Бизнес-план дизайн студии

1. Краткий инвестиционный меморандум

Дизайн студия интерьеров представляет собой вид бизнеса, который совмещает как предоставление услуг, так и реализацию товаров. Основной услугой студии дизайна интерьеров является художественное оформление помещений как снаружи (экстерьер), так и внутри (интерьер). Эта услуга комплексная, она включает в себя следующие виды работ:

1. Разработка дизайн-проекта;
2. Авторский надзор;
3. Комплектация;
4. Управление строительством.

Такое разграничение позволяет клиенту привлекать студию для отдельных видов работ или полностью передать объект строительства для реализации «под ключ».

Кроме этого, дизайн студия имеет свой шоу-рум, в котором осуществляет реализацию авторской мебели и предметов декора.

Целевой аудиторией студии дизайна являются люди с достатком выше среднего, владеющие объектом недвижимости на этапе строительства или ремонта.

Основным каналом привлечения клиентов для студии является сарафанное радио, а также личность ведущего дизайнера студии. Но для того, чтобы этот инструмент работал, необходимо создание собственного сайта с портфолио готовых работ и отзывами довольных клиентов.

Студию дизайна интерьеров предпочтительно регистрировать как ИП, для того чтобы использовать патентную систему налогообложения. Однако доход от реализации мебели и предметов интерьера будут облагаться по системе УСН (6% с доходов).

Для того, чтобы дизайн студия справлялась с большим количеством заказов, необходимо формировать не только штат постоянных работников, но и сотрудничать с фрилансерами. Для каждого штатного сотрудника студии существует готовая должностная инструкция, обязательная к выполнению. Системный подход позволяет выполнять большой объем работы в кратчайшие сроки без потери качества.

Доход студии дизайна поступает по двум каналам: от клиентов и от поставщиков. В первом случае клиент оплачивает услуги студии по прайс-листу. Во втором случае речь идет об оптовых скидках. Поскольку дизайн студия выступает в роли агента для поставщиков отделочных материалов и привлекает новых клиентов, поставщики готовы делать скидку на продукцию от 10 до 20%. Студия может «делиться» этой скидкой с клиентами или получать полную сумму в качестве вознаграждения

Инвестиции в открытие студии дизайна интерьеров составляют 1 784 100 рублей.

Срок окупаемости студии от 13 месяцев.

2. Описание бизнеса, продукта или услуги

Дизайн студия интерьеров предоставляет клиентам все виды услуг в области проектирования интерьера: от профессиональной консультации и разработки концепт-идеи до сдачи объекта «под ключ».

Все этапы работ, выполняемых дизайнером при реализации проекта, строго разделены между собой и оформляются отдельными договорами. Это сделано для того, чтобы заказчик точно понимал, из чего состоит каждый этап работы и какой результат он должен получить. Иначе говоря, чтобы он мог

контролировать процесс создания проекта, уверенно требовал соблюдения сроков и не переплачивал за ошибки дизайнера.

Кроме того, данный формат работы позволяет заказчику привлечь дизайнера строго на определенные работы. Например, заказать только дизайн — проект, а комплектацию выполнить самостоятельно.

Более подробный перечень услуг представлен ниже:

1. Услуги дизайна интерьеров:

1.1. Формирование технического задания, обмеры, фотофиксация;

1.2. Определение стиля и концепции проекта;

1.3. Планировочные решения;

1.4. Эскизы помещений;

1.5. Визуализация;

1.6. Разработка рабочей документации.

2. Комплектация;

3. Авторский надзор;

4. Управление строительством;

5. Консультация дизайнера;

6. Выезд дизайнера на объект.

Разумеется, для любого человека, не связанного по профессии со строительством, ремонт — это всегда стресс. И мало людей, которые действительно понимают, какой объем работы и в какой последовательности придется проделать прежде чем они получат дом своей мечты. Еще сложнее обстоит дело с финансированием ремонта. Уложиться в рамки бюджета невозможно без помощи профессионала, так как строительный рынок подвержен активным ценовым колебаниям, а работу бригады часто приходится переделывать.

Какие проблемы клиента решает дизайн-студия?

1. Ограничение бюджета.

Дизайнер на этапе комплектации и управления строительством составляет точную смету расходов, контролируя качество материалов и выполняемых работ.

2. Поиск строительной бригады.

Управление стройкой подразумевает привлечение опытной бригады рабочих. При этом дизайнер является материально ответственным лицом перед заказчиком при сдаче каждого этапа работ.

3. Точное воплощение идеи в готовом интерьере.

Профессиональный дизайн-проект гарантирует заказчику, что все задуманные элементы возможно реализовать на реальном объекте. Это подтверждается наличием рабочей документации, по которым будут работать строители.

4. Поиск и покупка отделочных материалов.

Этап комплектации включает в себя подбор всех материалов для чистовой отделки помещения. При этом заказчик получает на руки ведомости материалов с указанием места приобретения, артикула и стоимости

каждой детали. На этом этапе дизайнер может значительно сэкономить расходы клиента, так как студия работает со многими поставщиками по оптовым ценам.

Основные ограничения, которыми руководствуется клиент — бюджет, сроки и объем необходимых работ. В дизайн студии вы можете выбрать готовые пакеты услуг по своему предпочтению и бюджету.

Базовый пакет включает в себя формирование ТЗ, согласование планировки, эскизы помещений, необходимые рабочие чертежи. Стоимость — от 700 рублей за кв.м.;

Бизнес пакет дополняется 3D-визуализацией, более подробными эскизами, а также полным пакетом рабочей документации. Стоимость — от 1000 рублей за кв.м.

Комплектация, авторский надзор, управление строительством являются дополнительными услугами и приобретаются отдельно.

Первая консультация и выезд дизайнера на объект предоставляется бесплатно. Последующие дополнительные консультации оплачиваются отдельно.

Кроме этого, дизайн студия выступает как шоу-рум, то есть осуществляет продажу выставочных образцов и авторских предметов декора.

3. Описание рынка сбыта

Целевая аудитория проекта

Целевую аудиторию проекта можно разделить на две отдельные категории: потенциальная ЦА и реальная ЦА.

Потенциальная ЦА — это все люди, которые сталкиваются с необходимостью делать ремонт или начинают строительство нового дома. Это могут быть люди различных возрастных категорий: от 26 до 60 лет. Их объединяет то, что у них есть собственное жилье и желание сделать интерьер уникальным.

Однако далеко не каждый человек готов обратиться за услугами профессионального дизайнера, так как для обывателя это сотрудничество связано больше с затратами, нежели с выгодами.

Поэтому **реальная целевая аудитория** — это более узкий сегмент людей, на работу с которыми нацелена дизайн-студия. Основной критерий реальной ЦА — это уровень дохода. В зависимости от того, собираетесь ли вы работать с эконом-классом или клиентами статуса VIP, вы будете подбирать поставщиков соответствующей ценовой категории, а также формировать пакеты услуг.

Данный бизнес-план составлен для студии, которая ориентируется на клиентов класса «эконом +» и «бизнес». В настоящее время услугами дизайнера в основном пользуются люди со среднем и выше среднего достатком, т.е. приблизительно от 40 000 рублей на человека. Это среднее значение дохода, которое меняется в зависимости от региона. При этом клиент готов заплатить за дизайн-проект около 1000 рублей за квадратный метр помещения.

Заказчик, который обращается за услугами дизайнера, хочет создать уникальный интерьер своего дома или офиса. При этом он понимает, что оплата услуг профессионального дизайнера будет компенсирована экономией времени и денег, затраченных на самостоятельное выполнение всех работ.

Описание конкурентов и преимущества студии

Конкурентами студии являются:

- Дизайнерские и архитектурные бюро, предлагающие аналогичный перечень услуг.

Это компании, в которых работают более 2 дизайнеров. Как правило, у них есть стабильные отношения с поставщиками отделочных материалов и выстроенная система работы с клиентами. В качестве каналов привлечения используют собственный сайт, где представлено портфолио готовых работ. В городе с населением свыше 1 000 000 человек одновременно функционируют не менее 100 компаний данного профиля.

- Частные дизайнеры, работающие «на дому».

В основном это молодые дизайнеры, у которых нет большого опыта работы. Они не выполняют полный перечень работ, не могут предложить проверенных подрядчиков, не имеют больших скидок у поставщиков. Свои услуги активно не рекламируют, работают по «сарафанному радио». Число частных дизайнеров колеблется, так как они работают «от заказа к заказу», т.е. не имеют постоянной занятости.

В связи с большой конкуренцией, при открытии студии нужно определить конкретные преимущества, которые будут активно использоваться в рекламных мероприятиях для привлечения клиентов.

В качестве преимуществ дизайн-студии можно выделить:

1. Выстроенная система работы с клиентом. Организационные вопросы решаются с менеджером студии, а рабочие вопросы согласовываются с дизайнером.
2. Возможность приобретения каждой услуги отдельно. Клиент может заказать полный пакет услуг и получить готовый ремонт «под ключ» или обратиться к дизайнеру на определенном этапе работ.
3. Удобное месторасположение студии. Заказчику не составит труда приехать в офис на презентацию проекта или на личную встречу с дизайнером.
4. Наличие каталогов и выставочных образцов в дизайн-студии. Клиент в любой момент может просмотреть каталоги и «потрогать» образцы материалов всех поставщиков, с которыми работает студия.
5. Четкий график работы и последовательность в расчетах с клиентом. В договорах студии четко прописано, в каком порядке происходит оплата, а также сроки и порядок сдачи готовой работы. В свою очередь, менеджер своевременно делает напоминания каждому клиенту.
6. Опыт дизайнеров более 10 лет. Большое количество реализованных проектов позволяет дизайнеру точно определить потребности клиента и быстро предлагать оптимальные решения в рамках заданного бюджета.
7. Устойчивые партнерские отношения с подрядчиками. Это позволяет дизайнеру быстро найти подрядчиков на отдельные виды работ, а также вовремя скорректировать возникающие погрешности.
8. Большое количество отзывов и рекомендаций. Богатый опыт дизайнеров студии в воплощении интерьеров подтверждается реальными отзывами довольных клиентов.
9. Собственный сайт студии с большим портфолио готовых работ. Это позволяет клиенту ознакомиться с реализованными проектами дизайнеров еще до начала сотрудничества со студией.

Указанные преимущества позволят компании не только иметь постоянный поток заказов, но и переходить на работу с клиентами, имеющими более высокий уровень дохода.

4. Продажи и маркетинг

Самым активным каналов привлечения клиентов в студию дизайна является **«сарафанное радио».**Как правило, люди обращаются к дизайнеру по рекомендациям друзей и знакомых, после того как они вживую увидели результат работы профессионала.

Лучшим подтверждением богатого опыта работы в данной сфере являются отзывы реальных клиентов. Сбор отзывов осуществляется менеджером студии по каждому проекту. Отзывы имеют форму рекомендательного письма и сопровождаются подписью клиента. Менеджер составляет отдельный альбом с отзывами, либо включает их в портфолио готовых работ.

Еще один важнейший инструмент продвижения студии — **собственный сайт и его продвижение**. На сайте обязательно должно быть портфолио готовых проектов в виде фотографий высокого разрешения. Поскольку фотографии являются интеллектуальной собственностью студии, перед тем как загрузить их на сайт, нужно нанести водяные знаки на каждое фото.

Для продвижения сайта большое значение имеет уникальный контент. Поэтому на сайте нужно регулярно размещать новые статьи, которые могут быть интересны вашим потенциальным клиентам.

Также не забудьте указать на сайте список поставщиков, с которыми вы работаете. Ни для кого не секрет, что дизайнеры работают с крупными магазинами отделочных материалов на специальных условиях, т.е. имеют скидку от 10 до 25%. Можете указать, что вы разделите эту скидку с клиентом, если он будет осуществлять подбор материалов через вашу студию.

Практика работающих студий показывает, что посещаемость сайта резко возрастает после использования **контекстной рекламы**. Не экономьте на обращении к компаниям, которые занимаются профессиональным продвижением товаров и услуг в интернете.

Реклама в социальных сетях также может привлечь внимание потенциальных заказчиков. Но в этом случае на клиентов нужно воздействовать с помощью визуальных образов. Например, завести страницу в Instagram и постоянно обновлять ленту фотографиями новых проектов. Даже если тем людям, которые подписаны на вас, пока не требуется ремонт, они непременно запомнят вашу студию и обратятся в нужный момент.

В сфере дизайна и архитектуры есть множество **специализированных сайтов**, таких как houzz.ru или inmyroom.ru. На них можно бесплатно размещать свое портфолио, делать авторские публикации, а также следить за основными тенденциями в сфере дизайна и общаться с коллегами.

Несколько раз в год в Москве и Санкт-Петербурге проводятся **конференции дизайнеров и архитекторов**. Студия также может участвовать в этих мероприятиях с целью:

1. Поиска новых поставщиков материалов, в т.ч. зарубежных;
2. Заявить о себе, показать работы, раскрутить свой бренд;
3. Расширить связи для дальнейшего сотрудничества с коллегами (например, при воплощении крупного проекта).

5. План производства

Регистрация

Для того, чтобы открыть студию дизайна интерьеров нужно пройти государственную регистрацию компании. Предпочтительно оформляться как ИП и использовать патентную систему налогообложения. Патент приобретается на срок до 1 года, в данном случае указывается вид деятельности «Услуги художественного оформления. Оформление интерьера жилых помещений.». Однако продажа мебели и предметов интерьера облагается налогом отдельно. В этом случае студия использует УСН и отчисляет в государственную казну 6% от суммы дохода компании. Общая стоимость оформления обойдется вам в 2 000 рублей.

Офисное помещение

Далее вам нужно найти помещение для офиса. Помещение должно иметь удобное расположение и парковку. Лучше всего расположить студию на первом этаже жилого или офисного здания с отдельным входом на главную улицу. Предпочтительно, чтобы по соседству располагались компании, которые предоставляют смежные услуги: производство кухонной мебели, портьерные салоны, магазины плитки и напольных покрытий. Если оформлять салон как шоу-рум и выставлять образцы отделочных материалов, то рекомендуемая площадь — от 80 кв.м. Стоимость аренды при ставке 700 рублей за кв.м. составит 56 000 рублей в месяц.

Работа с поставщиками

Для того, чтобы привлечь внимание покупателей, нужно постараться расположить в салоне как можно больше выставочных образцов мебели и предметов декора. При этом очень часто поставщики предлагают приобрести выставочные образцы со скидкой от 30 до 50%. Однако вы имеете право самостоятельно устанавливать цены на образцы, представленные в вашем шоу-руме. На приобретение выставочных образцов вы потратите около 1 000 000 рублей.

Офисную мебель нужно приобретать отдельно. Она не подлежит продаже, является собственностью студии и на нее начисляется амортизация. На офисную мебель вы потратите около 50 000 рублей.

Покупка оборудования

Далее вам нужно приобрести необходимое оборудования для работы. Это компьютеры, профессиональное ПО, принтер формата А3. Также необходимо провести проводной интернет, способный обеспечить хорошую скорость одновременно на несколько устройств. Общая стоимость затрат составит около 200 000 рублей.

Поиск персонала

Следующий этап — подбор сотрудников. Первоначально будет достаточно трех постоянных работников студии: ведущий дизайнер, графический дизайнер, менеджер. Бухгалтер привлекается на аутсорсинг. Общий месячный бюджет на оплату труда составляет 100 000 рублей.

Первоначальная реклама

Этап, предшествующий открытию, включает в себя проведение маркетинговых мероприятий. Это создание группы ВКонтакте и странички Instagram, реклама в местные журналы интерьера, разработка бренда, печать визиток, изготовление вывески. Расходы составят приблизительно 100 000 рублей.

Открытие

Если у вас нет большого опыта работы в сфере дизайна и многочисленных связей среди коллег, то не стоит делать масштабное мероприятие по открытию. Самое главное — что ваша студия теперь работает строго по часам и клиенту будет легко вас найти.

6. Организационная структура

В студии дизайна интерьеров на постоянной основе работают три человека: руководитель проекта, графический дизайнер и менеджер. В режиме удаленной работы студия сотрудничает с дизайнером, который делает 3D-визуализацию по готовым эскизам. Бухгалтер также привлекается только для сдачи отчетности. Распишем подробнее обязанности штатных работников студии.

Руководитель проекта

Руководитель проекта исполняет обязанности ведущего дизайнера:

1. Встречается с заказчиком, формирует техническое задание, разрабатывает концепт-идею проекта;
2. Совершает выезды на объекты и проводит консультации;
3. Занимается поисками поставщиков, заключает договора;
4. Взаимодействует с подрядчиками;
5. Отслеживает все этапы выполнения проекта;
6. Ведет авторский надзор и управление стройкой;

7. Принимает ключевые управленческие решения в студии;
8. Принимает на работу и увольняет сотрудников, распределяет обязанности внутри коллектива, рассчитывает заработную плату;
9. Ответственен за формирование портфолио;
10. Презентует готовый проект заказчику.

Графический дизайнер студии

1. Выезжает на замеры, делает фотофиксацию объекта;
2. Разрабатывает планировочные решения по готовому техническому заданию;
3. Делает эскизы, составляет референсы, осуществляет подбор материалов;
4. Составляет всю рабочую документацию;
5. Согласовывает каждый эскиз с ведущим дизайнером, презентует окончательный вариант.

Менеджер студии

1. Осуществляет связь с действующим клиентом по организационным вопросам (встречи, переписка, уведомления; фиксация принятых решений или правок, произведенных оплат).
2. Ведет протокол встреч и корректировок (составляет резюме разговора; подтверждает актуальность; добивается письменного подтверждения от клиента; следит, чтобы без подтверждения работа не продолжалась).
3. Взаимодействует с поставщиками по организационным вопросам. Поиск новых поставщиков, рассмотрение коммерческих предложений, составление списка поставщиков, регулярные напоминания по срокам.

4. Организует внутреннюю работу студии (покупка расходных материалов; контроль за исправными платежами за связь/интернет/коммуникации/воду; уборка офиса; организация общих собраний, напоминание всем сотрудникам; ведение журнала посещаемости, контроль за дисциплиной).
5. Представляет студию внешним агентам (ведение группы ВК, написание статей; сбор и описание портфолио; подготовка описания проектов; рекламные тексты, размещение информации о студии; контроль работы сайта, своевременное заполнение).
6. Осуществляет связь с потенциальными клиентами (прием входящих звонков; обработка заявок с сайта).
7. Осуществляет связь с сотрудниками на удаленном режиме работы (поиск новых сотрудников; уведомление о сроках проекта; выбор условий сотрудничества; оплата работ).

Заработная плата всех работников формируется из двух частей: оклад и проценты от заказа.

Визуализатор, который работает в удаленном режиме, получает оплату в зависимости от объема работы. В среднем стоимость готовых картинок составляет от 300 до 500 рублей за кв.м.

7. Финансовый план

Основная часть инвестиций студии дизайна приходится на приобретение выставочных образцов. На них придется единовременно потратить 1 000 000 рублей.

Общая сумма инвестиций составляет 1 784 100 рублей.

Первоначальные инвестиции в открытие студии дизайна интерьеров

Наименование	**Стоимость(руб.)**
Затраты на оформление документов	
Регистрация в государственных и налоговых органах, открытие расчетного счета	2 000
Оформление патента на 1 год*	66 600

Итого	**68 600**
Инвестиции на приобретение выставочных образцов и мебели	
Выставочные образцы мебели и предметов декора	1 000 000
Офисная мебель	50 000
Итого	**1 050 000**
Инвестиции в рекламные материалы и открытие	
Вывеска	70 000
Печатные материалы(визитки) и размещение в журналах	10 000
Создание сайта	100 000
Формирование печатного портфолио	20 000
Итого	**200 000**
Инвестиции в рабочее оборудование	
Компьютеры (2 шт.)	100 000
Принтер формата А3	50 000
Система сигнализации	15 000
Кассовый аппарат	10 000
Итого	**175 000**

Текущие расходы

Наименование	**Стоимость (руб.)**
Постоянные расходы	
Арендная плата 80 кв.м, в мес.	56 000
Амортизация оборудования	5 000

Налог УСН(6% с дохода)	12 000
Переменные расходы	
Расходы на маркетинг (обслуживание сайта + реклама)	15 000
Расходы на формирование запаса оборотного капитала	50 000
Взносы ИП в ПФР, ФОМС (раз в квартал)	7 000
Взносы за работников в ФСС (каждый месяц)	500
ФОТ (подробнее в таблице 2)	100 000
Коммунальные платежи	7 000
Связи и Интернет	3 000
Охрана	5 000
Прочие расходы	20 000
Непредвиденные расходы	10 000
Итого	**290 500**

Предполагается, что приобретение патента будет осуществляться единовременным платежом на целый год. Амортизация будет начисляться линейным методом на все оборудование и мебель, которые находятся в собственности студии. В состав прочих расходов входят расходы на бензин во время выездов на объект, услуги профессионального фотографа после окончания проекта, текущие офисные расходы (бумага, вода, и т.д.).

Что касается доходов студии, то они формируются по двум направлениям: реализация услуг в виде выполненных проектов, а также реализация мебели и предметов интерьеров. В первом случае доходы поступают непосредственно от заказчика и облагаются налогом по ПСН. Во втором случае деньги поступают от поставщиков мебели и материалов, с которыми у студии заключен агентский договор. Налоги на этот вид дохода выплачиваются как 6% от суммы выручки по системе УСН.

Так как основная часть работы студии приходится на внутреннюю отделку помещений, то фактор сезонности не имеет значения.

Количество проектов, которые студия может вести одновременно, варьируется от 1 до 5. Это зависит от сложности проекта, площади помещения, а также того вида услуг, который оказывается на конкретном объекте.

В связи с этим количество объектов в месяц, указываемое в финансовом плане, считается в квадратных метрах и распределяется по месяцам равномерно.

На практике это быть 2 квартиры по 100 кв.м., один дом с площадью 200 кв.м. или крупный объект в 500 кв.м., над которым вы работаете несколько месяцев.

Эффективность инвестиций

Месяц работы	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Количество проектов в месяц (в кв.м.)	200	200	200	200	200
Средняя стоимость услуг за кв.м.	750	750	750	750	750
Стоимость реализованной мебели в студии + агентские выплаты от поставщиков	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
Доход за проект	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Доход общий	**350 000**	**350 000**	**350 000**	**350 000**	**350 000**
Расход общий	**235 500**	**228 500**	**228 500**	**235 500**	**228 500**
Аренда (кв.м.)	56 000	56 000	56 000	56 000	56 000

Коммунальные платежи	7 000	7 000	7 000	7 000	7 000
ФОТ (оклад+процент от выручки)	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Налоги УСН (6% от прибыли)	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000
Взносы за работников в ФСС (каждый месяц)	500	500	500	500	500
Взносы ИП в ПФР, ФОМС (раз в квартал)	7 000	0	0	7 000	0
Маркетинг (проведение мероприятий)	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000
Непредвиденные расходы	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Связь и коммуникации	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000
Амортизация оборудования	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Прочие расходы	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000

EBITDA (ЧП с учетом Налогов и Амортизации)	139 000	139 000	139 000	139 000	139 000
EBIT (ЧП с учетом Налогов)	134 000	134 000	134 000	134 000	134 000
Чистая прибыль	114 500	121 500	121 500	114 500	121 500
Наращенный Cash Flow (с учетом первоначальных инвестиций)	-1 645 100	-1 506 100	-1 367 100	-1 228 100	-1 089 100

Количество проектов, которые студия может вести одновременно, варьируется от 1 до 5. Это зависит от сложности проекта, площади помещения, а также того вида услуг, который оказывается на конкретном объекте.

В связи с этим количество объектов в месяц, указываемое в финансовом плане, считается в квадратных метрах и распределяется по месяцам равномерно.

Срок окупаемости проекта составляет от 13 месяцев при стабильном спросе на услуги студии.

8. Факторы риска

К основным факторам риска в работе студии относятся внешние риски:

- **Спад спроса, связанный с уменьшением реальных доходов населения.** Этот риск велик, поскольку услуги дизайнера не относятся к категории «первой необходимости». В данном случае необходимой мерой будет снижение цен на предлагаемые пакеты услуг, а основной акцент в рекламе будет делаться на экономию, которую клиент получает, работая с профессиональным дизайнером.

- **Увеличение цен у поставщиков отделочных материалов и мебели.** Это, в свою очередь, приведет к снижению спроса среди заказчиков. Таким образом студия лишится не только агентских выплат от поставщиков, но и заказов на такой вид услуг, как «комплектация».
- **Судебные иски со стороны заказчиков.** Если студия задерживает сроки сдачи проекта или допускает ошибки при составлении рабочей документации, клиент вправе подать в суд и возместить нанесенный ущерб. Данный риск не очень высок, так как студия привлекает юристов для составления грамотной системы договоров. К примеру, каждая правка в ходе проекта фиксируется отдельным соглашением и закрепляется подписью с обеих сторон.
- **Нерегулярный спрос.** Возможно, что в студии будут «интервалы» между отдельными заказами. Тем не менее, необходимо регулярно производить выплаты по аренде, заработной плате, коммуникации и т.д. Для этого студия формирует резервный фонд, в который отчисляет определенный процент от прибыли каждый месяц с начала работы.
- **Недобросовестное поведение со стороны подрядчиков.** Найти бригаду порядочных рабочих зачастую является сложной задачей. В качестве меры по защите собственных прав и прав клиента, рекомендуется заключать с подрядчиками договора, в которых действия каждой стороны строго регламентированы.
- **Нарушение авторских прав со стороны третьих лиц.** Данный риск проявляется в том случае, когда фотографии из вашего портфолио используются другими людьми без вашего согласия. Для того чтобы снизить данный вид риска, нужно наносить водяные знаки на каждую фотографию, которая попадает в глобальную сеть Интернет.