

УДК 334

## ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ ДИЗАЙНЕРСКИХ УСЛУГ

*М.И. Черутова\**, канд. экон. наук,  
*Т.В. Хмелькова*, магистрант  
БрГУ, Братск

*Отражены методические основы создания малого предприятия, основным видом деятельности которого является оказание дизайнерских услуг. Рассмотрены основные этапы предпринимательского процесса от поиска бизнес-идеи, разработки бизнес-плана до регистрации дизайнерской фирмы. Представлены особенности дизайнерского проектирования и их влияние на создание нового предприятия.*

**Ключевые слова:** малое предприятие, дизайнерские услуги, дизайн-проект, бизнес-план, рынок, сегментация рынка, маркетинг, ценовая политика, реклама, стимулирование сбыта, организационный план, финансовый план, учреждение и регистрация.

Создание малого предприятия в сфере дизайнерских услуг – это длительный процесс, состоящий из нескольких этапов. К ним можно отнести поиск идеи, разработку бизнес-плана, поиск необходимых ресурсов, а также учреждение и регистрацию фирмы.

Дизайнерские фирмы в Иркутской области обычно создаются в форме малых предприятий. Это связано с тем, что они организуются чаще всего в форме хозяйственных обществ, не имеют в уставном капитале доли участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований и других субъектов, которые входят по этому признаку в ограничения для субъектов малого предпринимательства, и средняя численность их работников мала – значительно менее 100 человек. Таким образом, они обычно соответствуют по своим критериям субъектам малого предпринимательства.

Первым шагом к созданию фирмы является *поиск бизнес-идеи*. Необходимо четко определиться, в каком направлении работать. Этот этап не так прост, как может показаться, ведь далеко не всегда вы-

бранная бизнес-идея приводит к удачному результату.

Предпринимательская идея – это конкретное целостное знание о целесообразности и возможности заниматься определенным видом предпринимательской деятельности.

Идея создания малого предприятия в сфере дизайнерских услуг слишком обширна, т. к. сами услуги многообразны. Это ландшафтный дизайн, дизайн сайтов, баннеров, открыток, фотоальбомов и т. д. Особое место в дизайнерских услугах занимает дизайн интерьера квартир, офисов и др. помещений. Следует сузить рассматриваемые услуги до одного направления. В данной работе будем рассматривать идею создания фирмы по дизайну интерьера квартир.

Следующим этапом после поиска идеи является *разработка бизнес-плана*. Бизнес-план – это документ, который содержит комплексное обоснование стратегии развития всех сторон бизнеса. Он включает такие разделы, как описание услуги, исследование рынка, план маркетинга, производственный план, организационный план, финансовый план, оценка эффективности инвестиций [1].

В бизнес-плане необходимо описать объем и качество предоставляемых услуг. Дизайнерское проектирование – это

---

\* - автор, с которым следует вести переписку

сложная и творческая деятельность, требующая от исполнителя специальных знаний, способностей, ответственности.

Дизайн интерьера – это конкретное решение внешнего вида помещения: напольных покрытий, отделки стен, дверей и окон, расстановки мебели, план освещения и прочая детальная разработка интерьера, которая осуществляется, как правило, сразу же после архитектурных работ. Все чаще потребители стали заказывать оригинальные дизайнерские проекты. Эти проекты учитывают пожелания заказчика, превращают жилье в неповторимый мир своего хозяина, в котором комфортно, уютно и всегда можно быть самим собой. Это достаточно сложные и дорогостоящие проекты, требующие высокого качества исполнения.

В состав таких дизайн-проектов, как правило, входят: визуализация объемно-планировочного и стилистического решений; план до перепланировки (демонтажа перегородок); план после перепланировки (план возведения перегородок); габаритный план с расстановкой мебели; планы устройства и отделки потолков; планы устройства и отделки полов; раскладка плитки по полу, стенам; план электрики, освещения, привязка электрооборудования; план сантехнического оборудования, привязка; колористическое решение, развертки по фасадам стен в цвете; разрезы и узлы сложных техниче-

ских решений; эскизы и чертежи эксклюзивных элементов декора; спецификация объемов чистовых материалов и оборудования. Кроме того, дизайнер предлагает заказчику 3D картинку высокого качества (во всех ракурсах). Как правило, заказчики в нашем регионе не могут оплатить все виды выполняемых работ, что отражается на объеме и качестве выполняемых услуг.

Исследование рынка – это систематический поиск, сбор, анализ и представление данных и сведений, относящихся к конкретной рыночной ситуации, связанной с выявлением потребителей товара.

Рынок является решающим фактором для всех фирм. Большинство инвесторов считают поверхностное изучение рынка одной из главных проблем нового бизнеса.

Под рынком в данном случае понимается совокупность существующих и потенциальных покупателей услуг.

Ежегодно спрос на услуги архитекторов-дизайнеров в Иркутске увеличивается в разы. Это определяется двумя факторами: во-первых, рынок дизайнерских услуг связан со строительным рынком, а поскольку строительный рынок растет, растет и рынок дизайнерских услуг; во-вторых, сегодня все больше потребителей хотят индивидуальности в дизайне, и спрос растет как со стороны частных заказчиков, так и со стороны компаний.

Таблица 1

Структура дизайнерских фирм г. Иркутска по специализации

№ п/п	Виды специализации	Количество форм, шт.	Удельный вес, %
1	Дизайн интерьера	13	13
2	Дизайн интерьера и рекламы	12	12
3	Художественные салоны и дизайн интерьера	7	7
4	Дизайн интерьера, ремонт и отделка помещений, строительство и др. работы	72	68
	<i>Итого</i>	104	100

На местном рынке архитектурных и дизайнерских мастерских работают более 100 компаний. Однако только около половины из них можно назвать стабильно присутствующими на рынке. При этом рынок четко сегментируется (таблица 1).

Фирмы делятся на дизайнерские и архитектурные (дизайн интерьера) (13), дизайнерские (дизайн рекламы и интерьера) (12), дизайнерские и художественные салоны (7). Есть компании, которые оказывают комплекс услуг, включая дизайн интерьера, ремонт и отделку помещений, строительство и др. работы. Таких фирм достаточно много (72). Они пытаются

преуспеть в совершенно разных направлениях на этом рынке.

Среди лидеров в направлении дизайна интерьера выступают «Интерьерный салон Технодизайн», арт-студия «Стиль жизни», студия дизайна «Полетта», дизайн-студия «Аллегория», архитектурная мастерская «Колизей», архитектурно-дизайнерское бюро «Карандаш», студии дизайна интерьеров «D-room», «Master-It», «Creative Home», строительный центр «Аталон», дизайн-студия «Resurs» и др.

На рынке функционируют также фрилансеры («свободные художники»), которые работают сами на себя и не входят в какие-либо фирмы. Они выполняют, как правило, недорогие мелкие проекты.

Таблица 2

*Сегментация рынка дизайнерских услуг*

Профили сегментов		Доходы		
		<i>Низкие</i>	<i>Средние</i>	<i>Высокие</i>
Возраст	<i>Молодая семья</i>	1. Ар-деко, хай-тек, традиционный 2. Доступные цены, предоставление скидок 3. Эконом-класс 4. Клиенты обладают информацией	1. Ар-деко, хай-тек, восточный 2. Гибкое ценообразование, скидки 3. Стандарт-класс 4. Клиенты обладают информацией.	1. Ар-деко, хай-тек, ампи́р, модерн 2. Соответствие цены и качества 3. Элитный 4. Дополнительные услуги в сфере информации
	<i>Средний возраст</i>	1. Традиционный 2. Доступные цены, предоставление скидок 3. Эконом-класс, по заказу 4. Предоставление информации	1. Классический 2. Гибкое ценообразование, скидки 3. Стандарт-класс, по заказу 4. Предоставление информации	1. Английский 2. Соответствие цены и качества 3. Элитный 4. Дополнительные услуги в сфере информации
	<i>Люди преклонного возраста</i>	1. Традиционный 2. Доступные цены, предоставление скидок 3. Эконом-класс 4. Предоставление информации	1. Респектабельный 2. Гибкое ценообразование, скидки 3. Стандарт-класс 4. Дополнительные услуги в сфере информации	1. Рококо, прошлых эпох 2. Соответствие цены и качества 3. Элитный 3D дизайн 4. Дополнительные услуги в сфере информации

Следует также учитывать, что у «свободных художников» есть определенные достоинства, их работа не зависит от установок и стандартов фирм и отличается креативностью и нестандартностью; проекты могут быть исключительно индивидуальными. Но вместе с тем, у этой группы дизайнеров есть свои слабые стороны – у клиентов нет уверенности в профессионализме и ответственности этих людей, нет юридической защищенности.

Как следствие, потребители предпочитают работать с надежными фирмами, несмотря на более высокую стоимость их услуг: юридическая защищенность и гарантии зачастую предпочтительнее необузданного полета фантазии дизайнеров и необычности их проектов.

При создании дизайнерской фирмы следует провести сегментацию рынка и четко определить для нее рыночные сегменты. В таблице 2 представлены возможные профили сегментов для вновь создаваемых фирм.

*Сегментация рынка* – это разбивка рынка на четкие группы покупателей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные продукты и комплекс маркетинга. Сегмент рынка, в данном случае, это группа покупателей, одинаково реагирующих на один и тот же набор покупательских стимулов маркетинга. Сегментация может проводиться по различным признакам.

В таблице 2 проведена сегментация рынка по демографическому признаку: по уровню доходов и возрасту семьи. В описании профилей сегментов использованы следующие признаки: 1 – стиль дизайна интерьера; 2 – ценовая политика; 3 – состав элементов дизайн проекта; 4 – услуги в сфере информации.

Как представляется, при создании дизайнерской фирмы следует учитывать указанные факторы. Наибольшую долю в общем объеме услуг могут составить сегменты «Средний возраст – средние и высокие доходы», «Люди преклонного возраста – высокие доходы». Именно эти сег-

менты могут стать целевыми сегментами рынка для вновь создаваемой фирмы.

Хороший план маркетинга является важнейшим компонентом успеха нового предприятия, поэтому к его составлению следует отнестись серьезно. Предлагаемый комплекс маркетинга для дизайнерских услуг включает ценовую политику, рекламу, стимулирование сбыта и т. д.

Цены и ценовая политика – одни из главных составляющих деятельности любого предприятия, особенно вновь создаваемого. Ценовая политика – это система мер; деятельность руководства предприятия, направленная на установление оптимальных цен на выпускаемую продукцию.

Ценовая политика строится на достижении определенных целей: заинтересованность в максимизации доли на рынке, максимизация прибыли, нейтрализация действия конкурентов, стабильность. При создании новой дизайнерской фирмы следует одновременно предусмотреть все указанные цели ценовой политики.

Как отмечалось, дизайнерская фирма должна создаваться с учетом исследования рынка, т. е. выявления существующих и потенциальных потребителей услуг, сегментации рынка. В рамках общей политики ценообразования решения по ценам увязываются с целевыми сегментами; она предусматривает скоординированную совокупность действий, включающую краткосрочные и долгосрочные цели. В данном случае (дизайнерская фирма) рыночный сегмент, включающий богатых потребителей, будет ожидать высоких цен, а сегмент потребителей с низкими доходами – низких цен. Роль ценообразования в этом случае может проявляться в изменении уровня обслуживания, удобства и качества предоставляемых услуг в зависимости от уровня цен.

Ценовая стратегия базируется на издержках, спросе или конкуренции. В первом случае цены определяются исходя из издержек производства, стоимости обслуживания и накладных расходов, к которым добавляется расчетная прибыль. Во втором случае цена определяется после изучения

спроса потребителей и установления цен, приемлемых для целевого рынка. В третьем случае цены устанавливаются на уровне рыночных, выше или ниже них.

Реализация ценовой стратегии применительно к рассматриваемой фирме предусматривает принятие разнообразных решений, учитывающих ее специфику.

Ценообразование дизайнерских услуг имеет некоторые особенности. Творче-

ский характер разработки дизайн-проектов, индивидуальный перечень элементов дизайн-проекта по каждому заказу предполагают индивидуальный подход к установлению цены по каждому договору. При этом возможно применять гибкое ценообразование, позволяющее менять цены в зависимости от покупательной способности потребителей и их умения торговаться.

Таблица 3

*Цены на дизайнерские услуги в г. Иркутске*

Название фирмы	Цена, руб./м <sup>2</sup>	Состав проекта	Авторский надзор
1. Volk, студия дизайна	500	Стандартный состав; 3D картинка отдельно	Отдельно – до 10000 руб. в месяц
2. Авантаж, дизайн-студия	700	Стандартный состав; плюс 3D картинка	Отдельно
3. Ruki, студия дизайна	700	Стандартный состав; плюс 3D картинка	Отдельно
4. Архиас, бюро архитектуры и дизайна	700	Стандартный состав; плюс 3D картинка	Отдельно
5. Studio Maxim, арт-студия	700-800	Стандартный состав; плюс 3D картинка	Отдельно
6. АрДи, студия архитектуры и дизайна	900	Стандартный состав; плюс 3D картинка	Входит в стоимость
7. Арт-консалт, архитектурное бюро	500	Стандартный состав	Отдельно
	1000	Стандартный состав; плюс подбор материалов и 3D картинка	Входит в стоимость
8. Времена года, дизайн-студия	400	Стандартный состав	Отдельно
	1100	Стандартный состав; плюс подбор материалов и 3D картинка	Входит в стоимость
9. Азалия, строительно-ландшафтная фирма	1000	Стандартный состав; плюс подбор материалов и 3D картинка	Входит в стоимость
10. Контур, дизайн-студия	1500	Стандартный состав; плюс подбор материалов и 3D картинка	Входит в стоимость
11. Резеда, дизайн-студия	2000	Стандартный состав; плюс подбор материалов и 3D картинка	Входит в стоимость

Приспособление цены – это систематическая «настройка» цены, связанная с практической реализацией ценовой стратегии, учитывающая изменения в издержках, конкуренции и спросе. Цены должны использоваться как адаптивный механизм. Приспособление цен происходит через изменение прайсов, наценки, скидки, компенсации и т. п.

Нами исследовано ценообразование в сфере дизайнерских услуг в г. Иркутске.

Было изучено 11 фирм, занимающихся дизайном интерьера квартир. Информация о них представлена в таблице 3. Цены меняются от 500 рублей до 1500 рублей за 1 квадратный метр площади квартиры. Такая разница определяется различными факторами: сроками исполнения, составом дизайн-проекта, послепроектным сопровождением и др. Цена определяет и качество проектирования. Сегодня многие потребители хотят получить наглядное представление о предложениях ди-

зайнеров, и многие фирмы предлагают в составе дизайн-проектов 3D изображения, что сильно увеличивает стоимость работ. Отдельные фирмы делают это за дополнительную плату

Стандартный состав дизайн-проекта включает обмеры, эскизный проект, рабочую документацию.

Мы предлагаем сделать более гибкое ценообразование на дизайнерские услуги. Ввести следующую дифференциацию цен: по виду дизайнерского проекта и по площади квартиры. Вид дизайнерского проекта следует установить как элитный, стандарт-класс и эконом-класс. Площадь квартиры рекомендуется разделить на два уровня: до 100 кв. метров и свыше 100 кв. метров.

Нами предлагается проект установления цен на дизайнерские услуги для вновь создаваемой фирмы (таблица 4).

В предлагаемом проекте указано также возможное снижение цены.

Таблица 4

*Предлагаемые цены на дизайнерские услуги, руб. за кв. м*

Вид дизайн-проекта	Площадь, до 100 кв. м	Площадь, более 100 кв. м	Возможное снижение цены
Элитный	1000	1100	В зависимости от комплектации проекта
Стандарт-класс	600	700	В зависимости от комплектации проекта, гибкое ценообразование
Эконом-класс	300	400	В зависимости от комплектации проекта, предоставление скидок

В разделе «Стимулирование сбыта» нужно определить, как и за счет чего будут привлекаться новые потребители услуг. К средствам стимулирования относятся: распространение образцов, купоны, предложения о возврате денег, премии, конкурсы, зачетные талоны, демонстрация, и т. п. Выбранные элементы должны быть подробно описаны и определены издержки по их реализации.

Производственный план должен содержать описание технологии дизайнер-

ского проектирования и расчет основных экономических показателей фирмы. Вся работа по созданию нового дизайна интерьера коттеджа, дома или квартиры делится на несколько основных этапов: разработка эскизного дизайн-проекта, визуализация дизайн-проекта, создание рабочего проекта, создание проектов инженерных коммуникаций, авторский надзор, декорирование. В этом разделе необходимо представить также расчет следующих плановых показателей: произ-

водственная программа, объемы продаж, потребность в основных фондах, материальных ресурсах, персонале. Здесь проводится также расчет себестоимости дизайнерских услуг [1].

В организационном плане описывается организационно-правовая форма создаваемой фирмы. Это чаще всего – общество с ограниченной ответственностью или акционерное общество. Указываются участники организации, которые вступают с ней в обязательственные отношения. В этом разделе также представляется организационная структура вновь создаваемой дизайнерской фирмы.

Финансовый план представляет особую ценность, поскольку обосновывает потребность новой фирмы в инвестициях и позволяет судить о том, насколько предлагаемый проект приемлем с экономической точки зрения. Финансовый план, как правило, состоит из трех частей: план доходов и расходов, план движения денежных средств и балансировый план. В этом разделе целесообразно провести также анализ безубыточности [2].

Оценка эффективности проекта осуществляется с помощью системы показателей, отражающих соотношение затрат и результатов, связанных с созданием дизайнерской фирмы. Она осуществляется с помощью системы показателей: чистый дисконтированный доход (ЧДД) или интегральный эффект; индекс доходности (ИД); внутренняя норма доходности (ВНД); срок окупаемости; другие показатели, отражающие интересы участников или специфику проекта.

Этап учреждения и регистрации малого предприятия связан с принятием решения о создании фирмы, которое отра-

жается в протоколе учредительного собрания. Далее разрабатывается и утверждается устав. Информация, которая должна быть в нем отражена, берется из соответствующего закона [3, 4]. Малое предприятие считается созданным с момента его государственной регистрации. Регистрацию осуществляют специальные регистрирующие органы по месту создания фирмы. Порядок регистрации определен законом «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» [5].

Успех функционирования вновь созданной дизайнерской фирмы будет зависеть от менеджмента и умения правильно реализовать все положения бизнес-плана.

#### *Литература*

1. Черутова М.И. Организация предпринимательской деятельности. СПб.: Гиорд, 2008. 160 с.
2. Черутова М.И. Финансовый менеджмент. М.: Флинта: МПСИ, 2010. 104 с.
3. Об обществах с ограниченной ответственностью [Электронный ресурс]: федер. закон от 8 февр. 98 г. № 14 - ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
4. Об акционерных обществах [Электронный ресурс]: федер. закон от 26 дек. 1995 г. № 208 - ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
5. О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей [Электронный ресурс]: федер. закон от 8 авг. 2001 г. № 129 - ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».