

# ОТКРЫТИЕ АРХИТЕКТУРНО-ДИЗАЙНЕРСКОЙ СТУДИИ «MAGICDESIGN»

*Белоцкая Е.В, Богуш Е.М, Галенкина О.В, Солтан Е.А.,*  
студенты 3 курса ИЭФ БГТУ

Научный руководитель:  
кандидат экономических наук, старший преподаватель  
*Е.В. Россоха* (УО «Белорусский государственный технологический университет»)

## БИЗНЕС-ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Характеристика намечаемой к выпуску продукции: компания «MagicDesign» предполагает профессионально разрабатывать дизайн-проекты квартир в полном соответствии с предпочтениями владельцев и реализовать его силами собственных отделочных бригад. Основное конкурентное преимущество

студии «MagicDesign» заключается в совмещении ремонтных и дизайнерских услуг, что не предоставляет ни одна организация в Республике Беларусь.

Предполагаемая форма участия инвестора в проекте: среднесрочное, низкорисковое реальное прямое инвестирование внутри страны.

Стоимость бизнес-проекта: 415 360 000 руб.

Суммарная потребность в инвестициях: 415 360 000 руб.,

в т. ч. по источникам:

собственных средств: 60 000 000 руб.;

прямых инвестиций: 355 360 000 руб.

Направления использования инвестиций: инвестирование будет проводиться с целью закупки необходимого для выполнения работ оборудования и приобретения помещения (офиса).

Показатели эффективности проекта:

Ставка дисконтирования: 11,5 %;

Динамический срок окупаемости проекта: 1,3 года;

Индекс доходности: 1,6;

Внутренняя норма доходности: 17,2 %;

Чистый дисконтированный доход: 4 048 366 795 руб.

Дата составления инвестиционного предложения: 01.10.2012.

## **ПАСПОРТ БИЗНЕС-ПРОЕКТА**

### *1. Информация о проекте*

Название проекта: Открытие архитектурно-дизайнерской студии «MagicDesign».

Целью данного инвестиционного проекта является создание архитектурно-дизайнерской студии «MagicDesign». Цель создания планируемой студии – оказание услуг населению по оформлению жилых помещений. Настоящий инвестиционный проект ставит своей целью открытие студии интерьерного дизайна, рассчитанного на посетителей среднего класса и состоятельных посетителей.

Архитектурно-дизайнерская студия «MagicDesign» специализируется на:

- разработке дизайн-проектов и сопроводительной документации;
- разработке эскизного предложения и стилевой концепции интерьера;
- разработке проектной документации и инженерных чертежей;
- ремонте;
- авторском надзоре за выполнением проекта;
- комплектации объектов мебелью и отделочными материалами.

### *2. Продукция*

Основной проблемой ремонта квартиры в наши дни является не дефицит отделочных материалов, а неумение их творчески использовать для формирования оригинального, но комфортного для владельцев интерьера. Вопросы дизайна квартиры, офиса или коттеджа оказываются предельно сложными для обычного человека вне зависимости от его социального статуса. С повышением экономического уровня страны существенно повысились доходы и, соответственно, спрос на ремонт и дизайн. Даже люди со средним уровнем доходов могут позволить себе профессионального дизайнера. А самое главное, появились практически неограниченные возможности в сфере дизайна.

Компания «MagicDesign» предлагает не только профессионально разработать дизайн-проект квартиры в полном соответствии с предпочтениями владельцев, но и реализовать дизайн-проект силами собственных отделочных бригад.

Сама работа делится на несколько этапов:

- разработка концепции дизайна;
- разработка дизайн-проекта;
- рабочий проект;
- авторский надзор и выполнение.

На этапе разработки концепции заказчик высказывает свои пожелания. Дизайнер, учитывая все пожелания, разрабатывает несколько вариантов концепций.

Когда выбран один из предложенных вариантов интерьера, начинается следующий этап – эскизный проект, или дизайн-проект. На данном этапе ведутся уточнения по планировке, разрабатываются цветовые решения. Заказчику разработан проект предоставляется в виде планов, разверток, перспективных изображений.

После того как все моменты обговорены и уточнены, можно переходить к рабочему проекту. Весь имеющийся материал подается в виде рабочей документации, по которой можно вести строительные и ремонтные работы. Все чертежи выполняются в соответствии с техническими требованиями – с указанием размеров, сечений и привязок. В рабочих чертежах и ведомостях учитываются аб-

солютно все мелочи, чтобы можно было воплотить проект в жизнь без постоянного нахождения дизайнера на объекте.

### *3. Маркетинговые исследования*

Объем спроса: одной из приоритетных задач в Республике Беларусь является строительство жилой, коммерческой и других видов недвижимости. Ежегодно наблюдается рост объемов строительства вообще (за 2009 г. объем строительства возрос на 4,7 % по отношению к предыдущему году, за 2010 г. – на 15,8 % и за 2011 г. – на 17,9 % соответственно [1]) и жилья в частности (с 222,6 млн м<sup>2</sup> в 2008 г. до 237 млн м<sup>2</sup> в 2011 г. [2]).

Объем сбыта: при обосновании программы оказания исходим из возможностей организации. Так, стандартная строительная бригада (4 отделочника и бригадир) может выполнить 7 типовых ремонтов в месяц в комнате площадью 30 м<sup>2</sup> (периметр 22 м) и высотой потолков 2,50 м.

Доля рынка: успешный вывод услуги на рынок непосредственно связан с правильной организацией системы продаж, разработкой широкой клиентской базы, обоюдовыгодным ценообразованием. В связи с этим для завоевания доли рынка делается акцент на ценообразование. Фирма устанавливает цену исходя из учета мотивационных и психологических аспектов покупательского поведения, действующих в конкурентной среде ограничений, а также текущего состояния рынка и внешней среды. Определение цен с ориентацией на уровень конкуренции предполагает учет структуры рынка, т. е. числа и типа компаний, работающих на рынке. При таком методе определения цены фирма установит цену чуть ниже уровня конкурентов, чтобы привлечь потенциальных клиентов.

При выполнении этих задач необходимо:

- разработать клиентскую базу путем проработки справочников, регистров, компьютерных баз данных;

- провести маркетинговое исследование, основанное на первичных источниках (опрос, интервью, тестирование) с целью выяснить требуемые объемы, цены и условия предоставления услуг;

- осуществить сбор подробной информации об основных конкурентах (адресная информация, объемы и структура продаж, сильные и слабые стороны, динамика развития).

Имидж предприятия имеет огромное значение в продвижении услуги. Его целенаправленное формирование – одна из основных задач предприятия на стадии становления.

Задача по формированию общественного мнения будет включать в себя формирование общественного мнения в профессиональной среде через вступление и активную работу с профессиональными ассоциациями в качестве членов, ассоциированных членов или просто постоянных участников семинаров.

Для успешной работы создаваемого предприятия в первую очередь необходимо провести комплексный анализ внешней среды. Целью анализа является создание информационно-аналитической базы для принятия управленческих решений.

Основные потребители: анализ внешней среды предприятия показал, что основная часть клиентов архитектурно-дизайнерской студии – собственники квартир размером 40–80 м<sup>2</sup>. Однако в последнее время в связи с активной рекламой этого вида услуг к услугам дизайнеров чаще обращаются хозяева квартир до 40 м<sup>2</sup>. Можно с уверенностью сказать, что сегодня этот вид услуг из разряда элитных переходит в разряд массовых, чему немало способствует и практика сдачи жилых домов без внутренней отделки.

Основные конкуренты: сегодня рынок услуг дизайнеров-архитекторов достаточно развит в г. Минске. Он представлен следующими фирмами: «А КВАДРАТ», «Милан», «Интерьеростудио», «Тераццо.бай», «NOTA BENE».

Особенностью данного рынка является быстрый рост числа участников, в связи с чем здесь присутствует большая конкуренция. Сегодня архитектурные бюро стараются максимально расширить спектр услуг, оказываемых клиентам. Так, во многих компаниях, наряду с уже привычными дизайном интерьера, проектом фасада, перепланировкой квартиры, появились еще и услуги по ландшафтному дизайну, демонтажу ненужных строений, строительству домов и пристроек.

Кроме того, по мере роста конкуренции на рынке архитектурно-дизайнерских услуг растет и специализация:

- сейчас лишь около 30 % компаний заявляют о том, что они могут выполнить любые работы со всеми типами недвижимости;

- около 25 % специализируются на работе с жилыми помещениями. В рамках этой сферы также растет сегментация: есть фирмы, занимающиеся только перепланировкой квартир, кто-то работает в основном с коттеджами, кто-то – с пентхаусами, некоторые даже с замками (небольшое, но очень прибыльное направление);

- 20 % фирм отдают предпочтение офисной недвижимости, сотрудничая с девелоперами и компаниями, желающими придать своему рабочему помещению соответствующий облик;

- 10 % оказывают услуги владельцам ресторанов: здесь доминируют небольшие структуры (как правило, созданные известными дизайнерами);
- 5–7 % компаний выбрали специализацию на торговой недвижимости. Этот сегмент растет самыми высокими темпами – более 100 % в год;
- 2–3 % работают с салонами красоты и другими предприятиями сферы услуг;
- 2–5 % относятся к категории «прочие», здесь речь может идти об эргономичных проектах для новых промышленных предприятий, современных автостоянках, храмах и т. д.

При этом подобных бюро в нашей стране значительно меньше, чем, например, в странах Восточной Европы. В ближайшие годы этот бизнес будет активно развиваться, что связано со строительным бумом практически во всех регионах Республики Беларусь. Эта тенденция нашла свое отражение и на рынке готового бизнеса: спрос на архитектурные бюро сейчас превосходит предложение в десятки раз.

Преимущества перед конкурентами: в Беларуси ни одна дизайнерская студия не выполняет ремонтные работы по разработанным дизайн-проектам, ограничиваясь лишь авторским надзором. Поэтому основное конкурентное преимущество студии «MagicDesign» заключается в совмещении ремонтных и дизайнерских услуг, что не предоставляет ни одна аналогичная организация в Республике Беларусь.

#### *4. Финансово-экономические показатели проекта*

Показатели эффективности проекта:

Ставка дисконтирования: 11,5 %;

Динамический срок окупаемости проекта: 1,3 года;

Индекс доходности: 1,6;

Внутренняя норма доходности: 17,2 %;

Чистый дисконтированный доход: 4 048 366 795 руб.

#### *5. Предложения инвестору*

Возможное участие инвестора:  
финансовые средства.

### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Жилищный фонд Республики Беларусь / Нац. статистический комитет Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/house\\_fond.php](http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/house_fond.php). – Дата доступа : 04.09.2012.

2. Инвестиции в основной капитал / Нац. статистический комитет Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/construction.php>. – Дата доступа : 04.09.2012.