге. Официальный сайт фирмы <http://masshtab.kz/>

2. Студия оперативной полиграфии "Позитив". Широкий спектр услуг, разработка и печать визиток, разработка логотипа, разработка и нанесение изображения на футболки, кружки, брелоки, магниты, сувениры, оформление фотоальбомов, свадебных коллажей, печать на дисках, разработка и печать календарей. Официальный сайт фирмы <http://pozitiv.asia/>

3. Рекламное агентство "Онай". Агентство сосредоточено на разработке дизайна логотипа, фирменного стиля, печати листовок, визиток, плакатов, производства рекламной продукции, сувенирной продукции. Официальный сайт фирмы <http://onai-media.kz/>

По данным Департамента статистики Костанайской области на конец 2013 г. число предприятий, оказывающие услуги в области рекламы и изучения рынка составляет 31, из них 27 в г.Костанай. Компании в области предоставления рекламных услуг занимаются разработкой идеи, дизайна и изготовлением рекламной продукции. 16 организаций в г.Костанай оказывают услуги по изданию: печать листовок, брошюр, листовок, каталогов, рекламной продукции, открыток, фотографий. 30 фирм в Костанайе предоставляют услуги по компьютерному программированию, среди которых разработка сайта-визитки, корпоративного сайта и других. 17 компаний, занимающихся прочей профессиональной, научной и технической деятельностью, которые оказывают услуги по фотографированию и обработке фотографий

Данных по количеству зарегистрированных организаций в области предоставления услуг по специализированному дизайну нет.

4.5. Основные барьеры и риски входа на рынок

Барьеры вхождения на рынок: наличие постоянных клиентов у существующих конкурентов, большие затраты на рекламу, низкая цена услуг в компаниях, где дизайн является не основным видом деятельности, например, рекламные агентства, студии полиграфии, отказ банков второго уровня в финансировании.

Риски вхождения на рынок: неблагоприятные изменения политической ситуации, социальная нестабильность в стране, экономический кризис, экологические катастрофы, возможность появления новых конкурентов, отсутствие роста объема спроса на услуги графического дизайна, сбой в работе оборудования.

4.6. Описание поставщиков и каналов поставок материалов

Основным поставщиком оборудования будет фирма Computer Service Group (CSG).

Фирма "[Компьютер-Сервис](#)" основана в 1992 году. Основными направлениями деятельности, являются:

- поставка вычислительной техники, программного обеспечения и периферийного оборудования
- техническое обслуживание, модернизация и ремонт компьютерной техники
- проектирование и создание локальных вычислительных систем
- установка, монтаж мини АТС, IP-телефония
- разработка и поддержка интернет проектов

Поставка оборудования непосредственно до места за счет фирмы.

Заказ программного обеспечения будет через интернет-магазин Soft-line на сайте <http://store.softline.ru/>

4.7. Маркетинговая стратегия

Среди существующих печатных салонов оперативной полиграфии можно выделить две группы, довольно значительно отличающиеся друг от друга.

В первую группу входят организации, специализирующиеся на работе с крупными корпоративными заказчиками. Более того, портфель заказов печатного салона может целиком состоять из заказов одного клиента. Особенности такого предприятия являются тесная интеграция со службами заказчика, отношения с клиентом, строящиеся, как правило, на кредите и доверии, а также территориальное расположение вблизи заказчика или в месте сосредоточения основной массы существующих или потенциальных заказчиков. Подобный бизнес очень сильно зависит от связей с взаимодействующими структурами клиента или даже от личных связей владельцев и сотрудников.

В другую группу входят организации, сознательно строящие розничный бизнес, работающие с любым клиентом прямо «с улицы». Количество заказчиков такого печатного салона потенциально гораздо больше, а минимальная сумма заказа невелика. Основой успеха для такого бизнеса является поддержание конкурентного и даже минимально возможного уровня цен на свои услуги.

В данном случае разработан проект дизайн-студии больше первого типа, то есть ориентированный на работу на корпоративном рынке, но с небольшим вниманием и для населения.

Рекламная и маркетинговая политика такой компании строится на индивидуальной работе с существующими и потенциальными клиентами. По мере развития компании предполагается использовать следующие методы продаж:

1. Личные продажи. На первом этапе этот метод личных продаж представляется наиболее эффективным. Обладая обширными связями и определённым авторитетом, учредитель рассчитывает за счёт личных продаж услуг на разработку дизайна материалов обеспечить необходимую реализацию в начальный период деятельности Компании.

2. Реклама. При условии проведения эффективной рекламной кампании можно рассчитывать на определённый отклик со стороны потенциальных клиентов. Вероятность получения заказов в результате воздействия рекламы и последующих переговоров весьма высока, но при расчёте экономики проекта ориентируемся на пессимистический вариант и учитываем возможность получения минимальное количество заказов в первое полугодие работы.

3. Активные продажи силами наёмных менеджеров по продажам. Этот метод продаж предполагается задействовать во первом полугодии деятельности Компании. При условии найма квалифицированных менеджеров и рациональной организации их труда этот метод должен стать основным источником заказов, начиная со второго полугодия деятельности Компании.

План мероприятий по продвижению:

- Разработку Интернет-сайта, его поддержку и постоянное продвижение в Интернете
- Рекламу услуг компании в деловых СМИ в сезоны деловой активности (февраль-апрель, сентябрь-декабрь),
- Адресную почтовую рассылку рекламы услуг Компании,
- Раздатка рекламных листовок,
- Участие директора Компании в мероприятиях профессионального сообщества - семинарах, круглых столах, освещаемых в СМИ,
- Проведение промо-акций таких как бесплатный дизайн, оказание бесплатных дополнительных услуг при условии большой суммы заказа, презентации для потенциальных клиентов и т.д.

4.8. Объемы продаж и условия оплаты продуктов

Наименование продукта	Объем продаж, ед.
-----------------------	-------------------

Разработка логотипа:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	2	2	2
Февраль	1	2	2	2	2
Март	1	2	2	2	2
Апрель	1	2	2	2	2
Май	1	2	2	2	2
Июнь	1	2	2	2	2
Июль	1	2	2	2	2
Август	1	2	2	2	2
Сентябрь	1	2	2	2	2
Октябрь	1	2	2	2	2
Ноябрь	1	2	2	2	0

Декабрь	1	2	2	2	0
Сумма / Среднее:	11 / 1	24 / 2	24 / 2	24 / 2	20 / 2

Дизайн буклетов:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	3	4	4
Февраль	1	2	3	4	4
Март	1	2	3	4	4
Апрель	1	2	3	4	4
Май	1	2	3	4	4
Июнь	1	2	3	4	4
Июль	2	3	3	4	4
Август	2	3	4	4	4
Сентябрь	2	3	4	4	4
Октябрь	2	3	4	4	4
Ноябрь	2	3	4	4	0
Декабрь	2	3	4	4	0
Сумма / Среднее:	17 / 2	30 / 3	41 / 3	48 / 4	40 / 4

Дизайн каталогов:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	3	4	4
Февраль	1	2	3	4	4
Март	1	2	3	4	4
Апрель	1	2	3	4	4
Май	1	2	3	4	4
Июнь	1	2	3	4	4
Июль	2	3	4	4	4
Август	2	3	4	4	4
Сентябрь	2	3	4	4	4
Октябрь	2	3	4	4	4
Ноябрь	2	3	4	4	0

Декабрь	2	3	4	4	0
Сумма / Среднее:	17 / 2	30 / 3	42 / 4	48 / 4	40 / 4

Дизайн настенного фирменного календаря:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	3	4	4
Февраль	1	2	3	4	4
Март	1	2	3	4	4
Апрель	1	2	3	4	4
Май	0	0	0	0	0
Июнь	0	0	0	0	0
Июль	0	0	0	0	0
Август	0	0	0	0	0
Сентябрь	0	0	0	0	0
Октябрь	2	3	4	4	4
Ноябрь	2	3	4	4	0
Декабрь	2	3	4	4	0
Сумма / Среднее:	9 / 2	17 / 2	24 / 3	28 / 4	20 / 4

Дизайн листовок:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	3	4	5
Февраль	1	2	3	4	5
Март	1	2	3	4	5
Апрель	1	2	3	4	5
Май	1	2	3	4	5
Июнь	1	2	3	4	5
Июль	2	3	4	5	5
Август	2	3	4	5	5
Сентябрь	2	3	4	5	5
Октябрь	2	3	4	5	5
Ноябрь	2	3	4	5	0

Декабрь	2	3	4	5	0
Сумма / Среднее:	17 / 2	30 / 3	42 / 4	54 / 5	50 / 5

Дизайн упаковок:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	1	1	2	2
Февраль	0	1	1	2	2
Март	1	1	1	2	2
Апрель	0	1	1	2	2
Май	0	1	1	2	2
Июнь	1	1	1	2	2
Июль	0	1	2	2	2
Август	0	1	2	2	2
Сентябрь	1	1	2	2	2
Октябрь	0	1	2	2	2
Ноябрь	0	1	2	2	0
Декабрь	1	1	2	2	0
Сумма / Среднее:	4 / 1	12 / 1	18 / 2	24 / 2	20 / 2

Дизайн визиток:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	3	4	5
Февраль	1	2	3	4	5
Март	1	2	3	4	5
Апрель	1	2	3	4	5
Май	1	2	3	4	5
Июнь	1	2	3	4	5
Июль	2	3	4	5	5
Август	2	3	4	5	5
Сентябрь	2	3	4	5	5
Октябрь	2	3	4	5	5
Ноябрь	2	3	4	5	0

Декабрь	2	3	4	5	0
Сумма / Среднее:	17 / 2	30 / 3	42 / 4	54 / 5	50 / 5

Разработка фирменного цвета, шрифта:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	2	2	2
Февраль	1	2	2	2	2
Март	1	2	2	2	2
Апрель	1	2	2	2	2
Май	1	2	2	2	2
Июнь	1	2	2	2	2
Июль	1	2	2	2	2
Август	1	2	2	2	2
Сентябрь	1	2	2	2	2
Октябрь	1	2	2	2	2
Ноябрь	1	2	2	2	0
Декабрь	1	2	2	2	0
Сумма / Среднее:	11 / 1	24 / 2	24 / 2	24 / 2	20 / 2

Дизайн этикеток:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	1	2	2	2
Февраль	1	1	2	2	2
Март	1	1	2	2	2
Апрель	1	1	2	2	2
Май	1	1	2	2	2
Июнь	1	1	2	2	2
Июль	1	2	2	2	2
Август	1	2	2	2	2
Сентябрь	1	2	2	2	2
Октябрь	1	2	2	2	2
Ноябрь	1	2	2	2	0

Декабрь	1	2	2	2	0
Сумма / Среднее:	11 / 1	18 / 2	24 / 2	24 / 2	20 / 2

Дизайн фирменного бланка:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	3	4	4
Февраль	1	2	3	4	4
Март	1	2	3	4	4
Апрель	1	2	3	4	4
Май	1	2	3	4	4
Июнь	1	2	3	4	4
Июль	2	3	4	4	4
Август	2	3	4	4	4
Сентябрь	2	3	4	4	4
Октябрь	2	3	4	4	4
Ноябрь	2	3	4	4	0
Декабрь	2	3	4	4	0
Сумма / Среднее:	17 / 2	30 / 3	42 / 4	48 / 4	40 / 4

Дизайн фирменного блокнота:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	3	4	4
Февраль	1	2	3	4	4
Март	1	2	3	4	4
Апрель	1	2	3	4	4
Май	1	2	3	4	4
Июнь	1	2	3	4	4
Июль	2	3	4	4	4
Август	2	3	4	4	4
Сентябрь	2	3	4	4	4
Октябрь	2	3	4	4	4
Ноябрь	2	3	4	4	0

Декабрь	2	3	4	4	0
Сумма / Среднее:	17 / 2	30 / 3	42 / 4	48 / 4	40 / 4

Дизайн корпоративного транспорта:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	1	1	1	1
Февраль	0	0	1	1	1
Март	1	1	1	1	1
Апрель	0	0	1	1	1
Май	1	1	1	1	1
Июнь	0	0	1	1	1
Июль	1	1	1	1	1
Август	0	0	1	1	1
Сентябрь	1	1	1	1	1
Октябрь	0	0	1	1	1
Ноябрь	1	1	1	1	0
Декабрь	0	0	1	1	0
Сумма / Среднее:	5 / 1	6 / 1	12 / 1	12 / 1	10 / 1

Дизайн сертификатов, дипломов, грамот:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	3	4	4
Февраль	1	2	3	4	4
Март	1	2	3	4	4
Апрель	1	2	3	4	4
Май	1	2	3	4	4
Июнь	1	2	3	4	4
Июль	2	3	4	4	4
Август	2	3	4	4	4
Сентябрь	2	3	4	4	4
Октябрь	2	3	4	4	4
Ноябрь	2	3	4	4	0

Декабрь	2	3	4	4	0
Сумма / Среднее:	17 / 2	30 / 3	42 / 4	48 / 4	40 / 4

Дизайн наклеек на диски:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	3	4	4
Февраль	1	2	3	4	4
Март	1	2	3	4	4
Апрель	1	2	3	4	4
Май	1	2	3	4	4
Июнь	1	2	3	4	4
Июль	2	3	4	4	4
Август	2	3	4	4	4
Сентябрь	2	3	4	4	4
Октябрь	2	3	4	4	4
Ноябрь	2	3	4	4	0
Декабрь	2	3	4	4	0
Сумма / Среднее:	17 / 2	30 / 3	42 / 4	48 / 4	40 / 4

Дизайн учебных пособий:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	1	2	2	2
Февраль	1	1	2	2	2
Март	1	1	2	2	2
Апрель	1	1	2	2	2
Май	1	1	2	2	2
Июнь	1	1	2	2	2
Июль	1	1	2	2	2
Август	1	2	2	2	2
Сентябрь	1	2	2	2	2
Октябрь	1	2	2	2	2
Ноябрь	1	2	2	2	0

Декабрь	1	2	2	2	0
Сумма / Среднее:	11 / 1	17 / 1	24 / 2	24 / 2	20 / 2

Дизайн меню:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	2	3	3
Февраль	0	2	2	3	3
Март	0	2	2	3	3
Апрель	1	2	2	3	3
Май	1	2	2	3	3
Июнь	1	2	2	3	3
Июль	2	2	3	3	3
Август	2	2	3	3	3
Сентябрь	2	2	3	3	3
Октябрь	2	2	3	3	3
Ноябрь	2	2	3	3	0
Декабрь	2	2	3	3	0
Сумма / Среднее:	15 / 2	24 / 2	30 / 3	36 / 3	30 / 3

Дизайн прайс-листов:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	3	4	4
Февраль	1	2	3	4	4
Март	1	2	3	4	4
Апрель	1	2	3	4	4
Май	1	2	3	4	4
Июнь	1	2	3	4	4
Июль	2	3	4	4	4
Август	2	3	4	4	4
Сентябрь	2	3	4	4	4
Октябрь	2	3	4	4	4
Ноябрь	2	3	4	4	0

Декабрь	2	3	4	4	0
Сумма / Среднее:	17 / 2	30 / 3	42 / 4	48 / 4	40 / 4

Дизайн сайта-визитки компании:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	2	2	2
Февраль	1	2	2	2	2
Март	1	2	2	2	2
Апрель	1	2	2	2	2
Май	1	2	2	2	2
Июнь	1	2	2	2	2
Июль	1	2	2	2	2
Август	1	2	2	2	2
Сентябрь	1	2	2	2	2
Октябрь	1	2	2	2	2
Ноябрь	1	2	2	2	0
Декабрь	1	2	2	2	0
Сумма / Среднее:	11 / 1	24 / 2	24 / 2	24 / 2	20 / 2

Дизайн билборда:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	3	3	3
Февраль	1	2	3	3	3
Март	1	2	3	3	3
Апрель	1	2	3	3	3
Май	1	2	3	3	3
Июнь	1	2	3	3	3
Июль	2	2	3	3	3
Август	2	2	3	3	3
Сентябрь	2	2	3	3	3
Октябрь	2	2	3	3	3
Ноябрь	2	2	3	3	0

Декабрь	2	2	3	3	0
Сумма / Среднее:	17 / 2	24 / 2	36 / 3	36 / 3	30 / 3

Дизайн рекламной перетяжки:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	1	2	3	3
Февраль	0	1	2	3	3
Март	0	1	2	3	3
Апрель	1	2	3	3	3
Май	1	2	3	3	3
Июнь	1	2	3	3	3
Июль	1	2	3	3	3
Август	1	2	3	3	3
Сентябрь	1	2	3	3	3
Октябрь	1	2	3	3	3
Ноябрь	1	2	3	3	0
Декабрь	1	2	3	3	0
Сумма / Среднее:	9 / 1	21 / 2	33 / 3	36 / 3	30 / 3

Дизайн рекламных штендеров:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	3	4	4
Февраль	1	2	3	4	4
Март	1	2	3	4	4
Апрель	1	2	3	4	4
Май	1	2	3	4	4
Июнь	1	2	3	4	4
Июль	2	3	4	4	4
Август	2	3	4	4	4
Сентябрь	2	3	4	4	4
Октябрь	2	3	4	4	4
Ноябрь	2	3	4	4	0

Декабрь	2	3	4	4	0
Сумма / Среднее:	17 / 2	30 / 3	42 / 4	48 / 4	40 / 4

Дизайн вывески:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	3	4	4
Февраль	1	2	3	4	4
Март	1	2	3	4	4
Апрель	1	2	3	4	4
Май	1	2	3	4	4
Июнь	1	2	3	4	4
Июль	2	3	4	4	4
Август	2	3	4	4	4
Сентябрь	2	3	4	4	4
Октябрь	2	3	4	4	4
Ноябрь	2	3	4	4	0
Декабрь	2	3	4	4	0
Сумма / Среднее:	17 / 2	30 / 3	42 / 4	48 / 4	40 / 4

Дизайн рекламного или информационного плаката:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	3	4	4
Февраль	1	2	3	4	4
Март	1	2	3	4	4
Апрель	1	2	3	4	4
Май	1	2	3	4	4
Июнь	1	2	3	4	4
Июль	2	3	4	4	4
Август	2	3	4	4	4
Сентябрь	2	3	4	4	4
Октябрь	2	3	4	4	4
Ноябрь	2	3	4	4	0

Декабрь	2	3	4	4	0
Сумма / Среднее:	17 / 2	30 / 3	42 / 4	48 / 4	40 / 4

Дизайн пригласительных билетов:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	3	4	5
Февраль	1	2	3	4	5
Март	1	2	3	4	5
Апрель	1	2	3	4	5
Май	1	2	3	4	5
Июнь	1	2	3	4	5
Июль	2	3	4	5	5
Август	2	3	4	5	5
Сентябрь	2	3	4	5	5
Октябрь	2	3	4	5	5
Ноябрь	2	3	4	5	0
Декабрь	2	3	4	5	0
Сумма / Среднее:	17 / 2	30 / 3	42 / 4	54 / 5	50 / 5

Оформление фотографий:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	5	7	7	7
Февраль	3	5	7	7	7
Март	3	5	7	7	7
Апрель	3	5	7	7	7
Май	3	5	7	7	7
Июнь	3	5	7	7	7
Июль	5	7	7	7	7
Август	5	7	7	7	7
Сентябрь	5	7	7	7	7
Октябрь	5	7	7	7	7
Ноябрь	5	7	7	7	0

Декабрь	5	7	7	7	0
Сумма / Среднее:	45 / 4	72 / 6	84 / 7	84 / 7	70 / 7

Дизайн открыток:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	2	2	2
Февраль	1	2	2	2	2
Март	1	3	4	5	5
Апрель	1	2	2	2	2
Май	1	2	2	2	2
Июнь	1	2	2	2	2
Июль	2	2	2	2	2
Август	2	2	2	2	2
Сентябрь	2	2	2	2	2
Октябрь	2	2	2	2	0
Ноябрь	2	2	2	2	0
Декабрь	3	4	5	5	0
Сумма / Среднее:	18 / 2	27 / 2	29 / 2	30 / 3	21 / 2

Оформление фотокниг:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	3	4	5
Февраль	1	2	3	4	5
Март	1	2	3	4	5
Апрель	1	3	4	5	5
Май	2	3	4	5	5
Июнь	2	3	4	5	5
Июль	2	3	4	5	5
Август	2	3	4	5	5
Сентябрь	2	3	4	5	5
Октябрь	2	3	4	5	5
Ноябрь	2	3	4	5	0

Декабрь	2	3	4	5	0
Сумма / Среднее:	19 / 2	33 / 3	45 / 4	57 / 5	50 / 5

Оформление фотоплаката:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	0	2	3	4	5
Февраль	1	2	3	4	5
Март	1	2	3	4	5
Апрель	1	2	4	5	5
Май	2	3	4	5	5
Июнь	2	3	4	5	5
Июль	2	3	4	5	5
Август	2	3	4	5	5
Сентябрь	2	3	4	5	5
Октябрь	2	3	4	5	5
Ноябрь	2	3	4	5	0
Декабрь	2	3	4	5	0
Сумма / Среднее:	19 / 2	32 / 3	45 / 4	57 / 5	50 / 5

4.9.Цены продуктов

Наименование продукта	Цена продаж, тенге
Дизайн билборда	15000
Дизайн буклетов	10000
Дизайн визиток	2000
Дизайн вывески	10000
Дизайн каталогов	30000
Дизайн корпоративного транспорта	30000
Дизайн листовок	10000
Дизайн меню	30000
Дизайн наклеек на диски	3000
Дизайн настенного фирменного календаря	15000
Дизайн открыток	3000

Дизайн прайс-листов	15000
Дизайн приглашений билетов	5000
Дизайн рекламного или информационного плаката	10000
Дизайн рекламной перетяжки	20000
Дизайн рекламных штендеров	10000
Дизайн сайта-визитки компании	80000
Дизайн сертификатов, дипломов, грамот	10000
Дизайн упаковок	80000
Дизайн учебных пособий	30000
Дизайн фирменного бланка	15000
Дизайн фирменного блокнота	10000
Дизайн этикеток	50000
Оформление фотографий	2000
Оформление фотокниги	5000
Оформление фотоплаката	3000
Разработка логотипа	80000
Разработка фирменного цвета, шрифта	20000

4.10.SWOT-анализ положения компании на рынке

	Положительное влияние	Отрицательное влияние
	Сильные стороны	Слабые стороны
Внутренняя среда	Небольшие первоначальные вложения	Недостаточный уровень спроса на услуги в области на сегодняшний день
	Первая компания на рынке области, специализирующаяся только на графическом дизайне	Привязанность к полиграфии для получения конечной печатной продукции
	Предоставление широкого спектра услуг по графическому дизайну	
	Приемлемые цены	
	Удобное месторасположение офиса в центре города	
	Мотивированная система оплаты труда (оклад + сдельная зарплата)	
	Широкий круг деловых отношений управляющего	
	3-уровневая маркетинговая стратегия продвижения	

	услуг на рынке	
Внешняя среда	Возможности	Угрозы
	Увеличение финансирования начинающих предпринимателей с государственного бюджета - появление новых субъектов бизнеса	Смена власти, смена стратегии развития страны
	Интеграция страны в мировую экономику, вхождение в ВТО, ЕАЭО	Усиление ценовой конкуренции

5. План реализации проекта

5.1. График реализации проекта

№	Этап	Дата начала	Дата окончания	Бюджет	Ответственный
1	Реклама и продвижение:	01.01.2015	31.01.2015	120000	Директор и персонал
2	Регистрация ТОО	08.12.2014	15.12.2014		Инициатор проекта
3	Изучение рынка, определение своей ниши	01.11.2014	15.11.2014		Инициатор проекта
4	Найм работников	15.12.2014	31.12.2014		Директор
5	Заключение договоров на поставку оборудования, программного обеспечения, аренды помещения. Поставка и установка	22.12.2014	31.12.2014	1200000	Директор
6	Выплата кредита	15.01.2015	15.01.2017	2500000	Директор и бухгалтер
7	Рассмотрение проекта в банке, получение кредита	15.11.2014	15.12.2014	2000000	Директор

6. Описание требуемых ресурсов

6.1. Анализ расположения и инфраструктуры

Для оказания услуг требуется помещение, площадью 50 кв. метров. Планируется арендовать офис в центре города по адресу Абая 162, рядом магазин Рахат, стоимостью 100 000 тенге в месяц. Интернет и телефон подведены, есть парковка, отдельная входная группа. Объявление было найдено на сайте <http://kostanay.kus.olx.kz/>

6.2. Список приобретаемых активов

Наименование актива	Дата приобретения	Срок эксплуатации	Количество единиц	Стоимость приобретения
Adobe Dreamweaver Creative	29.12.2014	1	1	49539

Cloud				
Adobe Illustrator Creative Cloud	29.12.2014	1	1	49539
Adobe InDesign Creative Cloud	29.12.2014	1	1	49539
Adobe Photoshop Creative Cloud	29.12.2014	1	1	49539
CorelDRAW Graphics Suite X7	29.12.2014	10	1	101855
Компьютерные столы	25.12.2014	10	5	10500
Компьютеры для дизайнеров	25.12.2014	10	4	180000
Контрольно-кассовый аппарат	25.12.2014	10	1	26000
Кресла для персонала	25.12.2014	10	5	15000
Ноутбук для офиса Fujitsu-Siemens Amilo Pi 2540	25.12.2014	10	1	60000
Принтер-сканер цветной Canon i-SENSYS MF8180C	25.12.2014	10	1	99900
Принтер-сканер черно-белый Canon i-SENSYS MF 3010	25.12.2014	10	1	34390
Радиотелефон ECOM N3	25.12.2014	10	1	5500
Телефакс Panasonic KX-FT982CA-B	25.12.2014	10	1	28458

6.3. Требуемое сырье и материалы

Для распечатки дизайнерских макетов полученной продукции требуется бумага и краска для заправки картриджами на сумму 4000 тенге. А также канцелярия, в частности карандаши для зарисовок макетов на сумму 1000 тенге.

6.4. Потребность в кадрах

Разработка штатного расписания любой организации начинается с рассмотрения основных функциональных обязанностей, которые придется выполнять сотрудникам для выполнения задачи предприятия в целом.

Из всего спектра функциональных обязанностей сотрудников дизайн-студии следует выделить некоторые основные функции:

1. Работа с клиентами - приём заказов, расчёт цены и времени исполнения, координация действий , выдача заказов клиентам, отслеживание взаиморасчётов с клиентами и построение отношений с ними.
2. Дизайнерская работа, а именно: выполнение заказов, связанных с дизайном и доработкой материалов заказчика, предпечатная обработка файлов и заданий, разрешение проблем с форматами данных.
3. Взаимодействие с производственным контрагентом в случае выполнения заказа полного цикла, то есть включая печать тиража.

4. Бухгалтерский и финансовый учёт - это взаиморасчёты с контрагентами, касса, управленческая и фискальная бухгалтерия.
5. Реклама и маркетинг, то есть управление маркетинговой и рекламной активностью предприятия, исполнение маркетинговых планов и выполнение соответствующих мероприятий.
6. Секретариат - приём входящих телефонных звонков, делопроизводство и обеспечение работы офиса
7. Техническая служба - поддержание работоспособности техники, технологическое обеспечение производственных процессов.
8. Управление и руководство.

В первый год деятельности Компании всю работу предполагается организовать силами следующих сотрудников:

- директор: регистрация ТОО, идеология, разработка текстов презентационных материалов, переговоры с потенциальными клиентами,
- дизайнер по корпоративному стилю - дизайн логотипа, фирменного бланка, буклетов, каталогов, визиток, листовок и другой продукции,
- дизайнер по рекламе - дизайн рекламной продукции,
- веб-дизайнер - дизайн сайта, фотографий,
- офис-менеджер: размещение и контроль заказов, учёт доходов и расходов, приём звонков, обработка почты, рассылки, секретарская работа, раздача рекламных листовок.
- бухгалтер: привлекается на период подготовки и сдачи отчётности.

В 2017 году планируется нанять дополнительного дизайнера по корпоративному стилю.

Заработная плата сотрудников

Наименование группы сотрудников	Количество в группе	Заработная плата одного работника
Дизайнер по корпоративному стилю	2	Оклад 60000 тенге + 10% от стоимости 1 разработанной модели
Дизайнер по рекламе	1	Оклад 60000 тенге + 10% от стоимости 1 разработанной модели
Веб-дизайнер	1	Оклад 60000 тенге + 10% от стоимости 1 разработанной модели
Офис-менеджер	1	60000 тенге
Услуги бухгалтера	1	25000 тенге

7. План производства

7.1. Краткое описание производственного процесса

Производственный процесс в дизайн-студии включает в себя четыре основных этапа в создании графического дизайна.

- 1.
2. Концепция, Брифинг дизайн

3.	Создание	дизайн	макета
4.	Производство		

1. Брифинг

Брифинг может включать в себя один или все эти этапы:

- Первоначальное неофициальное обсуждение целей проекта, сроков и бюджета между дизайнером и заказчиком.
- Официальные встречи для обсуждения проекта в деталях, уточнения технических вопросов, включая бюджет, график и фирменный стиль, которого нужно будет придерживаться.

2. Концепция, дизайн

Разработка

- Дизайнер внимательно изучает бриф, справочные материалы по теме, фирменный стиль компании клиента, чтобы обеспечить понимание самого проекта и особенностей фирмы заказчика.
- Дизайнер разрабатывает концепцию и эскизные варианты дизайна, после чего выбирает наиболее подходящие для дальнейшей работы.

Презентация

- Дизайнер предоставляет эскизы и объясняет концепцию заказчику.
- Дизайнер и заказчик вместе оценивают представленные материалы на соответствие брифу.

Уточнение

- После просмотра и обратной связи, дизайнер изменяет макет по мере необходимости и, если требуется, представляет новый дизайн.

3. Создание дизайн макета

- Дизайнер готовит файлы и предоставляет заказчику макет в печатном или электронном виде, в jpg например.
- Заказчик либо утверждает макет и ставит свою подпись, либо просит внести правки.
- Если требуется, дизайнер дорабатывает макет и снова высылает его заказчику.
- Последние доработки (клиентские правки, внесенные уже после утверждения макета, несут дополнительные временные затраты, поэтому делаются за дополнительную плату — этот момент должен быть оговорен заранее или прописан в договоре).

4. Производство

Передача макета в типографию.

- В большинстве случаев перед печатью большим тиражом делается цветопроба, которую утверждают дизайнер и заказчик.
- В некоторых случаях дизайнер может контролировать весь процесс производства, это бывает необходимо, когда в производстве используют нестандартные материалы, сложные виды печати и т.п.

7.2. Описание технологии производства

Работы по графическому дизайну проводятся дизайнерами с помощью следующих компьютерных программ:

1. Программное обеспечение **CorelDRAW Graphics Suite X7** – это программа для создания иллюстраций и макетов, трассировки изображений, редактирования фотографий, разработки web-графики и анимации. CorelDRAW Graphics Suite X7 предлагает усовершенствованный интерфейс и новые рабочие пространства, где все необходимые инструменты всегда под рукой. Занимается ли пользователь разработкой графики или подготовкой макетов страниц, редактирует ли фотографии или создаёт web-сайты – с универсальным пакетом CorelDRAW Graphics Suite X7 он может работать так, как ему удобно.

CorelDRAW Graphics Suite X7 является современным продуктом, который подходит как для домашних пользователей, так и для корпоративных специалистов. Встроенный модуль помощи, обучающие видео и удобные шаблоны сводят к минимуму время, необходимое на освоение новой версии программы. Рисование логотипов, дизайн интернет-сайтов, создание web-графики, баннеров, оформление баннеров, флаеров и т. п. – CorelDRAW Graphics Suite X7 предлагает все необходимое для ежедневной работы дизайнеров и художников.

2. Программное обеспечение **Adobe Photoshop Creative Cloud** – это приложение для редактирования и компоновки изображений, SaaS-версия фоторедактора с мощным набором инструментов обработки изображений и удобным пользовательским интерфейсом. Решение Adobe Photoshop CC предлагает еще больше свободы действий для быстрой и уверенной реализации творческих замыслов. Пользователи получают обширный комплекс новых и переработанных функций, включая наиболее совершенный на рынке инструмент для повышения резкости. Adobe Photoshop CC позволяет предоставлять доступ к готовым проектам на Behance, чтобы узнать мнение коллег и продемонстрировать свои работы. Доступ к новым возможностям организуется сразу после их выпуска.

Adobe Photoshop CC входит в состав Creative Cloud. Это означает, что подписчик получает доступ ко всем актуальным инструментам и новым функциям с момента их появления. Возможность синхронизации настроек позволяет систематизировать настройки своей рабочей среды на нескольких компьютерах. Благодаря богатой библиотеке обучающих видеопособий пользователи получают возможность улучшать свои навыки и осваивать новые инструменты. Интеграция с Behance помогает обмениваться своими проектами с другими пользователями и моментально получать отзывы от дизайнеров со всего мира.

3. Программное обеспечение **Adobe InDesign Creative Cloud** – это новое приложение для профессионального дизайна страниц, создания и верстки макетов и их публикации. Решение Adobe InDesign CC делает рабочие процессы верстки и дизайна более быстрыми, четким и согласованными. Благодаря улучшенному функционалу и встроенной поддержке 64-разрядных вычислений Adobe InDesign CC ускоряет работу как с простыми, так и с комплексными документами. Теперь специалисты могут демонстрировать свои проекты непосредственно из среды InDesign CC, а также получать доступ к новым функциям сразу после их выпуска.

InDesign CC входит в состав Creative Cloud. Это означает, что подписчик получает доступ ко всем актуальным инструментам и новым функциям с момента их появления. Возможность синхронизации настроек позволяет систематизировать настройки своей рабочей среды на нескольких компьютерах. Благодаря богатой библиотеке обучающих видеопособий пользователи получают возможность улучшать свои навыки и осваивать новые инструменты. Интеграция с Behance помогает обмениваться своими проектами с другими пользователями и моментально получать отзывы от дизайнеров со всего мира.

4. Программное обеспечение **Adobe Illustrator Creative Cloud** – это новое приложение для создания векторной графики и иллюстраций. Решение Adobe Illustrator CC представляет собой более эффективную и согласованную версию популярного графического редактора. Новый инструмент «Изменение текста» содержит расширенный функционал управления набором текста, включая перемещение, масштабирование и поворот отдельных символов с возможностью изменения шрифта или копирования в любой момент. Illustrator CC позволяет предоставлять доступ к результатам работы непосредственно из приложения и синхронизировать цвета из Adobe Kuler.

Adobe Illustrator CC входит в состав Creative Cloud. Это означает, что подписчик получает доступ ко

всем актуальным инструментам и новым функциям с момента их появления. Возможность синхронизации настроек позволяет систематизировать настройки своей рабочей среды на нескольких компьютерах. Благодаря богатой библиотеке обучающих видеопособий пользователи получают возможность улучшать свои навыки и осваивать новые инструменты. Интеграция с Behance помогает обмениваться своими проектами с другими пользователями и моментально получать отзывы от дизайнеров со всего мира.

5. Программное обеспечение **Adobe Dreamweaver Creative Cloud** – это новое приложение для создания web-сайтов, ПО и написание кода. Решение Adobe Dreamweaver CC предоставляет расширенные функции разработки материалов для web-страниц при одновременном уменьшении временных затрат. Благодаря упрощённому пользовательскому интерфейсу, подключаемым инструментам и новым средствам визуального редактирования CSS процесс создания кода становится быстрым и интуитивно понятным. Теперь результаты работы в Adobe Dreamweaver CC можно передавать другим пользователям непосредственно из этого приложения, а предоставление доступа к новым функциям по мере их появления обеспечивает соответствие стандартам оформления web-сайтов. В одном приложении реализован полный набор функций для творческой работы.

Adobe Dreamweaver CC входит в состав Creative Cloud. Это означает, что подписчик получает доступ ко всем актуальным инструментам и новым функциям с момента их появления. Возможность синхронизации настроек позволяет систематизировать настройки своей рабочей среды на нескольких компьютерах. Благодаря богатой библиотеке обучающих видеопособий пользователи получают возможность улучшать свои навыки и осваивать новые инструменты. Интеграция с Behance помогает обмениваться своими проектами с другими пользователями и моментально получать отзывы от дизайнеров со всего мира.

Информация с <http://store.softline.ru/>

7.3.Список общих издержек

Наименование	Величина издержки, тенге
--------------	--------------------------

Телефон - Величина издержки:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	4 000	4 000	5 000	5 000	5 000
Февраль	4 000	4 000	5 000	5 000	5 000
Март	4 000	4 000	5 000	5 000	5 000
Апрель	4 000	4 000	5 000	5 000	5 000
Май	4 000	4 000	5 000	5 000	5 000
Июнь	4 000	4 000	5 000	5 000	5 000
Июль	4 000	4 000	5 000	5 000	5 000
Август	4 000	4 000	5 000	5 000	5 000
Сентябрь	4 000	4 000	5 000	5 000	5 000
Октябрь	4 000	4 000	5 000	5 000	5 000
Ноябрь	4 000	4 000	5 000	5 000	0
Декабрь	4 000	4 000	5 000	5 000	0

Сумма / Среднее:	48 000 / 4 000	48 000 / 4 000	60 000 / 5 000	60 000 / 5 000	50 000 / 5 000
-------------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Интернет - Величина издержки:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	4 600	4 600	4 600	4 600	4 600
Февраль	4 600	4 600	4 600	4 600	4 600
Март	4 600	4 600	4 600	4 600	4 600
Апрель	4 600	4 600	4 600	4 600	4 600
Май	4 600	4 600	4 600	4 600	4 600
Июнь	4 600	4 600	4 600	4 600	4 600
Июль	4 600	4 600	4 600	4 600	4 600
Август	4 600	4 600	4 600	4 600	4 600
Сентябрь	4 600	4 600	4 600	4 600	4 600
Октябрь	4 600	4 600	4 600	4 600	4 600
Ноябрь	4 600	4 600	4 600	4 600	0
Декабрь	4 600	4 600	4 600	4 600	0
Сумма / Среднее:	55 200 / 4 600	55 200 / 4 600	55 200 / 4 600	55 200 / 4 600	46 000 / 4 600

Реклама листовками - Величина издержки:

	2015
Январь	10 000
Февраль	10 000
Март	10 000
Апрель	10 000
Май	10 000
Июнь	10 000
Июль	0
Август	0
Сентябрь	0
Октябрь	0
Ноябрь	0
Декабрь	0

Сумма / Среднее:	60 000 / 10 000
------------------	-----------------

Реклама в СМИ - Величина издержки:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Февраль	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Март	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Апрель	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Май	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Июнь	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Июль	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Август	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Сентябрь	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Октябрь	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Ноябрь	10 000	10 000	10 000	10 000	0
Декабрь	10 000	10 000	10 000	10 000	0
Сумма / Среднее:	120 000 / 10 000	120 000 / 10 000	120 000 / 10 000	120 000 / 10 000	100 000 / 10 000

Рекламная вывеска - Величина издержки:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Февраль	0	0	0	0	0
Март	0	0	0	0	0
Апрель	0	0	0	0	0
Май	0	0	0	0	0
Июнь	0	0	0	0	0
Июль	0	0	0	0	0
Август	5 000	5 000	5 000	5 000	0
Сентябрь	0	0	0	0	0
Октябрь	0	0	0	0	0
Ноябрь	0	0	0	0	0
Декабрь	0	0	0	0	0

Сумма / Среднее:	10 000 / 5 000	10 000 / 5 000	10 000 / 5 000	10 000 / 5 000	5 000 / 5 000
-------------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	----------------------

Уборка офиса - Величина издержки:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Февраль	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Март	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Апрель	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Май	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Июнь	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Июль	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Август	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Сентябрь	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Октябрь	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Ноябрь	5 000	5 000	5 000	5 000	0
Декабрь	5 000	5 000	5 000	5 000	0
Сумма / Среднее:	60 000 / 5 000	60 000 / 5 000	60 000 / 5 000	60 000 / 5 000	50 000 / 5 000

Непредвиденные расходы - Величина издержки:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Февраль	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Март	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Апрель	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Май	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Июнь	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Июль	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Август	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Сентябрь	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Октябрь	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Ноябрь	10 000	10 000	10 000	10 000	0
Декабрь	10 000	10 000	10 000	10 000	0

Сумма / Среднее:	120 000 / 10 000	120 000 / 10 000	120 000 / 10 000	120 000 / 10 000	100 000 / 10 000
------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Аренда офиса - Общая стоимость аренды помещения, тенге:

	2015	2016	2017	2018	2019
Январь	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Февраль	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Март	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Апрель	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Май	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Июнь	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Июль	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Август	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Сентябрь	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Октябрь	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Ноябрь	100 000	100 000	100 000	100 000	0
Декабрь	100 000	100 000	100 000	100 000	0
Сумма / Среднее:	1 200 000 / 100 000	1 200 000 / 100 000	1 200 000 / 100 000	1 200 000 / 100 000	1 000 000 / 100 000

8. Финансовый план

8.1. Основные исходные данные, допущения и предпосылки, использованные для построения финансовых прогнозов

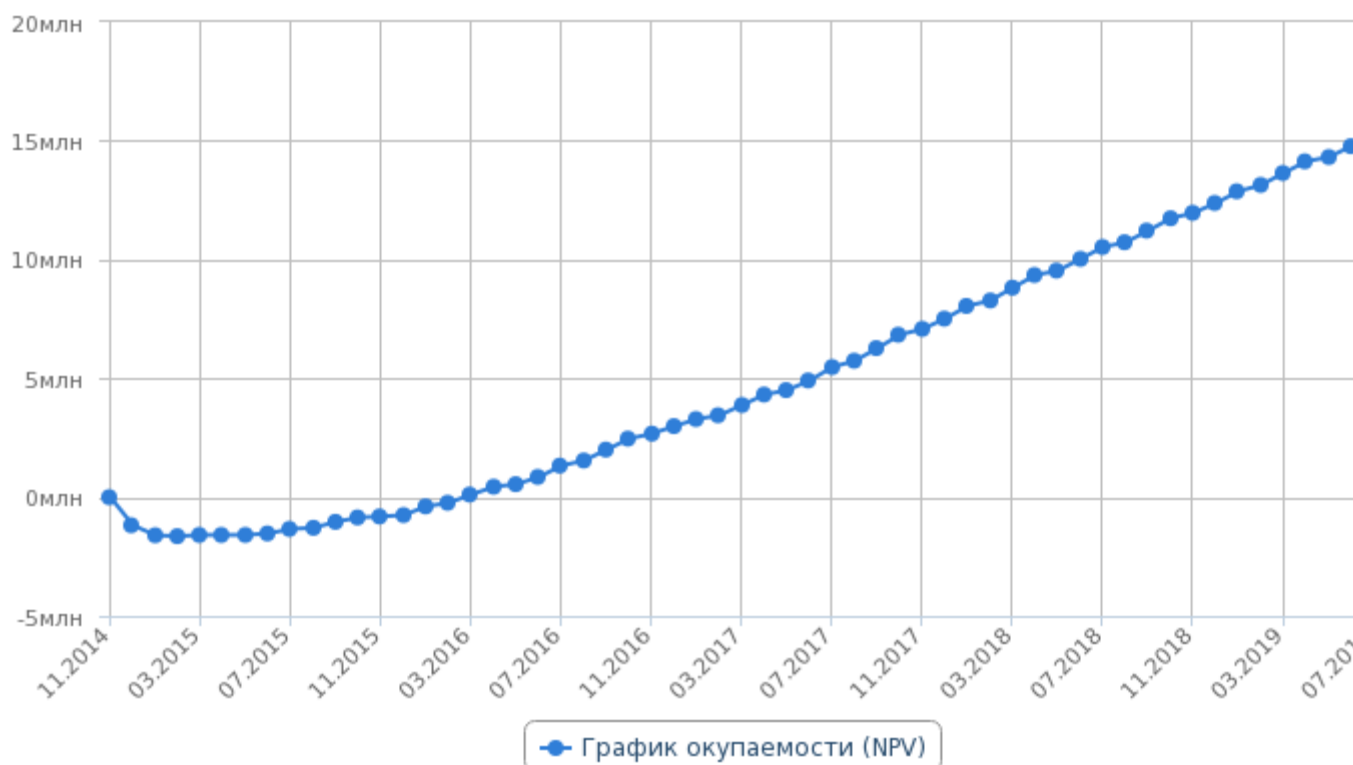
Вид инфляции		Показатель
Средние темпы роста цен продаж		7%
Средние темпы роста цен закупок		8%
Средние темпы роста заработной платы		5%
Наименование налога	Ставка налога	Период налогообложения
НДС	12%	мес.
Налог на имущество (для МСБ – упрощённый режим)	1,5% (0,5%)	год
Налог на прибыль(для МСБ – упрощённый режим)	20% (3%)	мес.
Социальный налог	11%	мес.

8.2. Показатели эффективности инвестиций

Прогнозные показатели эффективности инвестиций	Единицы измерения	Значения
Ставка дисконтирования	%	20
PВ (период окупаемости проекта)	мес.	17
DPВ (дисконтированный период окупаемости проекта)	мес.	17
NPV (чистый приведённый доход)	тенге	16 328 578
IRR (внутренняя норма рентабельности, в процентах)	%	251,80
PI (индекс прибыльности проекта)		9,97
PF (потребность в финансировании)	тенге	1 665 548
CD (дефицит денежных средств)	тенге	0

Оценки эффективности позволяют сделать вывод о целесообразности реализации проекта. Проект окупается в течение 17 месяцев. Чистый приведённый доход проекта составляет 16 328 578 тенге. Индекс прибыльности, характеризующий уровень полученной прибыли на каждую единицу затрат, равен 9,97. Потребность в финансировании составляет 1 665 548 тенге. Дефицита денежных средств нет.

8.3. График окупаемости (NPV)



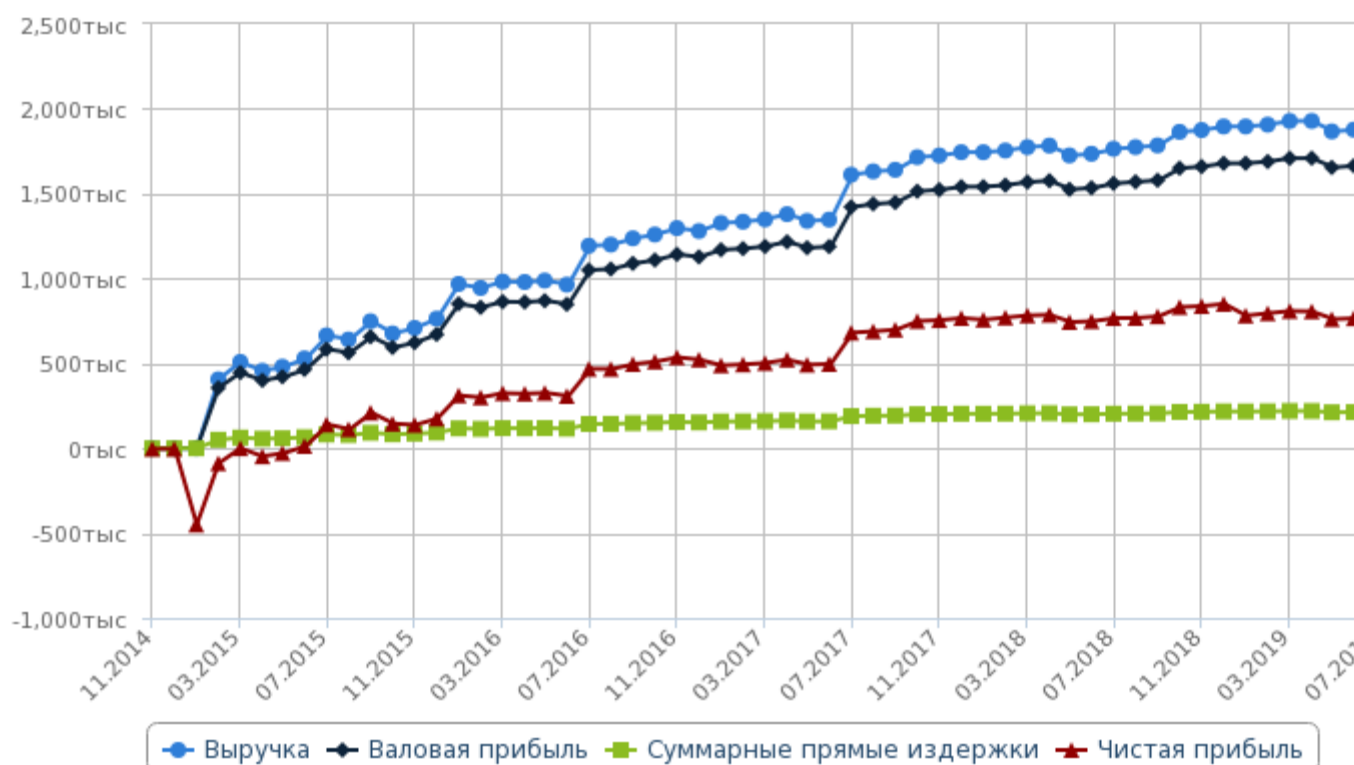
8.4. Отчёт о прибылях и убытках

Отчёт о прибылях и убытках отражает операционную деятельность по проекту (процесс реализации услуг) за определённые периоды времени, демонстрируя ее эффективность с точки зрения покрытия затрат доходами от реализации.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Выручка	0	6 583 593	13 293 656	18 146 046	21 475 608	19 087 470
Материалы и комплектующие	0	0	0	0	0	0
Сдельная зарплата	0	804 620	1 594 484	2 134 946	2 479 364	2 166 063
Валовая прибыль	0	5 778 973	11 699 172	16 011 099	18 996 244	16 921 407
Общехозяйственные и коммерческие расходы	0	1 566 727	1 632 510	1 776 227	1 918 325	1 711 057
Инвестиционные расходы	0	58 938	63 653	68 745	74 245	67 024
Амортизация	0	31 795	31 795	95 020	107 465	826 741
Расходы на заработную плату	6 389	3 603 387	3 783 556	4 872 221	5 115 832	4 458 055
Финансовые расходы	0	237 222	143 889	50 556	0	0
Налог на имущество	0	0	41	630	1 363	386
Прочие доходы	0	118 611	71 944	25 278	0	0
Прибыль до налога на прибыль	-6 389	399 515	6 115 672	9 172 978	11 779 014	9 858 144
Прибыль с учетом убытков прошлых периодов	-6 389	218 807	653 031	959 160	1 063 542	1 044 819
Налог на прибыль	0	78 625	1 223 134	1 834 596	2 355 803	1 971 629
Чистая прибыль	-6 389	320 890	4 892 538	7 338 382	9 423 211	7 886 515

В первый год реализации проекта присутствует отрицательное значение чистой прибыли. Это связано с тем, что в первые периоды выручка ещё не поступает, тогда как предприятие несет расходы по операционной деятельности в части инвестиционных затрат. С момента получения заявок поступают доходы от реализации услуг. Но при этом чистая прибыль становится положительной только тогда, когда увеличивается объём реализации услуг.

8.5.График прибыли и убытков



8.6. Отчёт о движении денежных средств

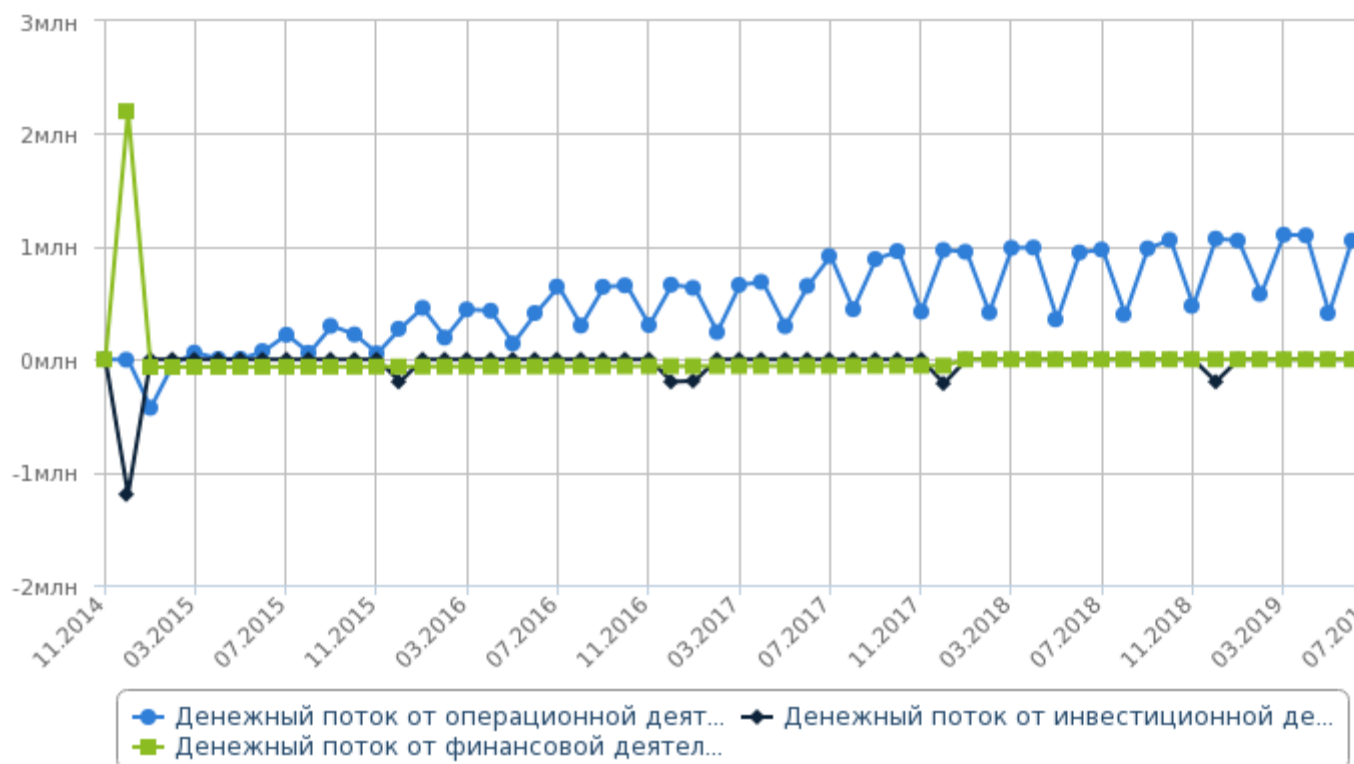
Отчет о движении денежных средств - это отчет компании об источниках денежных средств и их использовании в данном временном периоде.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Поступления от продаж	0	7 373 624	14 888 894	20 323 571	24 052 681	21 377 966
Затраты на материалы и комплектующие	0	0	0	0	0	0
Затраты на сдельную заработную плату	0	732 138	1 450 850	1 942 626	2 256 019	1 970 940
Выплаты персоналу по заработной плате	0	3 278 787	3 442 726	4 433 322	4 654 988	4 056 465
Прочие выплаты	0	1 820 745	1 899 703	2 066 369	2 231 679	1 991 451
Выплата налогов	3 194	746 155	2 807 095	4 108 396	5 297 757	4 320 900
Денежный поток от операционной деятельности	-3 194	795 799	5 288 520	7 772 857	9 612 238	9 038 211
Приобретение основных средств	1 196 259	198 156	198 156	403 656	198 156	0
Продажа основных средств	0	0	0	0	0	0
Денежный поток от инвестиционной деятельности	-1 196 259	-198 156	-198 156	-403 656	-198 156	0

Поступление кредитов	2 000 000	0	0	0	0	0
Погашение кредитов	0	666 667	666 667	666 667	0	0
Выплаты процентов по займам	0	237 222	143 889	50 556	0	0
Лизинговые платежи	0	0	0	0	0	0
Собственный (акционерный) капитал	200 000	0	0	0	0	0
Выплата дивидендов	0	0	0	0	0	0
Другие поступления	0	118 611	71 944	25 278	0	0
Денежный поток от финансовой деятельности	2 200 000	-785 278	-738 611	-691 944	0	0
Денежный поток за период	1 000 547	-187 635	4 351 753	6 677 256	9 414 082	9 038 211
Баланс наличности на начало периода	0	1 000 547	812 912	5 164 665	11 841 921	21 256 004
Баланс наличности на конец периода	1 000 547	812 912	5 164 665	11 841 921	21 256 004	30 294 214

Анализ Отчёта о движении денежных средств показывает отсутствие кассовых разрывов. В первый год реализации проекта дефицит денежных средств по операционной и инвестиционной деятельности своевременно покрывается поступлением кредита и собственными средствами инициатора проекта. В последующие периоды дефицит, возникающий уже и по финансовой деятельности в связи с возвратом тела долга и процентов, покрывается за счёт поступлений от операционной деятельности. Таким образом, баланс наличности денежных средств всегда остаётся положительным.

8.7. График денежных потоков



8.8.Баланс

Бухгалтерский баланс отражает структуру активов, обязательств и собственного капитала по проекту

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Денежные средства	1 000 547	812 912	5 164 665	11 841 921	21 256 004	30 294 214
Дебиторская задолженность	0	0	0	0	0	0
НДС по приобретённым ценностям	38 154	0	0	0	0	0
Запасы	0	0	0	0	0	0
Итого оборотные активы	1 038 701	812 912	5 164 665	11 841 921	21 256 004	30 294 214
Основные средства	317 949	286 154	254 359	916 035	1 693 196	866 455
Предоплаченные расходы	0	0	0	0	0	0
Незавершённые инвестиции	840 156	1 038 312	1 236 468	792 624	0	0
Итого внеоборотные активы	1 158 105	1 324 466	1 490 827	1 708 659	1 693 196	866 455
Итого активы	2 196 806	2 137 378	6 655 492	13 550 581	22 949 199	31 160 669
Краткосрочные обязательства по займам	611 111	611 111	611 111	0	0	0

Кредиторская задолженность	0	0	0	0	0	0
Задолженность по налогам	3 194	289 544	581 787	805 160	780 568	1 105 522
Долгосрочные обязательства по займам	1 388 889	722 222	55 556	0	0	0
Итого обязательства	2 003 194	1 622 877	1 248 453	805 160	780 568	1 105 522
Нераспределённая прибыль	-6 389	314 501	5 207 039	12 545 421	21 968 632	29 855 147
Добавочный капитал	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
Акционерный капитал	0	0	0	0	0	0
Итого собственный капитал	193 611	514 501	5 407 039	12 745 421	22 168 632	30 055 147
Итого собственный капитал и обязательства	2 196 806	2 137 378	6 655 492	13 550 581	22 949 199	31 160 669

8.9.График структуры активов



8.10.Финансовые показатели

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Показатели ликвидности						
Коэффициент текущей ликвидности (CR), %	169	90	433	1 471	2 723	2 740

Коэффициент срочной ликвидности (QR), %	169	90	433	1 471	2 723	2 740
Чистый оборотный капитал (NWC)	424 395	-87 743	3 971 767	11 036 762	20 475 436	29 188 692
Показатели оборачиваемости						
Коэф. оборачиваемости запасов (IT)	0	0	0	0	0	0
Коэф. оборачиваемости оборотного капитала (WCT)	0	13	5	2	1	1
Коэф. оборачиваемости активов (AT)	0	4	3	2	1	1
Коэф. оборач. дебиторской задолж. в днях (ACP)	0	0	0	0	0	0
Коэф. оборач. кредиторской задолж. в днях (PT)	0	0	0	0	0	0
Показатели финансовой устойчивости						
Суммарные обязательства к активам (TD/TA), %	91	76	19	6	3	4
Долгоср. обязат. к активам (LTD/TA), %	63	34	1	0	0	0
Коэффициент покрытия платежей по долгу (DSCR)	0	1	6	10	0	0
Долг / EBITDA	-13	2	0	0	0	0
Коэффициент покрытия процентов (ICR)	0	3	44	184	0	0
Средний срок погашения долга (AMD)	-20	7	0	0	0	0
Коэффициент автономии, %	9	24	81	94	97	96
Коэффициент финансового риска, %	1 033	259	12	0	0	0
Операционный рычаг	0	4	2	2	2	2
Показатели рентабельности						
Коэф. рентабельности валовой прибыли (GPM), %	0	1	1	1	1	1
Коэф. рентабельности чистой прибыли (NPM), %	0	5	37	40	44	41
Рентабельность инвестиций (ROI), %	-7	19	119	76	52	35
Рентабельность собственного капитала (ROE), %	-83	-237	184	84	54	36
Фондорентабельность, %	-13	35	464	589	710	924
Денежные потоки						
Свободный денежный поток проекта (FCFF)	-1 199 453	550 199	5 061 586	7 359 090	9 414 082	9 038 211
Свободный денежный поток для владельцев бизнеса (FCFE)	800 547	-306 246	4 279 808	6 651 979	9 414 082	9 038 211

Рентабельность комплексно отражает степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов, а также природных богатств. Коэффициент рентабельности

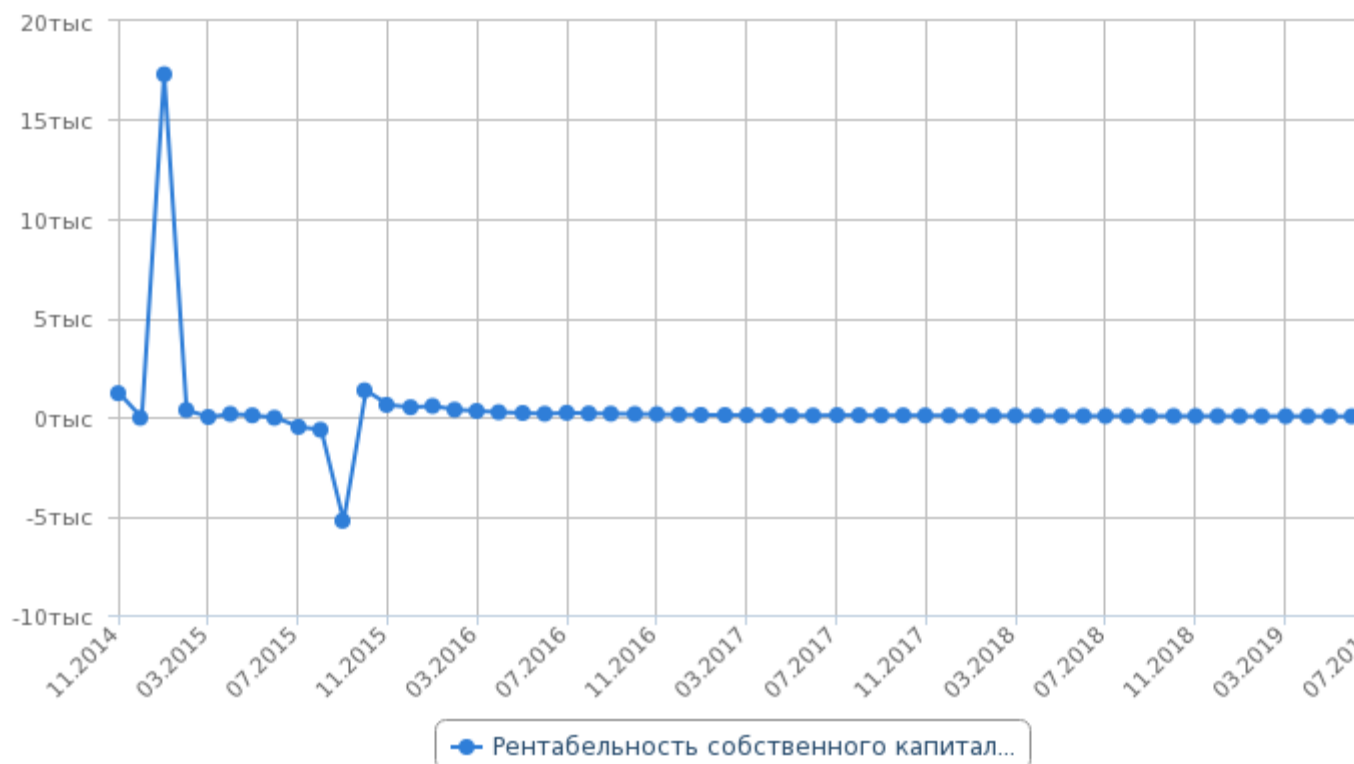
рассчитывается как отношение прибыли к активам, ресурсам или потокам, её формирующим. Коэффициент текущей ликвидности характеризует способность компании погашать текущие (краткосрочные) обязательства за счёт оборотных активов. Иногда называется коэффициентом покрытия. Чем выше показатель, тем лучше платёжеспособность предприятия. Хорошим считается значение коэффициента более 2. Показатели ликвидности демонстрируют значительное превышение оборотных активов над оборотными обязательствами. Это связано с тем, что предприятие не планирует наличие значительной краткосрочной кредиторской задолженности, при этом оборотные активы присутствуют с начала расчётов и увеличиваются с течением проекта.

Оборачиваемость оборотных активов - это отношение годовой выручки к среднегодовой величине оборотных активов. Оборачиваемость активов - отношение годовой выручки к среднегодовой величине всех активов предприятия. Значение коэффициента оборачиваемости активов равно 3 показывает, что организация в течение года получает выручку втрое большей стоимости своих активов (активы за год "оборачиваются" 3 раза). Чем больше коэффициент оборачиваемости активов, тем интенсивней используют активы в деятельности организации, тем выше деловая активность. Наиболее высокая деловая активность согласно этому проекту в 2015-2016 годах, затем деловая активность падает.

Финансовая устойчивость — составная часть общей устойчивости предприятия, сбалансированность финансовых потоков, наличие средств, позволяющих организации поддерживать свою деятельность в течение определённого периода времени, в том числе обслуживая полученные кредиты и производя продукцию. Коэффициент финансовой зависимости, характеризующий зависимость от внешних источников финансирования (т.е. какую долю во всей структуре капитала занимают заёмные средства). По данным таблицы видно, что в первые три года зависимость от внешних источников высокая. Коэффициент автономии характеризует независимость предприятия от заёмных средств и показывает долю собственных средств в общей стоимости всех средств предприятия. Чем выше значение данного коэффициента, тем финансово устойчивее, стабильнее и более независимо от внешних кредиторов предприятие. В данном случае коэффициент растёт из года в год.

Рентабельность комплексно отражает степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов, а также природных богатств. Коэффициент рентабельности рассчитывается как отношение прибыли к активам, ресурсам или потокам, её формирующим. Рентабельность собственного капитала с течением проекта постепенно уменьшается, так как со временем растёт уровень собственного капитала (в частности, нераспределённая прибыль).

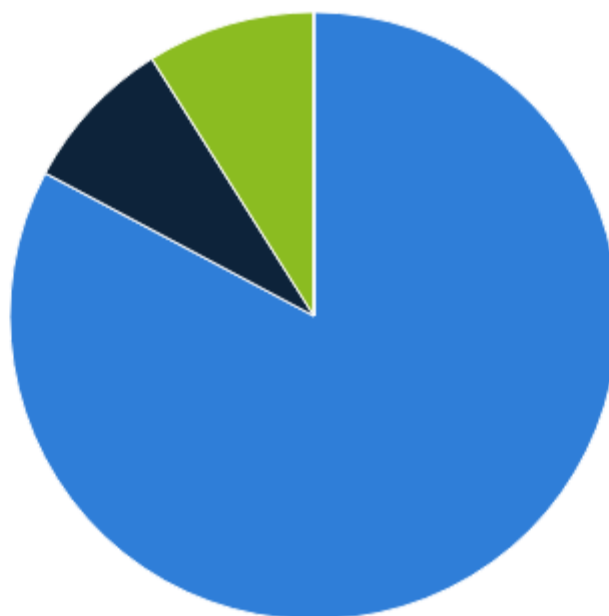
8.11.График рентабельности собственного капитала



8.12. Финансовый план

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Финансирование	2 000 000	0	0	0	0	0
Погашение кредитов	0	666 667	666 667	666 667	0	0
Выплаты процентов по займам	0	237 222	143 889	50 556	0	0
Лизинговые платежи	0	0	0	0	0	0
Пополнение собственного капитала	200 000	0	0	0	0	0
Другие поступления	0	118 611	71 944	25 278	0	0
Денежный поток от финансовой деятельности	2 200 000	-785 278	-738 611	-691 944	0	0

8.13. График структуры финансирования



■ Поступление кредитов
 ■ Собственный (акционерный) капитал
 ■ Другие поступления
 ■ Акционерный капитал

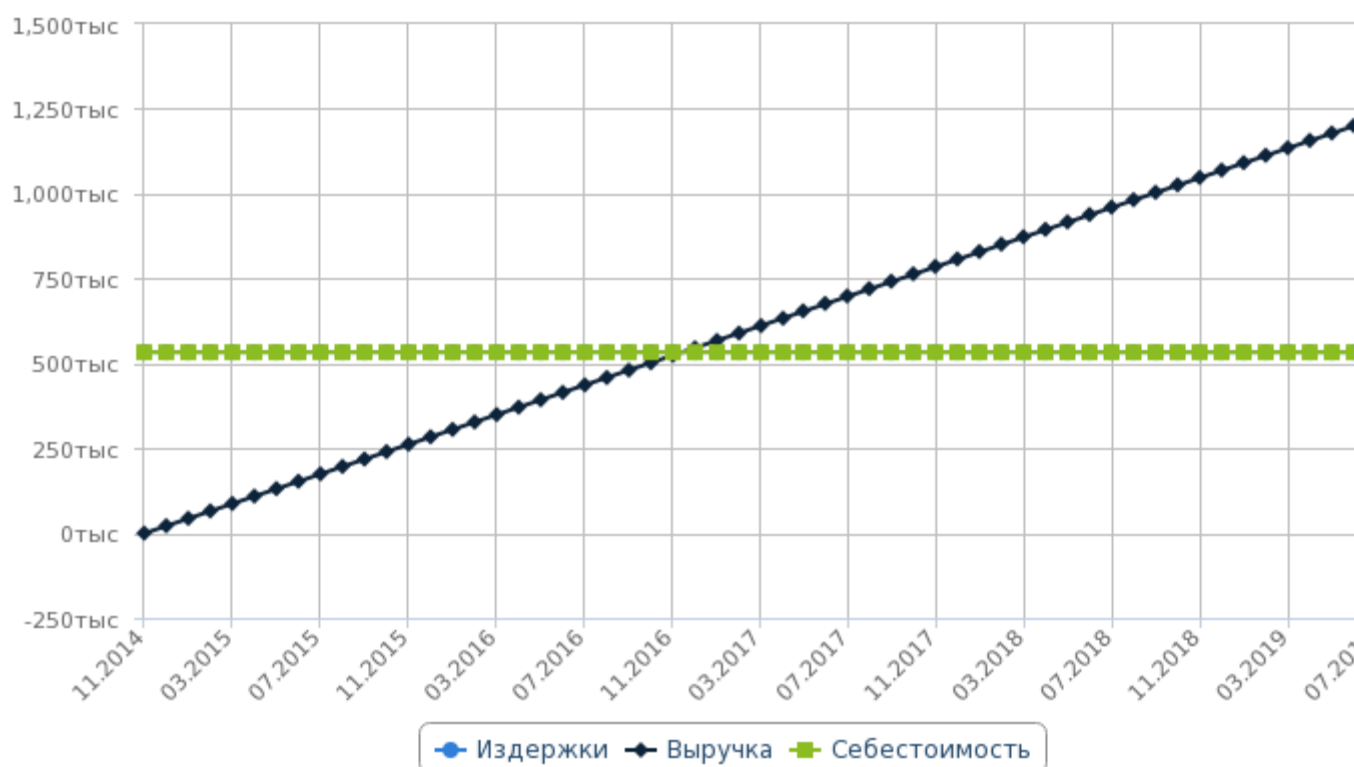
8.14. Анализ безубыточности

Точка безубыточности — объём производства и реализации продукции, при котором расходы будут компенсированы доходами, а при производстве и реализации каждой последующей единицы продукции предприятие начинает получать прибыль. Точку безубыточности можно определить в единицах продукции, в денежном выражении или с учётом ожидаемого размера прибыли.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Выручка	0	6 583 593	13 293 656	18 146 046	21 475 608	19 087 470
Постоянные издержки	6 389	5 439 131	5 591 791	6 794 654	7 142 985	6 996 239
Переменные издержки	0	804 620	1 594 484	2 134 946	2 479 364	2 166 063
Прибыль от реализации	-6 389	339 842	6 107 381	9 216 445	11 853 259	9 925 167
Точка безубыточности	0	5 679 926	6 354 371	7 701 232	8 075 335	7 891 789
Запас финансовой прочности	0	903 666	6 939 285	10 444 814	13 400 273	11 195 681
Запас финансовой прочности, % к выручке	0	14	52	58	62	59

По данной таблице видно, что в 2015 году точкой безубыточности будет оказание услуг графического дизайна на сумму 5 679 926 тенге, в 2016 году 6 354 371 тенге, в 2017 году - 7 701 232 тенге, в 2018 году - 8 075 335 тенге, в 2019 - 7 891 789, то есть именно этот объём достаточен для того, чтобы покрывать все расходы. Доход выше этой суммы является прибылью.

8.15. График безубыточности



8.16. Анализ чувствительности

Целью анализа чувствительности является сравнительный анализ влияния различных параметров инвестиционного проекта на показатели его эффективности. Он позволяет не только выявить основные факторы риска, но и количественно их измерить. Для этого оценивается чувствительность (эластичность) показателей эффективности к изменению исходных параметров проекта. В представленной ниже таблице показано, как изменяются показатели проекта в зависимости от изменения входных параметров в заданном диапазоне. Значения показателей, соответствующие текущему состоянию проекта, показаны в столбце с заголовком «0%».

Чувствительность к изменению цен продуктов:

Показатель	-30%	-24%	-18%	-12%	-6%	0%	6%	12%	18%	24%	30%
PВ	29	23	21	18	17	15	15	13	12	11	11
DPВ	32	25	23	20	18	17	15	14	12	11	11
NPV	5 611 212	7 919 235	10 221 893	12 521 580	14 819 575	17 115 820	19 411 136	21 705 855	24 000 184	26 294 296	28 588 176
IRR	88.54	119.50	152.80	189.30	229.50	273.80	322.80	377.00	437.00	503.40	576.80
PI	4.08	5.35	6.62	7.88	9.14	10.40	11.66	12.92	14.18	15.44	16.70
PF	2 382 434	2 020 373	1 864 459	1 743 398	1 680 993	1 653 533	1 636 495	1 636 495	1 636 495	1 636 495	1 636 495
PC	967 712	554 226	140 741	0	0	0	0	0	0	0	0

Чувствительность к изменению объемов сбыта:

Показатель	-30%	-24%	-18%	-12%	-6%	0%	6%	12%	18%	24%	30%
PВ	24	22	20	18	17	15	15	14	12	11	11

DPB	29	24	21	20	18	17	15	15	13	12	11
NPV	6 940 658	8 980 301	11 016 524	13 050 916	15 084 018	17 115 820	19 146 943	21 177 561	23 207 782	25 237 948	27 267 806
IRR	106.20	134.50	165.10	198.20	234.40	273.80	316.90	364.10	415.70	472.30	534.10
PI	4.81	5.93	7.05	8.17	9.29	10.40	11.52	12.63	13.75	14.86	15.98
PF	2 141 828	1 951 206	1 821 671	1 716 566	1 678 242	1 653 533	1 636 495	1 636 495	1 636 495	1 636 495	1 636 495
PC	727 106	361 742	26 925	0	0	0	0	0	0	0	0

Чувствительность к изменению прямых издержек:

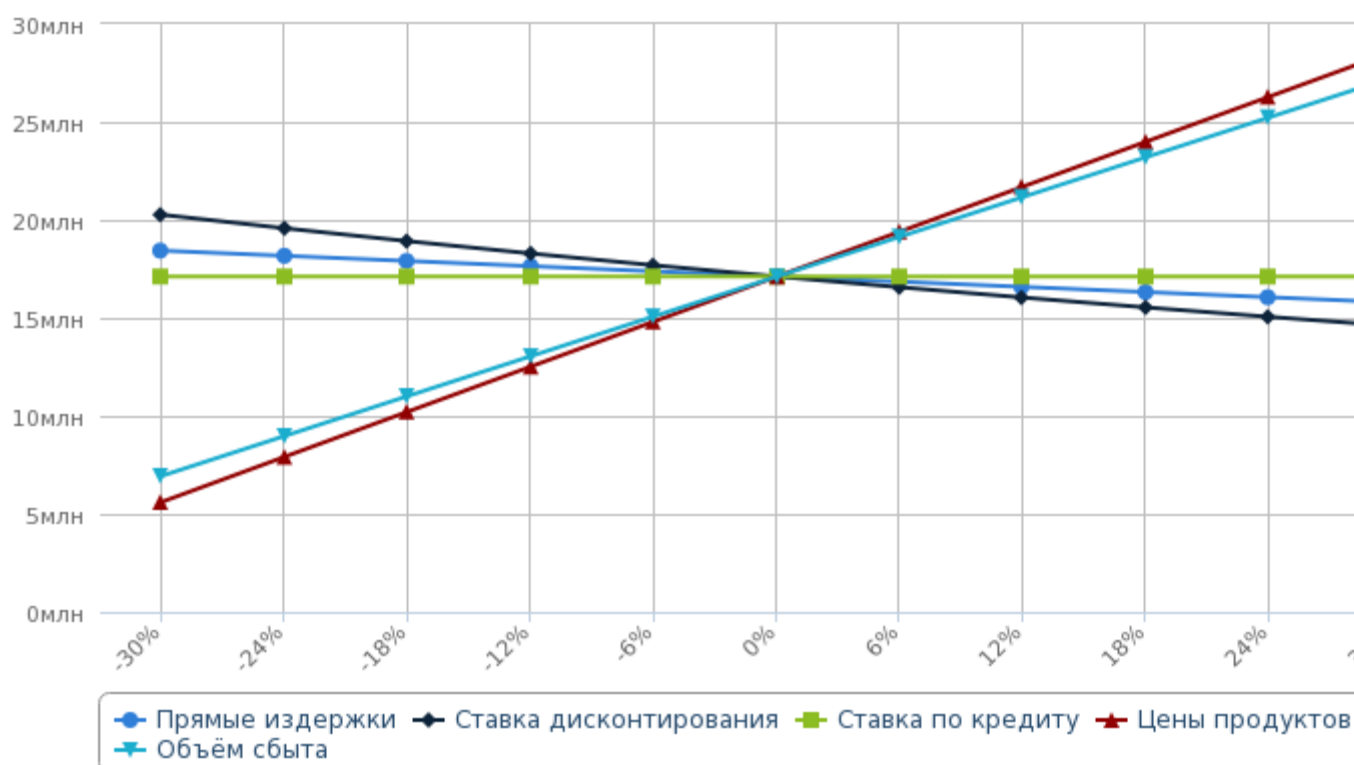
Показатель	-30%	-24%	-18%	-12%	-6%	0%	6%	12%	18%	24%	30%
PB	15	15	15	15	15	15	16	16	16	16	17
DPB	15	16	16	16	16	17	17	17	17	17	17
NPV	18 437 140	18 172 876	17 908 612	17 644 348	17 380 084	17 115 820	16 851 556	16 587 217	16 322 870	16 058 522	15 794 174
IRR	301.30	295.70	290.10	284.60	279.20	273.80	268.50	263.20	258.00	252.90	247.80
PI	11.13	10.98	10.84	10.69	10.55	10.40	10.26	10.11	9.97	9.82	9.68
PF	1 639 776	1 642 527	1 645 279	1 648 030	1 650 781	1 653 533	1 656 284	1 659 036	1 661 787	1 664 538	1 667 290
PC	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Чувствительность к изменению ставки дисконтирования:

Показатель	-30%	-24%	-18%	-12%	-6%	0%	6%	12%	18%	24%	30%
PB	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
DPB	16	16	16	16	17	17	17	17	17	17	17
NPV	20 268 282	19 577 879	18 919 200	18 290 415	17 689 818	17 115 820	16 566 937	16 041 784	15 539 068	15 057 578	14 596 181
IRR	273.80	273.80	273.80	273.80	273.80	273.80	273.80	273.80	273.80	273.80	273.80
PI	11.62	11.36	11.11	10.87	10.63	10.40	10.18	9.96	9.75	9.55	9.35
PF	1 653 533	1 653 533	1 653 533	1 653 533	1 653 533	1 653 533	1 653 533	1 653 533	1 653 533	1 653 533	1 653 533
PC	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Из данного анализа наблюдаем, что увеличение цен на услуги, а также увеличение объема предоставления услуг на 30% увеличивает NPV почти на 60% и снижает срок окупаемости до 11 месяцев. Таким образом, можно отметить, что эти 2 фактора являются наиболее значимыми в эффективности проекта.

8.17.График анализа чувствительности



8.18. Оценка проектных рисков

№	Наименование риска	Оценка риска	Способы устранения и минимизации негативных последствий
Внешние риски:			
1	Выход на рынок нового игрока	Высокая	Укрепить на рынке, сделать имя, стать самой востребованной компанией, охватить широкую клиентуру
2	Изменение в политико-экономической ситуации в стране	Высокая	Иметь дополнительные варианты развития фирмы, уметь адаптироваться к изменяющимся условиям
Внутренние риски			
1	Выход из строя оборудования	Высокая	Заключить договор с обслуживающей компанией по ремонту оборудования
2	Недостаточный опыт и квалификация персонала	Высокая	Обучение персонала

9. Заключение

Проведённый анализ инвестиционной эффективности и организационной проработанности проекта позволяет сделать вывод о целесообразности его финансирования. Реализация проекта обеспечивает чистый приведённый доход (NPV) в 16 328 578 тенге, при этом дисконтированный период окупаемости проекта (DPB) составляет 17 месяцев. Внутренняя норма рентабельности (IRR) проекта превышает 251% и свидетельствует о высокой доходности инвестиций по сравнению с другими подобными проектами в отрасли. Анализ чувствительности показывает, что даже если планируемые исходные параметры будут отличаться от факта, проект останется

устойчивым к реализации и риск невозврата вложенных средств минимален. Высокий уровень РІ (9,97) свидетельствует о высокой степени отдачи на вложенные инвестиции.