Министерство образования республики Беларусь

Учреждение образования

«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНФОРМАТИКИ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»

**Институт информационных технологий**

Специальность ПОИТ

**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**

По курсу Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Студент-заочник 3 курса

Группы № 581072

Богданова Кристина Евгеньевна

Тел. +375 (25) 929-99-11

Минск, 2018

Содержание

[1. Конфиденциальность 3](#_Toc503292058)

[2. Резюме 3](#_Toc503292059)

[3. Сроки и основные этапы реализации проекта 4](#_Toc503292060)

[4. Характеристика объекта 5](#_Toc503292061)

[5. План маркетинга 12](#_Toc503292062)

[6. Технико-экономические данные оборудования 24](#_Toc503292063)

[7. Финансовый план 25](#_Toc503292064)

[8. Оценка риска 28](#_Toc503292065)

[9. Финансово-экономическое обоснование инвестиций 28](#_Toc503292066)

[10. Выводы 29](#_Toc503292067)

[Приложения 30](#_Toc503292068)

[Таблица 1. Этапы проекта 30](#_Toc503292069)

[Таблица 3. Технические характеристики компьютерного и факсимильного оборудования 31](#_Toc503292070)

[Таблица 6. Расходы на оплату труда и налоговые отчисления 32](#_Toc503292071)

[Таблица 7. Расходы на реализацию проекта 33](#_Toc503292072)

[Таблица 8. Дисконтированные денежные потоки деятельности Веб-студии 34](#_Toc503292073)

[Таблица 9. Расчет кредита 35](#_Toc503292074)

# 1. Конфиденциальность

Информация и данные, содержащиеся в данном бизнес-плане, являются конфиденциальными и предоставляются при условии, что они не будут переданы третьим лицам без предварительного согласия предприятия-заявителя и разработчика бизнес-плана.

Бизнес-план предназначен для оценки экономической эффективности инвестиционного проекта и использования в качестве коммерческого предложения в процессе проведения переговоров с заинтересованными инвесторами и кредиторами.

Принимая на рассмотрение данный бизнес-план, получатель берет на себя ответственность за соблюдение указанных условий.

Все данные, оценки, планы, предложения и выводы, приведенные в данном документе, касающиеся расходов, объемов реализации, источников финансирования и прибыльности проекта, актуальны при условии форс-мажорных обстоятельств и основываются на согласованных мнениях участников разработки бизнес-плана.

# 2. Резюме

Настоящий проект представляет собой план создания веб-студии «Денебола» с денежным оборотом в 3 года.

Руководитель проекта: Богданова Кристина Евгеньевна

Идея проекта: идея создания веб-студии «Денебола» оборотом в 3 года преследует три цели:

1. Создание высокорентабельного предприятия.

2. Получение прибыли.

3. Удовлетворение потребительского рынка в предоставлении услуг веб-дизайна с целью увеличения денежных оборотов предприятий и производств путем интернет-популяризации или интернет-популяризации творческих возможностей заказчика.

Финансирование проекта: осуществляется путем получения коммерческого кредита в размере 15 490 рублей.

Характер предприятия: предприятие создания продуктов веб-дизайна для создания информационной платформы посредством интернет-ресурсов для ведения торгово-коммерческой, творческой и иной деятельности.

Стоимость проекта: 15 490 рублей. Сроки окупаемости: 1 год. Доход инвестора составит 1 090,75 рублей.

Выплаты процентов по кредиту начинаются с первого месяца реализации данного проекта. Расчет кредита описан в Таблице 9 «Расчет кредита» Приложений.

Возврат заемных средств начинается с первого месяца реализации проекта. Данное обстоятельство введено в данном бизнес плане для упрощения понимания структуры расчета потока дисконтирования и регулирования денежного потока.

Заложенная процентная ставка по заемным средствам 13%. Общая сумма начисленных процентов составит 1 090,75 рублей.

Условный жизненный цикл проекта 3 года. Срок окупаемости с начала реализации проекта 7 месяцев.

Общий экономический эффект от реализации проекта за условный жизненный цикл составляет 665 636 рублей.

# 3. Сроки и основные этапы реализации проекта

Начало реализации проекта начинается после получения кредита.

Окончание через 36 месяцев.

Необходимые для реализации проекта мероприятия описаны в Таблице 1 «Этапы проекта» Приложений.

# 4. Характеристика объекта

В планах организации веб-студии предполагается первоначальное ее размещение на квартире руководителя проекта при минимальном объеме инвестиций, при наличии достаточного объема инвестиций — съем отдельного офиса, находящегося в бизнес центре, крупном торговом центре города, что будет способствовать созданию имиджа компании.

Веб-студия (от англ. Web design) предназначена для проектирования пользовательских веб-интерфейсов для сайтов и веб-приложений. Веб-дизайнеры проектируют логическую структуру веб-страниц, продумывают наиболее удобные решения подачи информации, а также занимаются художественным оформлением веб-проекта. В результате пересечения двух отраслей человеческой деятельности грамотный веб-дизайнер должен быть знаком с последними веб-технологиями и обладать соответствующими художественными качествами.

К созданию и реализации в веб-студии предполагаются веб-сайты.

Веб-сайт — это страница или совокупность страниц, объединенных одним адресом, выполненных в формате HTML документа или с использованием других технологий, доступных пользователю посредством сети Internet. Веб-сайт — это не просто полная информация о фирме, ее сфере деятельности и контактах — это возможность решения различных маркетинговых и коммерческих задач Вашего бизнеса. Профессионально разработанный сайт может служить как высокоэффективным инструментом ведения бизнеса, так и информационным или имиджевым ресурсом, рассказывающим о деятельности фирмы. В зависимости от целей, сайты условно можно разделить на несколько категорий, определим их как «виды сайтов».

Виды сайтов:

– Сайт-визитка;

– Промо-сайт;

– Корпоративный сайт;

– Интернет-каталог;

– Интернет-магазин;

– Система управления предприятием;

– Информационный портал.

Сайт-визитка — это небольшой сайт, представляющий лицо компании в сети, содержащий основную информацию о владельце, виды деятельности, история, прайс-лист, контактные данные, реквизиты, схема проезда. Тексты имеют определяющее значение для подобных ресурсов. На сайтах-визитках могут быть размещены простейшие формы взаимодействия с посетителями (например, форма для отправки сообщений или гостевая книга).

– до 5-ти HTML-страниц;

– стиль — сдержанный деловой;

– дизайн — индивидуальный, с учетом фирменного стиля заказчика;

– система управления контентом (CMS) не требуется.

Промо-сайт, или рекламный сайт — интернет ресурс, рекламирующий отдельный продукт, услугу (узкий спектр продуктов или услуг), web-сайты посвященные разовым событиям и акциям (выставка, конференция, праздник, концерт) либо продвигающие бренд. Основные составляющие — рекламная информация об объекте рекламы, различные визуальные приемы удержания фокуса посетителя на объекте, описание преимуществ, актуальность информации. Рекламные тексты высокого качества, текстовые маркетинговые элементы и лаконичность имеют важное значение для промо-ресурсов. Такие сайты напоминают рекламные ролики, в частности, это достигается за счет Flash-анимации.

Жизненный срок промо-сайтов ограничен, но его требуется насытить максимально ярко и эффективно. Основные параметры выполнения промо-сайта:

– от 5-ти до 10 HTML-страниц;

– стиль — яркий, красочный, запоминающийся;

– дизайн — индивидуальный, с учетом требований заказчика;

– использование Flash-анимации;

– система управления контентом не требуется;

Корпоративный сайт — это полнофункциональный web-сайт, являющийся эффективным инструментом для привлечения и обслуживания клиентов. Максимально полная информация о компании, о реализуемых ей товарах (услугах), прайс-листы, схемы взаимодействия с потенциальными клиентами, формы общения посетителей и персонала компании, оптимизация ресурса под поисковые системы. Специально разработанная навигация для корпоративного сайта позволяет посетителю сайта быстро найти любую интересующую его информацию, заказать товар или услугу, заполнив бланк заказа. Корпоративный сайт может стать основным средством привлечения новых и удержания существующих клиентов.

Для управления разделами сайта, такими как новости, каталог, информационные блоки, статьи, графика и другими разрабатывается система управления сайтом, что позволят владельцу веб-сайта управлять текстовым и графическим наполнением ресурса. Интерфейс CMS программы легкий и интуитивно понятный, не требует специальной подготовки и особых знаний пользователя.

Корпоративный сайт также необходим для размещения информации о своих продуктах и услугах, если компания хочет добиться определенных целей в Интернете:

– построить свой виртуальный бизнес или поддержать свой традиционный;

– предоставить клиентам специфическую техническую информацию;

– увеличить сбыт, сократить торговый персонал или повысить его эффективность;

– предложить клиентам альтернативный канал покупки товара или распространения информации;

– разработать программу управления взаимоотношениями с клиентами;

– привлечь новый сегмент потребителей;

– выйти на мировой рынок;

– повысить уровень осведомленности о бренде и уровень его признания.

Основные технические параметры создания корпоративного сайта:

– от 15-ти до 50 HTML-страниц;

– стиль — сдержанный, деловой;

– дизайн — авторский, индивидуальный, с учетом фирменного стиля заказчика;

– поисковая оптимизация сайта;

– система управления сайтом (CMS).

Интернет-каталог представляет собой корпоративный веб-сайт фирмы, предлагающей большой ассортимент товаров. Предусматривает специальное программное обеспечение для добавления и удаления товаров в рубрики и подрубрики, быстрого создания разветвленной структуры товарных категорий, удобного ввода описания и изображения товаров. Сайт содержит презентации, подробную документацию, технические и потребительские данные, отзывы экспертов, цены на товары и услуги. Посетители заказывают товары с помощью электронной формы «заказа» — обратной связи. Возможно дальнейшее развития и трансформация интернет-каталога в интернет-магазин.

Основные параметры создания интернет-каталога:

– от 10-ти до 500 HTML-страниц;

– стиль — сдержанный, деловой; яркий, запоминающийся (определяет специфика товаров, услуг);

– дизайн — индивидуальный, с учетом фирменного стиля заказчика;

– поисковая оптимизация сайта, ориентированная под номенклатуру товаров, услуг;

– система управления сайтом (CMS).

Интернет-магазины предназначены для продажи товаров или услуг через Интернет. В отличие от интернет-каталога, такие сайты содержат функции заказа и оплаты товаров через Интернет, а также работы с корзиной покупок. Используются различные системы расчетов: от пересылки товаров наложенным платежом или автоматической пересылки счета по факсу, до расчетов с помощью пластиковых карт.

Подробная текстовая информация о товарах, а также тематические статьи на сайте, оказывают положительное влияние на посетителей и побуждают к покупке. Часто на главную страницу выносятся новинки товаров, самые популярные продукты, специальные предложения. Является полной аналогией обычного магазина, но имеет ряд преимуществ:

– большой охват аудитории;

– снижение затрат на содержание магазина;

– удобство в поиске товаров;

– простота в изменении ассортимента в каталоге товаров;

– обработка заказов занимает меньше времени;

– уведомление о новом заказе администратор получает на e-mail;

– от 100-ти до 1000 HTML-страниц;

– стиль — виртуальный торговый зал;

– дизайн — индивидуальный, с учетом фирменного стиля заказчика;

– поисковая оптимизация сайта, ориентированная под номенклатуру товаров, услуг;

– система управления сайтом (CMS).

Сайт с интегрированной корпоративной информационной системой предприятия. Назначение такого сайта — представить компанию в Интернете, сервис и поддержка клиентов, оказание информационных услуг, ведение бухгалтерии, учет товара, услуг, заказов, действий пользователей через веб-ресурс.

Посетители ресурса — случайные посетители, целевая аудитория, сотрудники компании. Как правило, компании не афишируют наличие такой встроенной системы управления на сайте.

– от 100 HTML-страниц;

– стиль — строгий, официальный;

– дизайн — индивидуальный, с учетом фирменного стиля заказчика;

– система управления сайтом (CMS).

Для ресурсов типа информационного портала характерно большое количество информационных материалов, такие как новости, аналитические статьи, репортажи, интервью, комментарии, обзоры и так далее, по тематике сайта. Материалы регулярно обновляются, имеется удобная навигация и поиск, дополнительные сервисы, интерактивные формы: форум, чат, обсуждения, анкеты, опросники, голосования и др.

Сайт такого типа представляет собой сетевое издание, информационное агентство или интернет-представительство off-лайнового СМИ, таких как печатное издание, телевизионные каналы и радиостанций и т. д.

Для информационного портала устанавливается система управления контентом — CMS, обеспечивающая возможность добавления и редактирования информации большим числом пользователей. Основные характеристики данного интернет ресурса:

– от 100 HTML-страниц;

– стиль — строгий, официальный;

– дизайн — индивидуальный, авторский; с учетом фирменного стиля заказчика;

– система управления сайтом (CMS).

В настоящее время услуги веб-дизайна предоставляют как специальные компании, так и частные лица — фрилансеры веб-дизайнеры или веб-мастера. Веб-дизайнер — сравнительно молодая профессия, и профессиональное образование в области веб-дизайна в Беларуси пока не распространено. В связи с увеличением спроса на услуги интернета, растет и спрос на дизайн сайтов, увеличивается количество веб-дизайнеров и таковым может работать человек, совершенно не связанный с дизайнерским образованием.

В настоящее время под термином веб-дизайн понимают именно проектирование структуры веб-ресурса, обеспечение удобства пользования ресурсом для пользователей. Немаловажной частью проектирования ресурса в последнее время стало приведение ресурса в соответствие стандартам W3C, что обеспечивает доступность содержания для людей с ограниченными физическими возможностями и пользователей портативных устройств Х, а также кроссплатформенность верстки ресурса. Также непосредственно с дизайном сайтов связаны маркетинг в интернете (интернет-маркетинг), то есть, продвижение и реклама созданного ресурса, поисковая оптимизация. Таким образом, визуальными средствами решаются самые разнообразные задачи, такие как, повышение продаж, укрепление доверия, создание определенного имиджа и другие.

# 5. План маркетинга

В то время, как экономика государств и целых континентов находится в рецессии, в интернете наблюдается бурный экономический рост. Только в сфере контекстной рекламы обороты увеличились за прошедший год более чем на 45%.

В такой ситуации идея создания веб-студии выглядит весьма перспективным предприятием. Интернет-маркетологи прогнозируют устойчивый рост потребности в услугах по созданию, продвижению и обслуживанию веб-проектов.

Сегодня представительство в Интернете – это чрезвычайно эффективный инструмент в конкурентной борьбе. «Если вас нет в Интернете, вас нет в бизнесе», — сказал Билл Гейтс и оказался прав. Любая нацеленная на успех компания сегодня неизбежно приходит к необходимости создания собственного сайта, который бы не только информировал деловое сообщество ее присутствии на рынке и формировал позитивное отношение к ее предложениям, но и давал информацию о степени интереса потенциальных клиентов к конкретным товарам и услугам.

В Америке первый шаг для любой компании до ее выхода на рынок – это создание своего представительства в Сети.

В Беларуси зачастую наблюдаются противоположная ситуация – компании задумываются о создании электронной версии только после своего открытия. Многие отечественные руководители по-прежнему недооценивают возможности коммерческого сектора Интернета и зачастую рассматривают разработку собственного сайта как модный тренд – «у конкурентов есть, значит и у нас должен быть». А ведь для современного бизнеса создать сайт – это все равно, что построить новый магазин или открыть ещё один офис компании, только виртуальный.

С течением времени белорусские заказчики все же становятся более образованными. Многие из них уже активно используют услуги широкополосного доступа, и в ближайшем будущем количество интернет-пользователей в Беларуси должно вырасти.

По данным проведённого ООН исследования по состоянию на 2006 год доступом в Интернет обладало 5 477 500 пользователей или 56,5% населения страны. Это довольно высокий показатель (22 место в мире) и самый высокий показатель в Восточной Европе (наряду с Эстонией у которой также 56,5%). На август 2011 года белорусская интернет-аудитория увеличилась (по сравнению с июнем 2009 года) на 31,1%.

Ранее клиенты веб-студий имели очень слабое представление о том, как работает Интернет. Сейчас же, благодаря проведению семинаров и широкому освещению этой тематики в печатных изданиях, все больше руководителей обращают внимание на Всемирную паутину. Кризис повлиял на бизнес и, соответственно, на рыночные решения. Руководители отечественных компаний уже задумываются о целесообразности расходования средств на зачастую дорогую и малоэффективную рекламу на телевидении и радио. И перераспределяют бюджет в пользу других инструментов продвижения своих продуктов, например, таких как Интернет.

Важность собственного представительства в Сети была отмечена и руководством страны. 1 февраля 2010 года Президент Беларуси подписал Указ № 60 «О мерах по совершенствованию использования национального сегмента сети Интернет». Он обязывает госорганы и предприятия с преобладающей долей государства в уставных фондах размещать информацию о своей деятельности на официальных сайтах, а также обеспечивать их эффективное функционирование и систематическое обновление. Масштаб предстоящий работы впечатляет. Ведь иметь свой сайт теперь обязаны не только предприятия-производители либо экспортеры, но и школы, районные поликлиники, организации культуры и спорта.

На фоне растущего рынка становится очевидным, что услуги по разработке сайтов будут пользоваться стабильным спросом. В Беларуси сегодня работают порядка 100 web-студий. Некоторые из них специализируются на разработке промо-сайтов и имиджевых проектов, другие — предлагают разработку корпоративных ресурсов. Несмотря на то, что для нашей небольшой страны количество таких компаний довольно велико, непосредственно созданием сайтов из них занимаются единицы. Подавляющее же большинство отечественных компаний предлагают услуги по продвижению либо иные маркетинговые услуги.

Таким образом, при грамотном маркетинге, качественных услугах и наличии профессиональных сотрудников компания-новичок также вполне может завоевать свое место на рынке.

Открытая экономика, а это в особенности близко интернету, подразумевает соответствующую отчетность и, разумеется, оценку того или иного рынка. Белорусская экономика авторитарна и не подлежит оценке по международным стандартам. Пару лет назад по предприятиям толком не велась статистика по количеству компьютеров, поэтому трудно оценить и рынок веб-разботок.

К сожалению, точно оценить объем рынка веб-разработок в Беларуси довольно сложно, поскольку никто из игроков рынка не публикует и вряд ли будет публиковать в ближайшем будущем свои финансовые показатели. Вероятно, можно приблизительно посчитать количество запускаемых веб-сайтов в месяц и помножить на среднюю стоимость разработки (от студии к студии цифра может отличаться на порядок), прибавить бюджеты всех рекламных кампаний. Все остальное, включая стоимость поддержки сайтов, а также западные и российские заказы, посчитать очень проблематично.

Чтобы провести оценку рынка веб-разработки в Беларуси на данный момент есть несколько способов. Во-первых, только ориентировочно из практического опыта, скорее всего, путем экспертного опроса, причем на основании косвенных вопросов. Во-вторых, если говорить о белорусских заказах, то это заказы, в среднем, от 100 до 700 у.е. Конечно, встречаются единичные на тысячи долларов, но это, скорее, исключение из общей массы. Если решить, что речь идет о студиях веб-дизайна, а их около 100, которые, в основном, малочисленные и могут сделать не более 3-5 разработок по 500 у.е. в месяц, вот и получаем. Весь рынок — 5 х 500 х 100 х 12 = 3 000 000 у.е. в год. В-третьих, есть несколько крупных игроков на рынке (IBA и др.), которые ориентированы на Россию, а если быть точным, то на Европу и далее. Тем не менее, общий оборот примерно сопоставим с приведенной цифрой. В любом случае оценка очень приблизительная.

Еще один способ примерно оценить белорусский рынок веб-разработки: взять за основу данные, которые различные источники приводит для России, так как наши рынки очень похожи. Экстраполируя российские данные и сопоставляя с их белорусскими аналогами, можно получить приблизительную картину и на ее основе выстраивать маркетинговое планирование.

Именно так и будем проводить исследование рынка. Данные, используемые для оценки рынка, получены компанией CMS Magazine. Все цены указаны в российских рублях.

Средняя стоимость разработки промо-сайтов и посадочных страниц в 2016 году составила 76 051 рублей, корпоративных сайтов — 148 422 рубля, интернет-магазинов — 175 097 рублей, порталов и сервисов — 543 611 рублей.



Рисунок 1 — Средняя стоимость разработки разных типов сайтов в России на 2016 г.

52,2% из числа всех запущенных студиями в 2016 году представляли собой корпоративные сайты, 25,6% — интернет-магазины, 14,5% — промо-сайты, 7,7% — порталы/сервисы.

Наиболее яркий показатель, иллюстрирующий отрасль — оборот веб-студий. Среднестатистический оборот всех зафиксированных в базе CMS Magazine студий составил 19 875 539 рублей.

При этом, по Москве данный показатель составил 38 766 500 рублей, по регионам России — 14 590 162 рубля, в странах СНГ — 9 316 145 рублей.



Рисунок 2 — Средние обороты веб-студий в зависимости от географического расположения (Москва, регионы России, СНГ)

Деятельность, приносящая основную прибыль веб-студиям: 79,1% — выбрали вариант «Разработка новых сайтов», 50,9% — отметили техподдержку и развитие существующих сайтов, 35,5% — SEO, 8,7% — собственные интернет-проекты, 8,4% — агентские продажи медийной и контекстной рекламы, 7,7% — консалтинг, 7% — разработку мобильных приложений, 7% — SMM.



Рисунок 3 — Наиболее прибыльные услуги для веб-студий

22% компаний, специализирующихся на веб-разработке, также предоставляют услуги по поисковому продвижению, 4,3% — по мобильной разработке, 4% — по размещению контекстной рекламы.

Основные акценты и выводы.

По целому ряду причин рынок заказной веб-разработки, пусть пока и не очень ощутимо, но сжимается. Так, за четыре года, по данным CMS Magazine, он сократился примерно на 1 млрд рублей, а в реальном выражении (то есть с учетом инфляции) — еще больше. Среди основных причин можно особо выделить следующие:

– Общая экономическая ситуация;

– Расширение возможностей коробочных CMS и, как следствие, уменьшение объема программирования в типовых проектах;

– Снижение спроса на заказную разработку небольших сайтов в пользу SaaS и расширенного функционала соцсетей;

– Увеличение количества компаний, предпочитающую внутреннюю разработку.

Несмотря на всеобщее воодушевление, пока не приходится ожидать резкого вытеснения интернет-магазинами других типов сайтов.

Средний годовой оборот столичных веб-студий составляет 38 млн рублей, региональных — 14,5 млн, студий из стран СНГ — 9,3 млн. И большинство игроков рынка при этом прогнозируют существенный рост собственных показателей.

Все чаще студии задумываются о диверсификации бизнеса и предоставлении своим клиентам новых услуг. Собственно, это одна из самых эффективных бизнес-стратегий по выживанию в сложных экономических условиях. При этом самым востребованным дополнительным направлением является SEO.

Вторым эффективным способом конкурентной борьбы и оптимизации внутренних затрат является специализация студий на конкретных отраслях деятельности (медицина, образование, товары для дома, спорт и т.д.) и типах сайтов (порталы, сервисы, интернет-магазины и т.д.).

Более половины (51,3%) респондентов выразили желание открыть собственные коммерческие проекты (интернет-магазины, сервисы и т.д.) уже в 2017 году. Это косвенно подчеркивает волнения студий по поводу экономической нестабильности, а также о желании потихоньку уходить в более технологичные и трендовые направления.

Среднестатистический оборот всех опрошенных веб-студий составил 19 млн рублей за 2016 год. При этом планируется, по итогам 2017 года тот же показатель достигнет 29 млн рублей. То есть, участники рынка в среднем ожидают, что их оборот вырастет на 53%.

Впрочем, примерно такой же уровень оптимизма сохраняется последние пять лет: каждый год студии ожидают роста в 45-50%.

Закрывая эту тему, хотелось бы обратить мнение на несколько показательных цифр и тенденций:

– большинство веб-студий планируют повышение цен на разработку;

– большинство веб-студий ожидают повышение спроса на свои заказы от компаний, оказывающих b2b-услуги, а также заказчиков, ориентированных на потребительский сектор (41,8%) и b2c услуги (37,6%);

– меньше всего студии верят в заказы, исходящие от таких отраслей как: транспорт, нефть/газ, машиностроение, энергетика и металлургия;

– помимо разработки сайтов с нуля и их техподержки, студии ожидают рост интереса заказчиков к SEO, SMM и мобильной разработке;

– несмотря на то, что 63,2% ждут всплеска заказов на разработку сайтов «под ключ», относиться к таким прогнозам стоит очень осторожно. С высокой степенью вероятности количество запросов на сайт с нуля не увеличится по отношению к 2015 и 2016 годам;

– с учетом закрепляющихся трендов, скорее можно ждать возрастание спроса на доработку уже существующих сайтов или их техподдержку;

– в качестве одной из важных услуг студии выбрали SEO. Из-за изменений в алгоритмах популярных поисковиков это становится не прихотью, а необходимостью для многих студий. Для последующего успешного продвижения сайтов, необходимо обращать особое внимание на поведенческие факторы еще на этапе планирования, не говоря уже о проработке дизайна и веб-разработке. Многие клиенты понимают это и стараются избавится от посредников, которые будут заниматься SEO уже после сдачи проекта веб-подрядчиком. И такой подход, несомненно, будет получать все большее распространение: ведь это не только снижение рисков, но и экономия времени.

При сложившейся ситуации необходимо, чтобы у потребителя было сформирована в сознании уверенность того, что именно Веб-студия является единственным и наиболее выгодным решением проблемы создания веб-продукта. И не возникало желания создавать сайт своими усилиями, основываясь на временном и финансовом факторах. Для этого необходимо проведение мероприятий по формированию потребительского мнения.

Рынок веб-дизайна в Беларуси многоликий - есть известные студии, которые афишируют свои работы, продвигаются, а есть команды, про которые вообще никто не знает, но они, тем не менее, существуют. Есть и многочисленная армия студентов и начинающих мастеров, количество которых оценить вообще очень сложно. Также нельзя сбрасывать со счетов офшорные работы.

Можно попытаться провести эмпирическую оценку, разделив рынок на сегменты и оценив каждый из них в отдельности:

1) Крупные студии. Их месячный оборот составляет от 10 до 20 тыс. долл. Средняя стоимость проекта колеблется в районе 2-4 тыс. на внутренний рынок, 5-7 тыс. - на Россию, и от 10 тыс. - на дальнее зарубежье;

2) Студии среднего уровня - цены на внутренний рынок от 700 до 1500 за проект, оборот за месяц 1500-3000 тыс. Офшорных работ мало либо нет совсем, объемы небольшие;

3) Мелкие студии. Работы до 500 долл. Оборот нерегулярный. Офшора нет совсем;

4) Студенты, разработчики-одиночки, случайные люди. Деньги маленькие, 50-300 долларов. Регулярных оборотов нет;

5) Компании (группы разработчиков), работающие принципиально для зарубежья. Оценить сложно, так как нет даже приблизительной информации об их количестве, оборотах и т.д.

Естественно, обратиться в мелкую компанию или к разработчику-одиночке будет не самым удачным решением: с одной стороны, заплатить, конечно, нужно будет меньше, но, с другой, и заданного качества результата ждать не придется. Профессионализм любой веб-студии зависит от следующих параметров:

– опыта работы исполнителей;

– количества реализованных проектов;

– статуса ранее разработанных сайтов;

– уровня удовлетворенности заказчиков.

– применяемых в работе технологий, техники и инструментов.

Таблица 2 — Рейтинг лучших веб-студий и интернет-агентств Байнета по версии сайта «Рейтинг интернет-компаний Беларуси» (ratingbynet.by).

| **Место** | **Компания** | **Год основания** | **Баллы** | **Наград** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Студия Борового | 2003 | 95,8 балл(ов) | 5 |
| 2 | Новый Сайт | 2002 | 91,4 балл(ов) | 3 |
| 3 | SKY INCOM | 2002 | 62,9 балл(ов) | 1 |
| 3 | LOVATA | 2008 | 62,0 балл(ов) | 4 |
| 3 | Astronim\*Support | 2000 | 61,6 балл(ов) | 4 |
| 4 | RichBrains | 2011 | 54 балл(ов) | 0 |
| 5 | Flex Media | 2010 | 52,4 балл(ов) | 9 |
| 6 | Nineseven | 2009 | 47,1 балл(ов) | 1 |
| 7 | Abiatec | 2008 | 37,4 балл(ов) | 1 |
| 8 | Иквадарт | 2004 | 35,6 балл(ов) | 3 |
| 9 | Медиа Лайн | 2006 | 34,2 балл(ов) | 0 |
| 10 | ArtisMedia | 2001 | 32,3 балл(ов) | 0 |
| 11 | Lepshey | 2006 | 31,0 балл(ов) | 0 |
| 12 | ITMedia | 2006 | 28,8 балл(ов) | 0 |
| 12 | Таникс | 2005 | 28,6 балл(ов) | 1 |
| 13 | Ariol | 2010 | 27,1 балл(ов) | 3 |
| 14 | Egorov Agency | 2014 | 22,6 балл(ов) | 0 |
| 14 | Seologic | 2011 | 21,7 балл(ов) | 1 |
| 15 | 5media | 2015 | 20,5 балл(ов) | 4 |
| 15 | Xameleon | 2011 | 20,1 балл(ов) | 0 |

Многие компании, действующие на рынке, не имеют даже малейшего представления, что веб-дизайн — уже развитая наука со своими закономерностями, принципами и требованиями. Здесь необходимо знать не только азы маркетинга, что является обязательным теоретическим направлением подготовки, но и разбираться в программировании, психологии пользователей и т.д.

Преимущество в привлечении клиентов получают разработчики с выраженной специализацией: по типу проектов, уровню сложности или работе с авторитетными компаниями. Именно прошлый опыт, положительные отзывы и присутствие авторских ссылок на успешные веб-сайты, согласно все тому же исследованию, ложатся в основу выбора. Но все же не следует бездумно обращаться к ретроспективе. Необходимо изучить текущее положение компании в конкурентной среде, способность развивать бизнес клиента, ориентируясь на стратегию, четко видеть конечную цель. Одним из ключевых инструментов для выбора подрядчика для разработки и продвижения проектов в digital-среде является независимый рейтинг. Это структурированный и удобный для восприятия список агентств, которые следят за собственными PR и маркетингом. При этом отношение к рейтингам среди разработчиков и авторитетных экспертов весьма неоднозначное.

Анализируя ситуацию, сложившуюся на рынке Веб-студий необходимо отметить следующее. Количество участников рынка Веб-студийных услуг увеличилось, увеличился объем потенциальных потребителей, поскольку рынок в Беларуси еще недостаточно оформился, но существует в системе постоянного увеличения участников. На данный момент на рынке складывается довольно благоприятная ситуация — его объем растет, средняя цена проектов увеличивается, спрос со стороны заказчиков достаточно велик. Однако, учитывая бурный рост общего числа пользователей Байнета, это неудивительно и вполне закономерно. На рынке действует небольшое число компаний (около 100), большая часть из которых состоит из 3-4 человек и работает в низком ценовом диапазоне. Разработка сайтов — один из самых популярных и распространенных видов бизнеса среди технически грамотной молодежи. Деятельность подобных компаний абсолютно непрозрачна и с большим трудом поддается какому-либо учету. Большая сложность количественной оценки любых параметров рынка — основная причина полного отсутствия какой-либо аналитической информации, при том, что на «соседнем» рынке Интернет-рекламы ситуация гораздо прозрачнее.

До сих пор рынок находится в промежуточной стадии. Он уже не «дикий», но и далеко не цивилизованный. Большинство крупных заказчиков и компаний, для которых Интернет действительно важен, сориентировались в ситуации и работают с лидерами рынка, но при этом огромное число средних и мелких компаний-заказчиков по-прежнему обращаются в малые веб-студии или к фрилансерам.

Необходимо также обязательно провести комплекс мероприятий по формированию потребительского мнения, поскольку в сознании граждан в большинстве случаев веб-дизайн связан с чем-то непонятным, бесцельным и дорогостоящим. Необходимы следующие мероприятия:

– реклама в общественных местах, преимущественно, где потребители совершают коммунальные, платежи за пользование телефонной связью и иные платежи;

– реклама на телевидении;

– реклама в интернете;

– участие в рекламных акциях и благотворительных акциях.

Комплекс мероприятий необходимо варьировать в зависимости от ситуации. Главнейшим источником заказов у веб-студий остаются рекомендации удовлетворенных клиентов, обходя в относительном рейтинге важности все остальные инструменты. При проведении благотворительных мероприятий необходимо обязательно проводить рекламу на телевидении в связи с тем, что веб-дизайн сам по себе является очень красивым и зрелищным и предполагает показ визуального ряда.

Итак, бизнес, основанный на создании Веб-студии перспективен, несмотря на ужесточившиеся условия деятельности на рынке. Число граждан, предпринимателей, желающих открыть свой бизнес, проявить свои творческие способности, а также промышленных предприятий, посредством интернета постоянно растет. Актуальности данной тенденции в настоящее время придает экономический кризис. В Веб-студия стали обращаться чаще, несмотря на высокие цены — эта услуга позволяет достаточно быстро выйти на рынок реализации продукции и занять свою нишу при продвижении продуктов, товаров, услуг.

# 6. Технико-экономические данные оборудования

Основным оборудованием веб-студии «Денебола» является компьютерное оборудование, состоящее из настольного компьютера, модема, сканера, принтера. Компьютерное оборудование должно отвечать требованиям программного обеспечения, необходимого для выполнения работ веб-дизайна, а также вести работу в интернете с целью проверки работы созданных сайтов в режиме работы заказчиков, таких как корпоративные сайты или порталы.

Примерные характеристики приобретаемого для веб-студии оборудования представлены в Таблице 3 Приложений.

Для технического обеспечения работы веб-студии необходимо приобрести программное обеспечение следующих видов:

– системное, или общее ПО;

– пакеты прикладных программ (Adobe Creative Cloud и более сложные программы в зависимости от степени сложности заказов).

Наиболее важно проработать выбор покупки программного обеспечения, для того, чтобы приобрести соответствующее оборудование.

Также для работы веб-сайта необходимо подключение к интернету и безлимитный трафик, а также предполагается покупка лицензионного программного обеспечения, включающего в себя бесплатное обновление. Подключение должно быть таким, чтобы работа веб-студии «Денебола» была бесперебойной. Также для безопасности работы необходимо приобрести стабилизатор питания.

Техническая оснащенность веб-студии должна соответствовать качеству продукции предприятия, что будет способствовать формированию ее репутации и заложенной в маркетинговую политику предприятия стратегии долгосрочных инвестиционных вложений. Именно поэтому предприятие необходимо снабдить высокоэффективным, надежным оборудованием, способным обезопасить данный вид бизнеса от негативного влияния внешней среды. Необходимо отметить, что технические характеристики создания веб-студии достаточно скромны и могут увеличиться во второй год существования в связи с расширением штата, вследствие увеличения объема заказов.

# 7. Финансовый план

Таблица 4 — Основные уплачиваемые налоги

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **База** | **Период** | **Ставка** |
| Налог на прибыль | Прибыль | Месяц | 18% |
| НДС | Добавленная стоимость | Месяц | 20% |
| Налог на имущество | Стоимость имущества | Согласно установленному графику платежей | 1% |
| Подходный налог | Фонд оплаты труда | месяц | 16% |
| Социальные выплаты | Фонд оплаты труда | месяц | 35% (29% - пенсионное страхование, 6% - социальное страхование) |

Прогнозируемая структура доходов.

Прогноз продаж 2018-2020 годов основан на:

– анализе спроса потребителей продуктов веб-студий;

– анализе рынка предоставления услуг веб-студий;

– на общих выводах о состоянии рынка предоставляемых услуг.

При составлении программы реализации услуг веб-студии «Денебола» будет рассматриваться самый низкий порог рентабельного количества приобретения услуг веб-студии.

Таблица 5 — План объемов предоставления услуг расчетного периода

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Период** | **Наименование вида услуги** | **Объем предоставленной услуги в месяц** | **Цена** | **Выручка от реализации** |
| 1 год | Создание сайтов-визиток, промо-сайтов, интернет-магазинов | 8 | От 400 бел. руб. | 3200 бел. руб. |
| 1 год | Создание систем управления предприятием, информационных порталов, корпоративных сайтов | 4 | От 4000 бел. руб. | 16000 бел. руб. |
| 2 год | Создание сайтов-визиток, промо-сайтов, интернет-магазинов | 10 | От 500 бел. руб. | 5000 бел. руб. |
| 2 год | Создание систем управления предприятием, информационных порталов, корпоративных сайтов | 5 | От 5000 бел. руб. | 25000 бел. руб. |
| 3 год | Создание сайтов-визиток, промо-сайтов, интернет-магазинов | 12 | От 600 бел. руб. | 7200 бел. руб. |
| 3 год | Создание систем управления предприятием, информационных порталов, корпоративных сайтов | 6 | От 6000 бел. руб. | 36000 бел. руб. |

Учитывая данные роста объемов продаж, произведен расчет дисконтированных потоков выручки, выплаты кредита, расходов на деятельность предприятия представленный в Таблице 8 Приложений.

Данные по расходам предприятия представлены в таблице 7 Приложений. Поскольку предприятие преследует цель преодолеть барьеры вхождения на рынок, а именно максимально увеличить прибыль посредством предоставления высококачественных услуг веб-дизайна, то приобретать необходимо высококачественное оборудование, которое и составляет основную, наряду с оплатой труда, расходную часть проекта. Также при анализе расходов учтен спектр предоставляемых услуг предприятия. К приобретению запланированы высокотехнологичное компьютерное оборудование, модем, открыт счет в банке, а также все оборудование будет снабжено стабилизатором напряжения для соблюдения сохранения информации клиентам работы компьютерной системы.

Также на предприятии предусматривается привлечение высококвалифицированной рабочей силы спустя год работы Веб-студии, что увеличит объем заказов, для чего будет применен конкурс на вакантные места и претенденты будут отбираться в течение месяца. Средние показатели заработных плат на рынке продемонстрировали отчетливую тенденцию к росту — рынок постепенно возвращается к вопросу кадровой конкуренции. Планируемый фонд оплаты труда, количество участников трудового коллектива, а также суммы отчислений налогов представлены в Таблице 6 Приложений.

Все расходы предприятия, представленные в Таблице 7 Приложений, окупятся в течение полугода.

# 8. Оценка риска

Риски при ведении данного вида бизнеса состоят в следующем:

– рост компетентности заказчика;

– интеграция сайтов в общую IT-инфраструктуру компаний;

– использование сторонних CMS-систем;

– уплотнение рынка;

– диверсификация бизнеса крупных компаний;

– рост числа компаний-субподрядчиков, работающих с клиентом через веб-студии;

– увеличение количества средних и крупных студий в регионах.

# 9. Финансово-экономическое обоснование инвестиций

Для реализации проекта предприятию необходимо взять кредит в размере 15 490 рублей на 12 расчетных месяцев с нормой дисконта 13%.

При расчете выяснилось, что точка безубыточности предприятия начинается с 7-го расчетного месяца. В этот период первая сумма прибыли составит 153 600 рублей. Это связано с предоплатой за первые заказы и полученной в связи с этим возможностью с первого месяца инвестирования оплатить и банковский кредит, и иные расходы, необходимые для ведения проекта.

По истечении периода кредитования сумма прибыли составит 80 400 руб. При этом прибыль банка составит 1 090,75 рублей. за 12 расчетных периода.

Ежемесячные выплаты расходов составили в первые 12 расчетных периодов 12 068,58 рублей, что связано с наймом персонала и расходами на оплату труда.

Прибыль проекта составила: 665 636 рублей.

Расчет дисконтированных потоков денежных средств предприятия представлен в таблице 8 Приложений.

# 10. Выводы

Проведенное исследование показало, что такой вид бизнеса, как веб-студия является прибыльным и перспективным. Одно из главных условий его функционирования является формирование репутации посредством производства высококачественной продукции и проработки документации приема и сдачи изготовленной продукции, что сформирует основной контингент потребителей и привлекают созданным впечатление дополнительных клиентов. Открытие веб-студии и ее развитие потребует от руководителя проекта сознания того, что данный вид бизнеса требует тщательной проработки, капитальных вложений и четкого регулирования работы установленного количества работников. Если руководитель проекта понимает, и берет на себя ответственность за создание репутации предприятия подобного характера, то веб-студия будет приносить прибыль и выполнять свою непосредственную задачу в течение того времени, которое сам руководитель захочет, чтобы оно существовало, поскольку входные барьеры в отрасль очень низкие.

# Приложения

### Таблица 1. Этапы проекта

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Этапы проекта** | **Условия выполнения** | **Сроки выполнения** |
| Заключение инвестиционного договора | 1 месяц проекта | 1-30 банковских дней |
| Внесение в госреестр, регистрация, постановка на учет в административных и налоговых органах | Заключение инвестиционного договора | 1-30 календарных дней |
| Покупка компьютерного оборудования | Заключение инвестиционного договора | 1 календарный день |
| Покупка лицензионного программного обеспечения | Заключение инвестиционного договора | 1 календарный день |
| Подключение Интеренета | Заключение инвестиционного договора | 5-30 календарных дней |
| Оплата создания сайта, регистрации домена и т.д. | Заключение инвестиционного договора | 2-30 календарных дней |
| Проведение меропряитий по продвижению сайта | Заключение инвестиционного договора | 1-60 календарных дней |
| Найм дополнительной рабочей силы | 360 календарных дней | 1-360 календарных дней |

### Таблица 3. Технические характеристики компьютерного и факсимильного оборудования

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Описание** | **Стоимость** |
| Компьютер AMD 17692 | AMD FX-4300 3.8 МГц, RAM DDR3 8 Гб, HDD 1000 Гб (HDD), GeForce GTX 750 Ti, БП 500 Вт | 845.00 бел. руб. |
| Монитор Dell U2412M | 24", IPS, бизнес, 1920x1200, яркость 300 кд/м2, время отклика 8 мс, 178°/178°, VGA, DVI, USB-хаб | 553.85 бел. руб. |
| DSL-модем и маршрутизатор TP-LINK TD-W8960N | ADSL точка доступа, 802.11n, до 300, 4 LAN | 54.05 бел. руб. |
| Сетевой фильтр Sven VR-R600 | Стабилизатор напряжения, сетевой фильтр, удлинитель, розетки: 2,мощность: 300 Вт, шнур: 1.7 м54.05 бел. руб. | 47.1 бел. руб. |
| МФУ Canon i-SENSYS MF231 | Черно-белая печать, формат A4, функция копирования, функция сканирования, планшетный/протяжный сканер, USB | 500 бел. руб. |
| Общая стоимость оборудования | | 2 000 бел. руб. |

### Таблица 6. Расходы на оплату труда и налоговые отчисления

| Наименование должности | Кол-во | Месячный должностной оклад | Кол-во месяцев работы, включая отпуск | Коэффициент рабочего времени | Среднемесячные выплаты стимулирующего характера | Выплаты компенсационного характера в год | Итого фонд оплаты труда в год |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Директор | 1 | 1000 | 12 | 0,94 | 50 | - | 11 844 |
| Дизайнер | 1 | 500 | 12 | 0,94 | 20 | - | 5 865,6 |
| Frontend-разработчик | 2 | 600 | 12 | 0,94 | 30 | - | 14 212,8 |
| Backend-разработчик | 4 | 800 | 12 | 0,94 | 40 | - | 37 900,8 |
| Итого по должностным окладам | | | | | | | 69 823,2 |
| Подходный налог (16%) | | | | | | | 11 171,72 |
| Социальные выплаты (35%) | | | | | | | 24 438,12 |
| Итого расходы на оплату труда по должностным окладам | | | | | | | 105 433,04 |

### Таблица 7. Расходы на реализацию проекта

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование статьи расходов** | **Стоимость** | | | | |
| **Кол-во (шт)** | **в месяц** | **в год** | **Единовременная покупка** | **Итого расходы в год** |
| Покупка персонального компьютера | 1 |  |  | 845 | 845 |
| Покупка монитора | 1 |  |  | 553.85 | 553.85 |
| Покупка сетевого фильтра | 1 |  |  | 47.1 | 47.1 |
| Покупка модема | 1 |  |  | 54.05 | 54.05 |
| Покупка принтера | 1 |  |  | 500 | 500 |
| Создание собственного сайта | 1 |  |  | 400 | 400 |
| Подключение к Интернету | 1 |  |  | 18 | 18 |
| Оплата трафика Интернета | 12 | 18 | 216 |  | 216 |
| Зарплата персонала | 12 | 8 786,09 | 105 433,04 |  | 105 433,04 |
| - в т.ч. налоги | 12 | 2 967,49 | 35 609,84 |  | 35 609,84 |
| Проведение маркетинговой компании | 12 | 300 | 3 600 | 1 000 | 4 600 |
| Непредвиденные расходы |  |  |  | 1 723,12 | 1 723,12 |
| Итого: |  | 12 068,58 | 144 858,88 | 3 418 | 150 000 |

### Таблица 8. Дисконтированные денежные потоки деятельности Веб-студии

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Период (год)** | 1 | 2 | 3 |
| **Денежный доход** | 230 400 | 360 000 | 518 400 |
| **Денежный расход** | 150 000 | 146 582 | 146 582 |
| **Денежный поток** | 80 400 | 213 418 | 371 818 |
| **Денежный поток накопительным итогом** | 80 400 | 293 818 | 665 636 |
| **Ставка дисконтирования** | 25% | | |
| **Дисконтированный денежный поток** | 64 320 | 170 734,4 | 297 454,4 |
| **Дисконтированный доход накопительным итогом** | 64 320 | 235 054,4 | 532 508,8 |

### Таблица 9. Расчет кредита

Сумма кредита: 15 490 р.

Стоимость кредита: 1 090 р. 75 коп.

Общая сумма платежа с учетом комиссии: 16 580 р. 75 коп.

Эффективная ставка: 14,083%

| **Дата** | **Остаток кредита** | **Погашение %** | **Погашение осн.долга** | **Сумма платежа** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 01 янв. 2018 | 15 490 р. | - | - | - |
| 01 февр. 2018 | 15 490 р. | 167 р. 81 коп. | 1 290 р. 83 коп. | 1 458 р. 64 коп. |
| 01 марта 2018 | 14 199 р. 17 коп. | 153 р. 82 коп. | 1 290 р. 83 коп. | 1 444 р. 66 коп. |
| 01 апр. 2018 | 12 908 р. 33 коп. | 139 р. 84 коп. | 1 290 р. 83 коп. | 1 430 р. 67 коп. |
| 01 мая 2018 | 11 617 р. 50 коп. | 125 р. 86 коп. | 1 290 р. 83 коп. | 1 416 р. 69 коп. |
| 01 июня 2018 | 10 326 р. 67 коп. | 111 р. 87 коп. | 1 290 р. 83 коп. | 1 402 р. 71 коп. |
| 01 июля 2018 | 9 035 р. 83 коп. | 97 р. 89 коп. | 1 290 р. 83 коп. | 1 388 р. 72 коп. |
| 01 авг. 2018 | 7 744 р. 100 коп. | 83 р. 90 коп. | 1 290 р. 83 коп. | 1 374 р. 74 коп. |
| 01 сент. 2018 | 6 454 р. 17 коп. | 69 р. 92 коп. | 1 290 р. 83 коп. | 1 360 р. 75 коп. |
| 01 окт. 2018 | 5 163 р. 33 коп. | 55 р. 94 коп. | 1 290 р. 83 коп. | 1 346 р. 77 коп. |
| 01 нояб. 2018 | 3 872 р. 50 коп. | 41 р. 95 коп. | 1 290 р. 83 коп. | 1 332 р. 79 коп. |
| 01 дек. 2018 | 2 581 р. 67 коп. | 27 р. 97 коп. | 1 290 р. 83 коп. | 1 318 р. 80 коп. |
| 01 янв. 2019 | 1 290 р. 83 коп. | 13 р. 98 коп. | 1 290 р. 83 коп. | 1 304 р. 82 коп. |
|  | Итого: | 1 090 р. 75 коп. | 15 490 р. | 16 580 р. 75 коп. |