

Твердый Текст

Презентация проекта

Декабрь 2013



В иллюстрациях использованы кадрированные фотоснимки, сделанные с натуральных образцов или взятые из интернет-источников.

Оглавление

| | Слайд |
|---|-----------|
| 1. Введение | <u>3</u> |
| 2. Суть проекта | <u>4</u> |
| 2.1. Назначение изделий | <u>6</u> |
| 2.2. Отличия Твердого Текста | <u>7</u> |
| 2.2.1. Сравнение: фрезеровка и заполнение полимером ... | <u>8</u> |
| 2.2.2. Сравнение: неокрашенная глубокая гравировка | <u>11</u> |
| 2.2.3. Сравнение: другие разновидности надписей | <u>12</u> |
| 2.2.4. Сравнение: камни для ландшафтного дизайна | <u>13</u> |
| 3. Рынок Твердого Текста | <u>14</u> |
| 3.1. Целевой сегмент рынка | <u>16</u> |
| 3.2. Акцидентный сегмент | <u>18</u> |
| 4. Бизнес модель в целевом сегменте | <u>19</u> |
| 5. Диспозиция проекта | <u>21</u> |
| <i>Фотоснимки опытных образцов</i> | |
| <i>Плитка 7,4х17,8х2,7 см. Твердый Текст</i> | |
| <i>Плитка 7,7х18,9х2,0 см. Твердый Текст</i> | <u>5</u> |
| Приложение. Макет декоративного панно | <u>15</u> |
| | <u>22</u> |



Фрагмент опытного
образца 1,7 x 6,2 см

1. Введение

Стремление отображать информацию на каменных поверхностях проявлялось у людей всегда и подтверждается множеством примеров, от древних артефактов до современных вариантов "аллей звезд", устраиваемых в разных городах мира.

Площадками для коммерческих "аллей" служат парки, бульвары, набережные, отдельные сооружения. Платные услуги монтажа каменных плиток с надписями, выполненных по индивидуальным пожеланиям, находят своих потребителей.

Некоторые "аллеи" привлекают десятки тысяч заказчиков плиток. Но в общем это число является относительно небольшим и его составляют люди, которых устраивает привязка надписей к конкретной площадке, малая информационная емкость и низкое качество изображения. До настоящего времени считалось, что потенциал современной письменности в камне этим исчерпывается.

На прорыв рынка претендует стратегия вывода новых изделий, содержащих цветные изображения текстов *произвольных* тематик, и предназначенных для применения в декоративных и прикладных целях на *произвольных* объектах.

Появлению подобного товара ранее препятствовала следующая *проблема*: все используемые разновидности каменных надписей и способы их изготовления имеют критические недостатки, непреодолимые в рамках этих способов.

Как следствие, области применений сводились, в основном, к мемориальной символике.

Для продвижения в областях применений, связанных с гражданским строительством, необходима технология, обеспечивающая нестираемые текстовые картины высокого качества в изделиях из современных искусственных каменных материалов.

**Решение проблемы открывает
сегмент текстового декора.**

В Камне

2. Суть проекта

Цель проекта - построение стабильного бизнеса. Создается товар, который до настоящего времени был неизвестен потребителям. Предложение открывает рыночный сегмент текстового декора. Субъект бизнеса становится высоко прибыльной Компанией.

Для достижения цели последовательно решаются две взаимосвязанные задачи. Инженерная задача состоит в разработке и организации выпуска технологической продукции для производства изделий, объединенных названием "Твердый Текст".


Маркетинговая задача заключается в построении двухконтурной схемы. Компания продает технологическую продукцию предприятиям - постоянным клиентам, которые в проекте называются "Ателье". Они изготавливают и продают изделия потребителям.

Инженерная задача:

1. Составление конструкторско-технологической документации, выработка системных решений и стандартов прочных текстовых картин с плотностью 60 знаков на 1 дм² на лицевых поверхностях изделий из искусственных каменных материалов.
2. Подготовка спецификаций и контрактов с соответствующими заводами для налаживания выпуска компонентов оборудования и расходных материалов, предназначенных для комплектования товарной технологической продукции.
3. Снижение себестоимости продукции до уровня, определяющего удельную цену знака текста в готовом изделии не выше 20 центов (с НДС) при показателях маржинальной рентабельности 300% в контуре Компании и 70% в контуре Ателье.

Маркетинговая задача:

- 1-й год стадии продаж. Договорные преференции первым предприятиям, осваивающим производство Твердого Текста в плане диверсификации своей деятельности, а также предпринимателям, желающим начать дело с относительно небольшими (до \$5 тыс.) вложениями.
- 2-й год стадии продаж. Развитие сети Ателье, получение годовой прибыли в размере начальных инвестиций, увеличение ассортимента продукции Компании, трансфер опыта применений между Ателье из различных регионов, мониторинг кластеров Ателье по специализациям.



Фрагмент опытного образца 1,7 x 6,2 см

Плитка 7,4х17,8х2,7 см. Твердый Текст.
Фото с натуры.

Твердый Текст

*Опытный образец
Высота строчных букв 8 мм
Фото с натуры*

Каждое Ателье Твердого Текста может проектировать геометрию, размеры, цвет изделий для специализации своего производства в соответствии с выбранной деловой нишей и спросом.

Фрагмент опытного образца 1,7 x 6,2 см

2.1. Назначение изделий

Твердый Текст – название класса изделий, выполненных из искусственных каменных материалов (цветных бетонов), лицевые поверхности которых содержат тексты.

Носителями текстов могут быть тротуарные, ландшафтные плитки, парапеты, бордюры, лицевые стеновые камни, элементы малых архитектурных форм.

Вопрос:

Известны несколько разновидностей надписей в камне, но спрос на них локализован в узкой сфере, связанной с мемориальными объектами.

За счет каких преимуществ будут разорваны границы традиционных применений?

Ответ:

Когда превосходство в показателях становится кратным и появляются свойства, недостижимые в условных аналогах, уже не приходится говорить о преимуществах.

Возникает новое назначение каменных изделий, которого ранее не было в товарном предложении и поэтому не могло быть в спросе. Потребители не спрашивают то, что нигде не видели и не могут себе представить.

Новые потребительские мотивации выводят спрос в области, связанные с гражданским строительством и наружной рекламой.

Заявление:

Технология открывает новое назначение каменных изделий:

"Содержательный текстовый декор".

Благодаря невысокой стоимости Твердый Текст доступен для широкого применения в индивидуальном строительстве.

Отчетливые цветные строки формируют содержательный узор каменных поверхностей.

В изделиях реализуются два требования, ранее несовместимые в практически используемых носителях: 1 - долговечная сохранность; 2 - постоянная открытость информации.

Данные в объеме страницы (1500 знаков) помещаются на панно размером 60x40 см, состоящем из 4 плиток размером 30x20 см.

Твердый Текст объединяет два назначения, востребованные в современных рынках:

1. Каменный материал высокой прочности, применяемый в конструкциях зданий и обустройстве территорий.
2. Носитель информации, позволяющий размещать алфавитно-цифровые данные и воспринимать их в естественном виде.

2.2. Отличия Твердого Текста

Семь свойств Твердого Текста определяют его отличия от надписей, которые изготавливаются другими способами и названы здесь условными аналогами.



Примечание. Обычно Твердый Текст обладает всеми свойствами 1–7. По желанию потребителя возможны вариации свойств, например, снижение контрастности.

Фрагмент опытного образца 1,7 x 6,2 см

2.2.1. Сравнение: фрезеровка и заполнение полимером

Фрагмент 6,5 x 17,5 см опытной плитки
7,4 x 17,8 см. Твердый Текст.

При зрительном уменьшении на расстоянии 2 м четкие строки знаков воспринимаются как со страницы книги.

Фрагмент 6,5 x 17,5 см плитки 40 x 40 см
от фирмы "Наши имена", г. Москва.
Специальная фрезеровка на граните
и заливка полимера.

На фрагменте можно различить слова "seconds to".
Серые знаки образованы поверхностью гранита,
а темный фон - полимерным наполнением.

При таком шрифте потенциальная информационная
емкость картины в 2 раза меньше Твердого Текста.
С высоты роста человека надпись распознается с
трудом из-за дефектных штрихов знаков и слабой
контрастности гранита.

Для получения разборчивых надписей фирма
рекомендовала заказывать крупные шрифты.

Твердый Текст

Опытный образец

Высота строчных букв 8 мм

Фото с природы



ТЕКСТ

2.2.1. Сравнение: фрезеровка и заполнение полимером (продолжение)

Фрагмент 6,5 x 17,5 см опытной плитки
7,4 x 17,8 см. Твердый Текст.

Впервые нестираемый текст в каменном материале отвечает полиграфическим стандартам. Размер шрифта оптимален по информационной емкости и читаемости. Стоимость знака ниже, чем в любом условном аналоге.

Фрагмент 6,5 x 17,5 см плитки 20 x 20 см от фирмы "Наши имена", г. Москва. Специальная фрезеровка на граните и заливка полимера.

Штрихи знаков образованы полимерным наполнением. Плитка 20 x 20 см с надписью до 30 знаков стоила \$ 200.

Сравнение с Твердым Текстом:

- неровные и нечеткие штрихи знаков;
- при предположительной рентабельности плитки 200% себестоимость в 7 раз выше;
- при таком шрифте информационная емкость в 3 раза меньше, чем дает Твердый Текст.

Твердый Текст

Опытный образец

Высота строчных букв 8 мм

Фото с натуры



дружная
семья
бмц

В камне

2.2.1. Сравнение: фрезеровка и заполнение полимером (продолжение)

Фрагмент 6,5 x 17,5 см опытной плитки
7,4 x 17,8 см. Твердый Текст.

Разработка предусматривает различные цвета фоновой поверхности плитки, использование в одной картине нескольких цветов знаков, изображение орнаментов и узоров, а также использование других шрифтов.

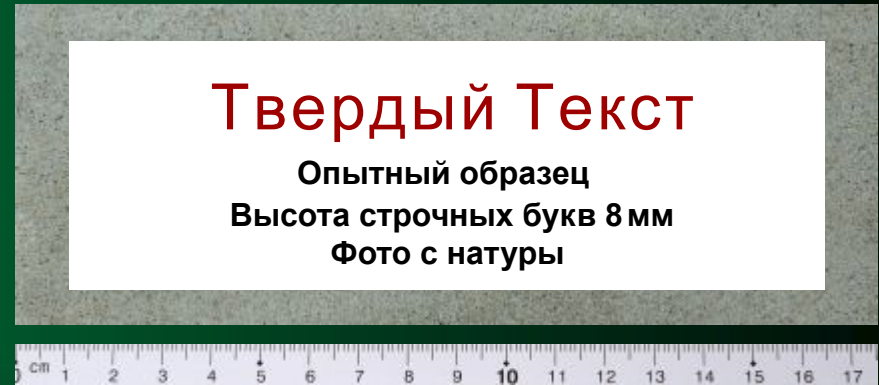
Фрагмент 6,5 x 17,5 см плитки 40 x 40 см от фирмы "Наши имена", г. Москва. Специальная фрезеровка на граните и заливка полимера.

Штрихи знаков образованы полимерным наполнением. Плитка 40 x 40 см с надписью до 30 знаков стоила \$ 400.

Сравнение с Твердым Текстом:

- неровные и нечеткие штрихи знаков;
- при предположительной рентабельности плитки 200% себестоимость в 12 раз выше;
- при таком шрифте информационная емкость в 10 раз меньше, чем дает Твердый Текст.

Фирма "Наши имена" делала плитки по заказам всех желающих и монтировала на Старом Арбате, при заявленной "поддержке правительства Москвы и префектуры ЦАО". Идея коммерческой "аллеи звезд" хорошо апробирована за рубежом. Во французском Диснейленде количество именных плиток составляет десятки тысяч. В Москве изготовили около 2 тыс. плиток.



Но выбор Арбата в качестве площадки был ошибочным. Крупный шрифт и высокая стоимость знака ограничивали информационную емкость надписи. Сокращенные послания часто сводились к лапидарным клише, а иногда теряли смысл или этику публикации. При реконструкции улицы в 2008 г. плитки были убраны с мостовой.

2.2.2. Сравнение: неокрашенная глубокая гравировка

Традиционный, применяемый с древности и до сих пор, способ изготовления прочных надписей в камне – неокрашенная глубокая гравировка на темном полированном граните.

Кроме высокой стоимости, недостатком этого способа является слабая контрастность картины, восприятие которой основано на визуальном различении серых углублений на темной фоновой поверхности.

Для читаемости с высоты роста человека размер знаков должен быть существенно больше, чем минимальный размер в Твердом Тексте. малых размерах серые знаки становятся неразличимыми.

Обратная зависимость между информационной емкостью и читаемостью гравировки иллюстрируется на примере знаменитого древнего образца.

При

Фрагмент 6,5 x 17,5 см Розеттского камня.
Ручная высечка на черном граните.

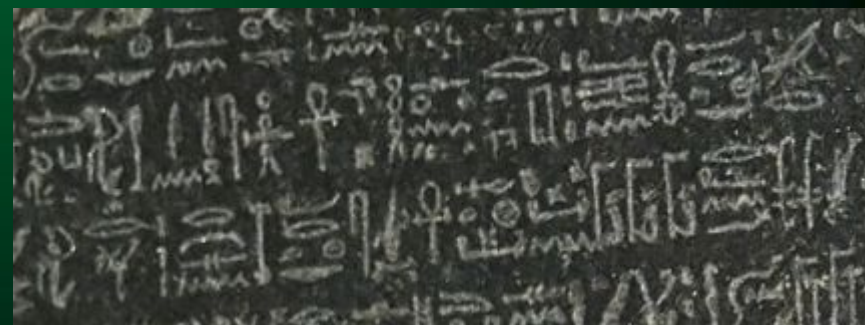
Камень имеет размеры 114 x 72 x 28 см, найден в Египте офицером армии Наполеона вблизи города Розетта в 1799 г., хранится в Британском музее.

После прибытия экспоната в Лондон высеченные углубления на поверхности гранита были покрыты мелом для удобства исследователей.

Надпись, составленная жрецами, возвеличивает царя. Включает три части, имеющие одинаковый смысл, но выполненные в разных знаковых системах.

Благодаря своей информационной емкости камень стал неоценимой находкой. Сопоставление частей надписи дало ключ к расшифровке иероглифов и открыло путь к изучению истории Древнего Египта.

Жрецы понимали преимущество плотного текста, и искусный мастер такой текст изготовил. Беглое прочтение, вероятно, не предусматривалось назначением камня. Мелкие знаки можно различить только с близкого расстояния.



Фрагмент опытного образца 1,7 x 6,2 см

В камне

2.2.3. Сравнение: другие разновидности надписей

Существует ряд способов изготовления надписей, от кустарной высечки с неровными знаками до лазерной гравировки с низкой контрастностью, заведомо не соответствующих назначению содержательного текстового декора (слайд 6). Некоторые разновидности указаны в таблице.

| Характерные свойства | ↓ Разновидности надписей | ↓ Критические недостатки | ↓ Фрагменты 3,4 x 6,2 см |
|--|--|---|--|
| Надпись из крупных знаков. | Большая часть высеченных вручную надписей содержат знаки высотой более 3 см. | Малая информационная емкость, невозможность получить комфортный для чтения текст. |  |
| Надпись на полностью окрашенной лицевой поверхности. | "Фотоплитка" имеет высокое начальное качество картины, которое быстро ухудшается, краска "выцветает". | Потеря натуральной, прочной фактуры камня, недостаточная стойкость цветного изображения. |  |
| Окрашенные знаки на фоне поверхности натурального цвета. | "Компьютерная гравировка" выполняется на полированной поверхности камня, полученные штрихи знаков окрашиваются. | Неизбежное ухудшение читаемости с течением времени, необходимость реставраций, высокая цена. |  |
| Выпуклые либо углубленные знаки на однотонной поверхности. | "Плитка с логотипом заказчика" выполняется в индивидуальной пресс-форме, краткая надпись неизменна в пределах серии. | Плохая читаемость, малая информационная емкость, невозможность получить содержательный текст. |  |

Примечание. Все фрагменты плиток на этом слайде, а также на предыдущих слайдах 8–11, приведены в одинаковом масштабе.

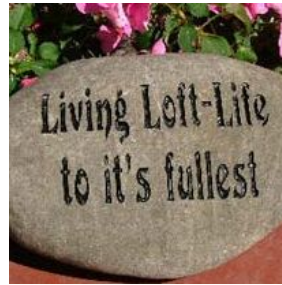
Фрагмент опытного образца 1,7х6,2 см



ТЕКСТ

2.2.4. Сравнение: камни для ландшафтного дизайна

В заключение обзора надписей на каменных материалах обратим внимание на работу мастерской в пригороде Атланты, США (www.stonescript.com)



Мастер Джоди Паркер делает по индивидуальным заказам гравировки надписей на речных камнях, подходящих по цвету и форме. Поверхности обрабатываются защитной пропиткой, на выгравированные знаки и несложные рисунки наносится контрастная темная краска. Цена готового изделия в пересчете на один знак надписи составляет не менее \$1.

Камни имеют размеры от минимального 8 x 13 см (надпись содержит одно или два слова) до максимального 30 x 38 см (надпись до пяти коротких строк) и применяются в качестве декоративных элементов в садах и на приусадебных участках. Мастерская ведет свой сайт, предлагает фотогалерею образцов и услуги оформления заказов по Интернет.

Образцы проигрывают Твердому Тексту по свойствам, сформулированным выше (слайд 7), имеют очень малую информационную емкость и далеки от комфортного книжного вида. Тем не менее, стиль обслуживания клиентов и позитивная тематика надписей демонстрируют признаки рыночного сегмента текстового декора.

Доставку готовых заказов в ближайшие четыре округа мастерская осуществляет бесплатно. Для потребителей из далеких штатов получение заказов может стать обременительным, поскольку сводится к почтовой пересылке тяжелых камней.

Глубокая гравировка выполняется кустарным способом, зависящим от умения конкретного работника. В отличие от такой мастерской, изготовители Твердого Текста опираются на удобную технологию промышленного типа, рассчитанную на тиражирование по десяткам ателье и приближение производства к потребителям.



Фрагменты приведены в одинаковом масштабе.

Фрагмент опытного образца 1,7 x 6,2 см

ТЕКСТ

3. Рынок Твердого Текста

До сих пор в предложении не было изделий, отвечающих назначению содержательного текстового декора (слайд 6), и поэтому не было спроса.

Твердый Текст реализует такое назначение и является средством изображения данных со средним объемом от 100 до 10 000 знаков в новой предметной форме. Проект рассчитан на информационные мотивации потребителей и претендует на следующий эффект.

Предложение новых средств индивидуального выражения информации всегда инициирует опережающий спрос, а объемы продаж превышают предварительные оценки. Эффект имеет достаточно подтверждений, от шариковой авторучки до компьютерных программ блогерных платформ.

Разумеется, технология не позволяет воплотить в камне видеоролик. Зато обеспечивает долговечную сохранность текстовых данных. При хранении информации в компьютерном файле для его долговечности потребуются переносы на оборудование последующих поколений, и эта перспектива не вполне соответствует бытовому пониманию надежности.

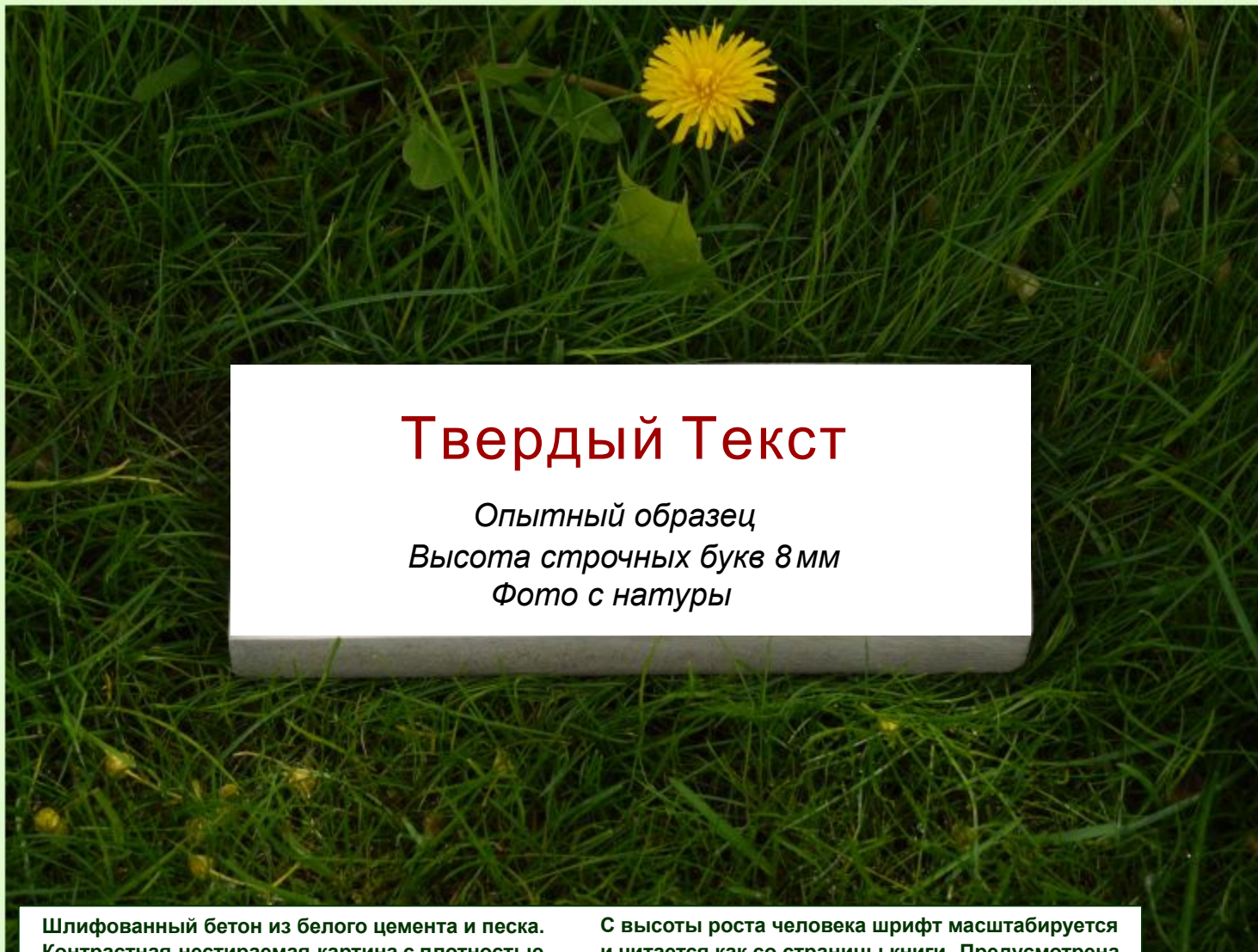
Помимо надежного воплощения информации, Твердый Текст имеет привлекательный вид, а его базовая строительная функциональность предполагает монтаж наряду с обычными каменными стройматериалами.



Мигающие индикаторы указывают возможные места для монтажа Твердого Текста.

В Камне

Плитка 7,7х18,9х2,0 см. Твердый Текст.
Фото с природы.



Твердый Текст

*Опытный образец
Высота строчных букв 8 мм
Фото с природы*

Шлифованный бетон из белого цемента и песка.
Контрастная нестираемая картина с плотностью
текста 60 знаков на 1 дм². Аналогов в мире нет.

С высоты роста человека шрифт масштабируется
и читается как со страницы книги. Предусмотрена
цветовая палитра строк, узоры и орнаменты.

ТЕКСТ

3.1. Целевой сегмент рынка



Целевой сегмент назван "сегментом текстового декора" и определен на верхнем уровне структурирования рынка как совокупность всех областей применений, кроме мемориальных объектов. Наиболее емкими составляющими целевого сегмента являются дизайн частных территорий и наружная информативная реклама.

Здесь под частными территориями понимаются земельные участки, прилегающие к коттеджам и частным жилым домам в городах и сельских местностях, а также дачные и садовые участки.

Твердый Текст применяется в декоративных целях в виде лицевых камней, панно из плиток, вставок в малые архитектурные формы, других элементов ландшафтного и архитектурного дизайна.

Несет развернутое произвольное содержание личного, литературного, семейного, династического, воспитательного, религиозного характера и многих иных информационных проявлений, которые не могут быть заранее предвидены самими прозорливыми маркетологами.

Лицевая поверхность выполняется по индивидуальному заказу и потребитель выбирает на свой художественный вкус цветовую гамму, размер и начертание шрифта, формат и компоновку текста.

Отличное качество изделий, многообразие стилей и неисчерпаемый тематический ресурс порождают возобновляемый спрос. Вербальное изложение является универсальным открытым кодом человеческих коммуникаций и приобретает новую ценность в каменной фактуре.



Мигающие индикаторы указывают возможные места для монтажа Твердого Текста.

В Камне

3.1. Целевой сегмент рынка (продолжение)



При использовании в облицовке фасадов и оформлении входных групп зданий офисов, магазинов, ресторанов, гостиниц Твердый Текст становится носителем наружной информативной рекламы.

Распространенные в настоящее время модули и элементы наружной рекламы рассчитаны в основном на размещение лаконичного сигнала. Билборд ограничивает информацию объемом слогана, а вывеска передает только название.

Технология позволяет изображать в каменных изделиях четкие строки с естественной смысловой нагрузкой. Например, "*миссии*" и "*истории*", которые формируют позитивный имидж и помещаются на сайтах фирм. Каменная фактура является атрибутом солидной подачи информации, благодаря которому наружная реклама в камне считалась наиболее престижной в европейских купеческих и ремесленных гильдиях.



Мигающие индикаторы указывают возможные места для монтажа Твердого Текста.

Целевой сегмент включает и другие применения, которые на текущей стадии "start-up" рассматриваются как дополнительный потенциал сбыта и составляют широкий спектр, от "аллеи звезд" на дорожке городского парка до таблицы умножения в детском саду.

Априорный обзор областей применений позволяет рассчитывать на значительную емкость целевого сегмента. Оценка в цифрах затруднена, поскольку в рынке отсутствуют аналоги товара.

Благоприятным фактором роста служит тенденция увеличения спроса на декоративные изделия в условиях строительного бума, который наблюдается в России и соседних странах.

Конкуренты в целевом сегменте и внешние барьеры входа в рынок отсутствуют. На стадии продаж Твердого Текста вероятны старты других разработчиков. Временной лаг будет увеличивать объемы начальных затрат, которые им потребуются для выпуска конкурентоспособной продукции.

3.2. Акцидентный сегмент



Некоторые предприятия, покупающие у Компании технологическую продукцию, увидят возможность использования изделий Твердого Текста в мемориальных объектах. В рамках проекта определен акцидентный сегмент для структурного выделения этой области, имеющей характерную специфику.

Справка. Термин "акцидентный" (от лат. *accidens* – второстепенный, случайный) заимствован из полиграфии, где он относится к изготовлению обложек, грамот, афиш, плакатов. По составу шрифтов, стилям форматирования и сравнительно небольшим объемам данных мемориальные надписи сходны с указанными видами печатных форм.

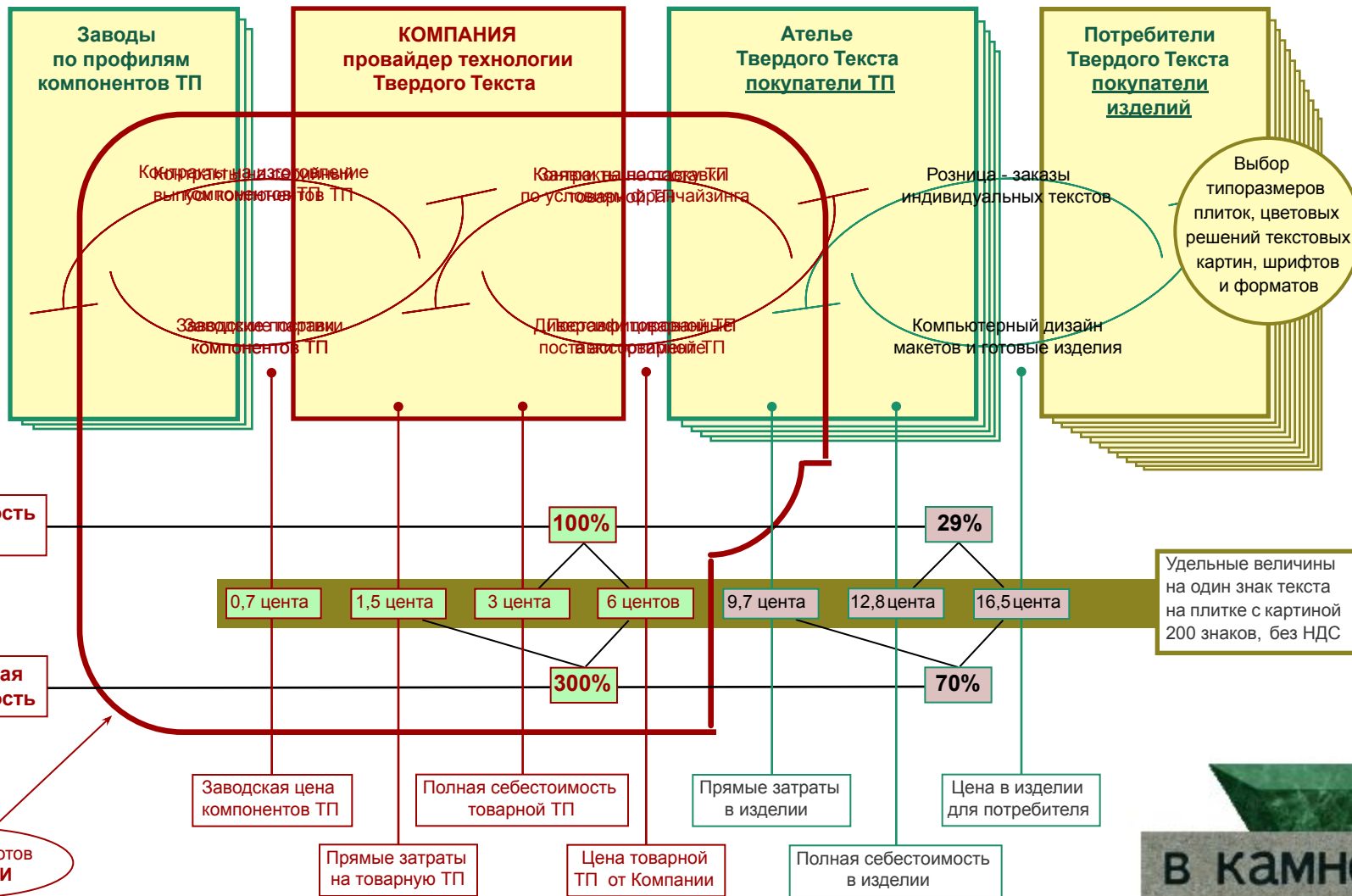
В отличие от целевого сегмента, интегрирующего неосуществимые ранее мотивации спроса, акцидентный сегмент образуется как замещение части рынка надписей, которые выполняются на каменных мемориальных объектах давно и повсеместно.

Применение в акцидентном сегменте обусловлено практической потребностью в прочных буквенных изображениях. Надо отметить, что здесь, в отличие от целевого сегмента, вероятна конкуренция со стороны мастерских, использующих традиционные способы надписей.

Компания не занимается продвижением в этом сегменте, но поставляет работающим предприятиям необходимую технологическую продукцию. Если новые изделия займут 10% рынка мемориальных надписей, то прибыль Компании вне целевого сегмента составит \$1 млн. в год.

4. Бизнес модель в целевом сегменте

Обозначение: ТП - Технологическая Продукция, обеспечивающая изготовление Твердого Текста.



5. Диспозиция проекта

Разработчик технологии Твердого Текста эксклюзивно владеет ключевым ноу-хау и приглашает инвестора для финансового обеспечения проекта по внедрению новых изделий. Могут рассматриваться различные схемы практической работы и юридического оформления Компании с участием венчурного инвестора или стратегического партнера.

Текущее состояние

| | |
|------------------------------------|--|
| Стадия проекта и результаты | "Start-up" - проведены опытные работы. Подтверждены уникальные свойства Твердого Текста. На предварительном этапе выявлена заинтересованность покупателей технологической продукции. Объем вложенных средств - \$ 170 тыс. |
|------------------------------------|--|

Варианты осуществления проекта

| Стратегия и инвестиции | Вариант 1. Выход на начало продаж с <u>минимальным</u> запасом продукции и ассортиментом. Объем инвестиций – \$ 800 тыс. | Вариант 2. Выход на начало продаж с <u>достаточным</u> запасом продукции и ассортиментом. Объем инвестиций – \$ 2000 тыс. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----|-----|-----|-----|-----|------|---------------|---|---|---|-----|-----|-----|---------------|---|---|---|----|----|----|---------|---|---|---|-----|------|------|---------|---|---|---|-----|-----|------|---|------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------------|---|---|---|---|-----|-----|---------------|---|---|---|---|----|----|---------|---|---|---|---|------|------|---------|---|---|---|---|-----|------|
| Сроки | Инвестиционная стадия – 3 года. Стадия продаж – 3 года (горизонт расчета до окупаемости проекта). | Инвестиционная стадия – 4 года. Стадия продаж – 2 года (горизонт расчета до окупаемости проекта без дисконтирования потока). | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Риски | Вероятные приостановки продаж, частичные потери рынков | Отсутствуют | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Основные статьи расходов инвестированных средств (\$) | 320 тыс. – зарплата на штат 5 чел. на 3 года 260 тыс. – оборудование (основные средства) 60 тыс. – оборотные материальные и денежные активы на 4-й год 160 тыс. – прочие расходы (начисления на зарплату, аренда и др.) | 620 тыс. – зарплата на штат 7 чел. на 4 года 500 тыс. – оборудование (основные средства) 530 тыс. – оборотные материальные и денежные активы на 5-й год 350 тыс. – прочие расходы (начисления на зарплату, аренда и др.) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Планируемые показатели по годам | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Показатель</th> <th>1-й год</th> <th>2-й год</th> <th>3-й год</th> <th>4-й год</th> <th>5-й год</th> <th>6-й год</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Расходы</td> <td>170</td> <td>300</td> <td>300</td> <td>320</td> <td>850</td> <td>1060</td> </tr> <tr> <td>На себестоим.</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>210</td> <td>620</td> <td>720</td> </tr> <tr> <td>Кол-во Ателье</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>10</td> <td>30</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>Выручка</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>590</td> <td>1780</td> <td>2970</td> </tr> <tr> <td>Прибыль</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>130</td> <td>500</td> <td>1100</td> </tr> </tbody> </table> | Показатель | 1-й год | 2-й год | 3-й год | 4-й год | 5-й год | 6-й год | Расходы | 170 | 300 | 300 | 320 | 850 | 1060 | На себестоим. | - | - | - | 210 | 620 | 720 | Кол-во Ателье | - | - | - | 10 | 30 | 50 | Выручка | - | - | - | 590 | 1780 | 2970 | Прибыль | - | - | - | 130 | 500 | 1100 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Показатель</th> <th>1-й год</th> <th>2-й год</th> <th>3-й год</th> <th>4-й год</th> <th>5-й год</th> <th>6-й год</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Расходы</td> <td>250</td> <td>390</td> <td>580</td> <td>700</td> <td>450</td> <td>940</td> </tr> <tr> <td>На себестоим.</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>440</td> <td>900</td> </tr> <tr> <td>Кол-во Ателье</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>20</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>Выручка</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1190</td> <td>4160</td> </tr> <tr> <td>Прибыль</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>460</td> <td>2040</td> </tr> </tbody> </table> | Показатель | 1-й год | 2-й год | 3-й год | 4-й год | 5-й год | 6-й год | Расходы | 250 | 390 | 580 | 700 | 450 | 940 | На себестоим. | - | - | - | - | 440 | 900 | Кол-во Ателье | - | - | - | - | 20 | 70 | Выручка | - | - | - | - | 1190 | 4160 | Прибыль | - | - | - | - | 460 | 2040 |
| Показатель | 1-й год | 2-й год | 3-й год | 4-й год | 5-й год | 6-й год | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Расходы | 170 | 300 | 300 | 320 | 850 | 1060 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| На себестоим. | - | - | - | 210 | 620 | 720 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Кол-во Ателье | - | - | - | 10 | 30 | 50 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Выручка | - | - | - | 590 | 1780 | 2970 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Прибыль | - | - | - | 130 | 500 | 1100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Показатель | 1-й год | 2-й год | 3-й год | 4-й год | 5-й год | 6-й год | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Расходы | 250 | 390 | 580 | 700 | 450 | 940 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| На себестоим. | - | - | - | - | 440 | 900 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Кол-во Ателье | - | - | - | - | 20 | 70 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Выручка | - | - | - | - | 1190 | 4160 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Прибыль | - | - | - | - | 460 | 2040 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Расходы Компании (\$ тыс.) _____ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Затраты на себестоимость (\$ тыс.) _____ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Количество покупателей ТП _____ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Реализация ТП (\$ тыс.) _____ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Чистая прибыль Компании (\$ тыс.) _____ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Примечание. В расчетах показателей принято, что покупателями технологической продукции (ТП) являются Ателье минимальной конфигурации – с одним мастером, который изготавливает за смену 8 плиток, содержащих текстовые картины по 200 знаков.

Макет декоративного панно

При оформлении заказа на изготовление Твердого Текста работник Ателье составляет компьютерный макет, позволяющий согласовать заказ в деталях.

На этом слайде показан макет фрагмента панно, предназначенного для монтажа в частном саду, в качестве элемента ландшафтного дизайна. Для примера выбрана литературная тематика.

Фрагмент включает две плитки Твердого Текста, две плитки пигментированного бетона и плитки натурального гранита. В текстовых картинах используется белый шрифт и цветные узоры.

Показанный фрагмент является относительно простым для изготовления. На практике Ателье смогут предложить плитки различных форматов и цветов, с насыщенным текстовым заполнением.

Макет выполнен как точное уменьшенное изображение натурального фрагмента 49 x 65 см. Размер и плотность шрифта соответствуют параметрам, которые получены в опытных образцах (слайды 5, 15).

Цена плитки Твердого Текста 10 x 28 см, содержащей 4 строчки стихотворения ("Зимняя ночь", Б.Пастернак), составит \$15 в проектной модели стоимостей (слайд 19).

На следующем слайде макет развернут на полный экран.





И пада
Со
И воск
Н

Декоративное панно

Высота строчных букв 8 мм

Компьютерный макет

еврале,

столе,



*
*
*

ТЕКСТ

Спасибо за внимание.

Е-mail для контактов:

stonetext@yandex.ru

В камне