

Бизнес-план

компания по обучению работе на компьютере, программ 1С и настройки компьютерных сетей

1. Резюме для высшего руководства

Используя свои преимущества, опираясь на контингент постоянных клиентов и зная их потребности, компания *Альтернатива* в течение трех лет увеличит объем продаж более чем в 8 раз, что приведет к увеличению совокупного объема продаж с 100 тыс. руб. в 2011 до 1,2 млн. руб. в 2014 году, а также повысит объем чистой прибыли, улучшит управление денежными средствами и увеличит оборотный капитал.

Данный бизнес-план описывает средства достижения поставленных целей: сосредоточенность на ценностях, характерных для наших сегментов целевого рынка, а также ориентация на домашний бизнес, службы занятости населения и пользователей, работающих в домашних офисах. Кроме того, в нем подробно изложена последовательность действий, направленных на повышение объема продаж, увеличение валовой прибыли и доходности компании.

План состоит из резюме и разделов, в которых содержатся сведения о компании, ее товарах и услугах, описание мероприятий и прогнозы, а также состав руководства и финансовые показатели.

1.1. Цели

1. К концу третьего года увеличить объем продаж более чем в 8 раз.
2. Добиться роста чистой прибыли на 30% и сохранять эти темпы роста.
3. В 2014 г. предоставить услуг по обучению граждан г. Саратова на сумму 1,2 млн. руб..

1.2. Миссия

Компания *Альтернатива* считает, что полноценное освоение информационных технологий в сфере адвокатских услуг, бухгалтерского дела и других областях невозможно без профессиональной помощи. Люди, занимающиеся малым бизнесом и не являющиеся специалистами по компьютерным наукам, нуждаются в образовательных услугах специалистов для углубления знаний в технике, которая помогает им в их работе, а так же в дальнейшем трудоустройстве (для старшекласников и неработающих). Им нужны стратегические партнеры, которые обеспечили бы их знаниями в ИТ области в стыковых моментах по отношению к их роду деятельности. Компания *Альтернатива* может стать таким доверенным деловым партнером. Мы считаем, что с нашей помощью клиенты смогут повысить

эффективность своей работы и получить максимальную прибыль. Многие виды информации, которую могут получить наши клиенты, являются чрезвычайно важными, поэтому наши клиенты должны быть уверены, что при необходимости смогут получить квалифицированную помощь в освоении компьютерной техники и прикладного программного обеспечения, необходимых для их деятельности.

1.3. Ключи к успеху

1. Отмежеваться от компаний, занимающихся продажей курсов без связки друг с другом. Позиционировать себя как компанию, обучающую и поддерживающую пользователей из курса в курс.
2. Увеличить чистую прибыль на 30%.
3. К концу третьего года увеличить оборот компании в 10 раз.

2. Краткое описание компании

Компания *Альтернатива* занимается перепродажей компьютеров в Саратове и Саратовской области. Она была основана как консалтинговая компания, однако со временем, следуя потребностям рынка, стала заниматься обучением использованию компьютера в профессиональной деятельности, делая упор на профессиональные курсы пользователей. Этим она отличается от других компаний, торгующих компьютерами и прикладным программным обеспечением.

2.1. Владельцы компании

Компания *Альтернатива* представляет собой общество с ограниченной ответственностью, 100% доли которой принадлежит ее основателю и генеральному директору Склемину Алексею.

2.2. План создания компании

Компания *Альтернатива*, как и все продавцы компьютеров, попала под пресс падающей валовой прибыли. Из-за низкой заинтересованности существующего бизнеса в аутсерсинговых услугах прибыль падает. Поэтому было принято решение переключиться на предоставление услуг частному сектору. Для того, чтобы улучшить положение фирмы на рынке ей требуется изменить свою структуру, что по сути означает разработать новый план создания компании, который находится в табл. 1.

Таблица 1. План создания компании

Начальные затраты	
Юридические расходы	6000
Канцелярские расходы	0
Переподготовка специалистов	0
Основные средства	248000
Аренда	254000
ПО	120000
Расходы на ФОТ	360000

Прочие расходы (реклама)	12000
Общие затраты	1000000

Таблица 2. Активы компании

Денежные средства	3500
Дебиторская задолженность	29000
Кредиторская задолженность	32500
Товарно-материальные запасы	20000
Нематериальные активы	10000

Таким образом нехватка денежных средств составляет 1 млн. руб.

2.3. Местоположение и возможности компании

Офис компании предполагается разместить на севере г. Саратова в спальном районе, что повысит ее посещаемость целевой аудиторией фирмы (частными лицами и их детьми желающими повысить свои знания в области компьютерных технологий).

3. Товары и услуги

Компания *Альтернатива* предоставляет услуги по освоению компьютерной техники и программного обеспечения, однако на данный момент это производится на территории заказчика, что снижает продуктивность даже «пассивной» рекламы. Наши услуги предусматривают разработку учебных программ и проведение обучения по компьютерным курсам.

3.1. Описание товаров и услуг

В области профессиональной подготовки выделяется 3 вида учебных программ, которые можно реализовать на базе знаний наших специалистов. Самое мало-бюджетное направление: «Пользователь ПК с предустановленной операционной системой Linux». Данная программа не предусматривает затрат на ПО. Ее реализация предусматривается на базе дистрибутивов Mandriva.com.

Направление «Опытный пользователь ПК с предустановленной операционной системой Microsoft» является основным. Ее цель — удовлетворение потребностей домашних пользователей в освоении компьютера для отдыха и развлечений, а также оптимального использования ресурсов сети Интернет.

Направление «Бизнес» — это наиболее важная составляющая учебной программы будущего учебного центра. Данный курс предусматривает освоение программного обеспечения фирмы «1С», и эта программа станет базой для поддержания точки безубыточности будущего предприятия.

3.2. Конкуренция

Единственный способ выделиться среди конкурентов — позиционировать себя как компанию, предоставляющую комплексное обучение в области компьютерной грамотности. Ценности, которые мы предлагаем своим покупателям, носят, в основном, нематериальный характер: доверие, надежность, личный контакт с персоналом и постоянная поддержка. Компьютерное оборудование — это сложный товар, требующий больших знаний и хорошей подготовки. Наши клиенты нуждаются в таковой поддержке и мы можем им ее дать. Кроме того нашим конкурентным преимуществом является наличие подготовленного персонала, близость к месту жительства потенциальных клиентов, а так же малый бюджет затрат на обучение.

3.3. Выпуск информационных материалов

У компании *Альтернатива* есть возможность публиковать «итоговые документы» (Свидетельства, сертификаты, дипломы и т. д.) бесплатно. Что снижает затратные статьи на будущее производство.

3.4. Источники дохода

Наши расходы являются одной из причин падения валовой прибыли. Однако при организации учебного центра все может измениться. Поскольку подразумевается размещение офиса в спальном районе, то основные источники дохода видятся в следующих категориях граждан:

- ▲ ученики старших классов прилегающих школ (в дальнейшем при организации детской компьютерной школы и средних классов) (10 школ около 100 человек)
- ▲ жители близ лежащих домов (3 микрорайона около 400 тыс. чел.)
- ▲ безработные относящиеся к Ленинскому Центру Занятости (5-8 тыс. чел.)
- ▲ студенты экономических ВУЗов и специальностей (10-15 тыс. чел.)

3.5. Технология

В компании *Альтернатива* разработаны учебные программы по всем трем направлениям обучения.

3.6. Обслуживание и поддержка

Наша стратегия предполагает чрезвычайно высокое качество обслуживания. Этот момент является крайне важным. Мы должны выполнять обещания, данные нашим клиентам.

- Обучение. Необходимо поднять качество обучения, однако с учетом квалификации сотрудников компании привлекать для преподавания специалистов в данной области необходимости нет, что снижает себестоимость затрат на организацию обучения и повышает конкурентную привлекательность компании для клиентов.
- Обслуживание программного обеспечения. Следует организовать горячую линию для поддержки клиентов (т. е. граждан прошедших обучение в компании) при самостоятельном использовании ПО по которому человек проходил обучение.

3.7. Товары (программы обучения)

Компания *Альтернатива* предлагает следующие программы обучения:

- ▲ **«Пользователь ПК с предустановленной операционной системой Linux»** - в программу обучения входит изучение слушателями основ ведения файлового архива в операционной системе Linux, запись файлов на внешние носители, использование офисных пакетов, архиваторов, пользовательский интерфейс в данной операционной системе, применение Интернета при пользовательском использовании данной операционной системы.
- ▲ **«Пользователь ПК с предустановленной операционной системой Microsoft»** - в программу входит изучение пользовательского интерфейса, запись файлов на внешние носители, формирование файловых архивов, в т.ч. архивные пакеты, использование Интернета при пользовательском использовании операционной системы.
- ▲ **«Пользователь системы 1С:Предприятие (бухгалтерия предприятия)»** - в программу входит глобальное изучение данной конфигурации в том числе использование данного программного обеспечения при ведении производственного бизнеса.
- ▲ **«Пользователь системы 1С:Предприятие (управление торговлей)»** - в программу входит полномасштабное изучение возможностей конфигурации *«Управление Торговлей»*.
- ▲ **«Пользователь системы 1С:Предприятие (управление кадрами)»** - в программу входит полномасштабное изучение возможностей конфигурации *«Управление Кадрами»*.
- ▲ **«Пользователь системы 1С:Предприятие (управление предприятием)»** - программу входит полномасштабное изучение возможностей конфигурации *«Управление Промышленным Предприятием»*.
- ▲ **«Развертывание сети между компьютерами на различных операционных системах и на меж-платформенной основе»** - в основу программы входит изучение аппаратной и программной составляющей для организации общих для нескольких компьютеров сетевых ресурсов. В программу входит изучение организации общего доступа в интернет с одним пулом доступа. Так же в программу входит изучение организации беспроводной а так же комбинированной сети. А так же организация сети на меж-платформенной основе.

4. Краткое описание рынка

Ключевым сегментом целевого рынка следует считать учеников старших классов, безработных, офисных (в том числе в государственных органах и предприятиях) работников которым не достаточно знаний в компьютерных технологиях, а также владельцев малых предприятий на которых работают 5–10 человек, и работающие в домашних офисах.

4.1. Сегментация рынка

Сегментация оставляет достаточно пространства для оценок и конкретных

определений. На аналитический взгляд при сегментации определяется следующие группы граждан, которые могут стать нашими клиентами:

- ▲ школьники старших классов, которые хотят получить начальные профессиональные знания по использованию компьютерной техники;
- ▲ служащие государственных органов, и офисные работники которым недостаточно знаний по использованию компьютерной техники в своей профессиональной деятельности;
- ▲ безработные, а так же те рабочие и служащие которые хотят сменить род деятельности на работу ближе связанную с компьютерной техникой;
- ▲ студенты экономических ВУЗов и экономических специальностей.

Таблица 3. Анализ целевого рынка

Анализ рынка		
Рыночные сегменты	2012	2013
«Пользователь ПК с Linux»	0	9900
«Пользователь ПК с Microsoft»	14400	12000
«Пользователь системы 1С:Предприятие»	684000	1140000
ВСЕГО:	698400	1161900

Таким образом к третьему году планируется выход оборота на 1,2 млн. руб.

4.2. Стратегия сегментации целевого рынка

ООО Альтернатива будет представлять учебный центр который разделяется на следующие категории.

1. *Торговые организации.* Такие организации не представляют долгосрочных учебных курсов и имеют в своем арсенале специалистов способных донести информацию о сложных технологических решениях до слушателей разной степени подготовленности в компьютерных технологиях. Данный тип организаций предоставляют только консалтинговые (разовые) услуги.
2. *Торговцы программного обеспечения.* Данный тип организаций предоставляет услуги по обучению исключительно программным продуктам, распространение которых входят в их обязанности.
3. *Учебные Центры.* В данном сегменте находятся организации, у которых организация обучения — коммерческая деятельность, поэтому в этих организациях ценообразования формируется по принципу максимума. Кроме того как показывает анализ местного рынка труда не в одном учебном центре нет или не достаточно специалистов по преподаванию тех программ (учебных и ПО) учебные программы которых предлагает компания *Альтернатива*.

4.2.1. Потребности рынка

Поскольку наш целевой рынок образуют клиенты, нуждающиеся в

образовательных услугах компьютерной отрасли, причем базовая часть составляют безработные, ученики и студенты (за которых будут оплачивать их родители) основными рыночными потребностями являются обучение по программам которые предложены компанией *Альтернатива*, а также определены из личного педагогического опыта владельца компании. Основным элементом нашей стратегии является сосредоточенность на сегментах целевого рынка, понимание их потребностей и стремление их удовлетворить. Все пользователи компьютеров нуждаются в поддержке и обслуживании. Многим людям для профессиональной деятельности необходимо знания в компьютерной отрасли. Однако самодостаточные люди удовлетворяют свои потребности самостоятельно. Как правило, в домашних офисах работают высококвалифицированные специалисты, предпочитающие полагаться только на свои силы. В среде бизнесменов также встречаются опытные специалисты. Однако, часто им требуются консультации, и с учетом конкурентной цены на услуги они могут получить необходимые им знания в гораздо более широком формате.

4.2.2. Тенденции рынка

Основной и очевидной тенденцией рынка является падение цен. Это утверждение остается истинным уже многие годы. Однако в последнее время падение цен ускорилось. Это демонстрирует и падение нашего предыдущего направления. Тем не менее, основные игроки на рынке компьютерных образовательных услуг не следуют за веяниями рынка и потребителей и по-прежнему предлагают образовательные услуги на высоком ценовом уровне. Средняя цена по городу по обучению по программе нашего «флагмана» - «Пользователь системы 1С:Предприятие» колеблется в районе 5 тыс. руб.

4.2.3. Рост рынка

По мере падения цен физический объем продаж увеличивается. Опубликованные исследования рынка персональных компьютеров поражают воображение. Оказывается, рынок России ежегодно поглощает более 10 млн. единиц компьютерной техники, а объем продаж растет более чем на 20% в год.

Все исследователи рынка сходятся в одном — объем продаж растет. При этом пользователям необходимо иметь возможность полноценно использовать аппаратуру в 25 – 30 тыс. руб. ценой. Для этого компания *Альтернатива* предлагает курсы «Пользователь ПК...», причем оправдывая свое названия, как на традиционных, так и на альтернативных платформах. Компания *Альтернатива* рассчитывает на рост данного сегмента рынка и планирует на 4 год существования увеличение цены (не критично) на данный вид услуг

4.3. Анализ отрасли

ООО *Альтернатива* будет представлять учебный центр который разделяется на следующие категории.

1. *Торговые организации.* Такие организации не представляют долгосрочных учебных курсов и имеют в своем арсенале специалистов способных донести информацию о сложных технологических решениях до слушателей разной

степени подготовленности в компьютерных технологиях. Данный тип организаций предоставляют только консалтинговые (разовые) услуги.

2. *Торговцы программного обеспечения.* Данный тип организаций предоставляет услуги по обучению исключительно программным продуктам, распространение которых входят в их обязанности.

3. *Учебные Центры.* В данном сегменте находятся организации, у которых организация обучения — коммерческая деятельность, поэтому в этих организациях ценообразования формируется по принципу максимума. Кроме того как показывает анализ местного рынка труда не в одном учебном центре нет или не достаточно специалистов по преподаванию тех программ (учебных и ПО) учебные программы которых предлагает компания *Альтернатива.*

4.3.1. Участники рынка

1. Общенациональные сети распространителей программного обеспечения специализирующиеся на распространении программных продуктов фирмы «1С» и предлагающие курсы по данным продуктам: ООО «БиТ», ООО «Софтлайн»;

2. Местные распространители программного обеспечения специализирующиеся на распространении программных продуктов фирмы «1С» и предлагающие курсы по данным продуктам: ЗАО «Техносерв-С», ООО «Золотая Плата», ООО «Салари»;

3. Федеральные учебные центры (центр) в Саратовском регионе в г. Саратов находится единственный учебный центр в России – российское представительство фирмы Artech.

4. Местные учебные центры ООО «Трайтек», ООО «ВШБ», ООО «Школа Красоты»

5. ВУЗы: СГУ, СГТУ, СГСЭУ, СГАУ, ПАГС, СГАП

4.3.2. Партнеры

Частные лица, родители, сами слушатели, а так же представители малого бизнеса всегда выбирают поставщика товаров и услуг который находится вблизи работы или дома. Поскольку для родители важно чтоб их дети не были вынуждены большое время тратить на дорогу до обучения.

Представители малого бизнеса вынуждены постоянно находиться вблизи собственного бизнеса, либо для осуществления предпринимательской деятельности, либо для осуществления контрольных функций при руководстве своим бизнесом.

4.3.3. Конкуренция и поведение покупателей

Покупатели на рынке малого бизнеса понимают важность обслуживания и поддержки техники. Однако, поскольку они имеют некоторый дефицит денежных средств, любой владелец малого бизнеса хотел бы разбираться не только в собственном бизнесе, но и в смежных (обслуживающих) видов деятельности. Они готовы нести связанные с этим расходы, если предложение сформулировано ясно и четко.

Работа нашей фокус-группы свидетельствует о том, что клиентов из

сегмента домашних пользователей интересует цена, в чем наша компания выгодно отличается от конкурентов. Однако, если правильно сформулировать предложение, то решение о покупке в том числе услуги они принимают, исходя из качества обслуживания и квалификации обслуживающего персонала. Цена – это фактор, постоянно влияющий на наших клиентов. Они приучились делать решение о покупке, ориентируясь на цены. Важную роль играет наша способность качественно решить задачу, о повышении их компьютерной грамотности.

4.3.4. Основные конкуренты

Общенациональные сети распространителей ПО

В нашем городе достаточно представителей разработчиков ПО, а так же сетей распространения ПО.

Преимущества: общенациональный имидж, высокий объем продаж, агрессивная реклама, экономия за счет масштаба.

Недостатки: недостаточно широкий ассортимент, нехватка знаний, недостаточная подготовка персонала, высокая стоимость услуг.

Местные распространители ПО фирмы «IC»

В нашем городе достаточно разработчиков ПО, а так же сетей распространения ПО.

Преимущества: высокий объем продаж, агрессивная реклама, экономия за счет масштаба.

Недостатки: недостаточно широкий ассортимент, нехватка знаний, недостаточная подготовка персонала, высокая стоимость услуг.

Федеральные учебные центры

В нашем городе всего один учебный центр федерального масштаба

Преимущества: общенациональный имидж, местоположение рядом с ВУЗом, агрессивная реклама, экономия за счет государственной и административный ресурс.

Недостатки: недостаточно широкий ассортимент, нехватка знаний, недостаточная подготовка персонала, высокая стоимость услуг.

Местные учебные центры

В нашем городе достаточно учебных центров.

Преимущества: устоявшийся имидж, высокий объем продаж, агрессивная реклама, экономия за счет масштаба.

Недостатки: недостаточно широкий ассортимент, нехватка знаний, недостаточная подготовка персонала, высокая стоимость услуг.

ВУЗы

В нашем городе достаточно много ВУЗов, в том числе технического направления.

Преимущества: общенациональный имидж, близость к целевой аудитории.

Недостатки: широкий кругозор не дающий конкретных навыков в использовании непосредственного программного обеспечения, нехватка кадров (экономят на фонде оплаты труда), как результат - недостаточная подготовка персонала, кроме того специализация ВУЗов не позволяет

предоставлять весь необходимый слушателям спектр предлагаемых нашей компанией курсов.

5. Стратегия и реализация

Домашние офисы, а как результат домашние пользователи в Саратове растущий сегмент рынка. В стране функционируют около 1 млн. домашних офисов, причем их количество каждый год увеличивается на 10%. Наши оценки перспектив развития предоставления наших услуг на локальном рынке основаны на результатах анализа, маркетингового исследования проведенного нашей компанией в ноябре-декабре 2011 года.

Домашние пользователи подразделяются на несколько типов. Для нашего бизнеса наиболее важными являются пользователи использующие домашние компьютеры как домашние офисы, в том числе работающие как подразделения профессиональных компаний. Чаще всего это домашние офисы компьютерных художников, писателей и консультантов, а также бухгалтеров, адвокатов и докторов.

5.1. Описание стратегии

Учитывая, что основной упор наша компания делает на образовательных услугах в компьютерной отрасли начинающих пользователей, мы должны уделить особое внимание прикладному программному обеспечению как нашему продукту (учебные программы). Наши программы обучения сетевым технологиям предусматривают обучение основам работы с электронной почтой и сеть Internet. Программы обучения включают также программные продукты предназначенные для финансового контроля и автоматизации учета денежных средств. Для разработки собственных программ обучения дополнительной работы не требуется, нашим учредителем в рамках работы в ВУЗе подготовлены все учебные программы по предлагаемым нами направлениям. Вторая стратегия направлена на укрепление отношений с клиентами. Мы должны проводить консалтинговую работу с гражданами которые прошли обучение в нашем учебном центре. Программа предусматривает предоставление учебной литературы.

5.2. Рыночное предложение

В отличие от наших конкурентов мы позиционируем компанию *Альтернатива* как место где можно получить практические навыки по курсам предоставляемым нашей компанией.

5.3. Конкурентное преимущество

Наше конкурентное преимущество в первую очередь заключается в том, что мы позиционируем себя как организацию ориентирующуюся на повышение практических навыков наших слушателей и как организацию работающую с частными лицами где цена — *важнейший* фактор.

5.4. Стратегия маркетинга

В основе нашей общей стратегии лежит стратегия маркетинга.

1. Акцент на цене услуги.
2. Установление долгосрочных отношений.

3. Сосредоточенность на малом бизнесе и домашних пользователей, представляющих собой целевые рынки компании.

5.4.1. Позиционирование

Компания *Альтернатива* позиционируется как предприятие для частных клиентов и представителей малого бизнеса в первую очередь тех кто работает в условиях домашнего офиса.

5.4.2. Стратегия ценообразования

Предоставляя услуги высокого класса, мы должны получать адекватную оплату. Структура наших доходов должна соответствовать структуре расходов, так что зарплаты, которые мы платим нашим сотрудникам, должны быть сбалансированы поступающими доходами. В этом компания *Альтернатива* выгодно отличается от своих настоящих и будущих конкурентов. Поскольку на начальном этапе компания может обойтись малым числом сотрудников.

5.4.3. Продвижение

Наш успех зависит от качества рекламной кампании, направленной на привлечение новых клиентов. Изменяя свою стратегию, мы должны изменить подходы к рекламе. Поскольку расположение офиса предполагается в спальном, густонаселенном районе города, то в первую очередь это *мало-бюджетные рекламные объявления* на прилегающей местности, однако нельзя обойти и СМИ в первую очередь *газеты разносимые по почтовым ящикам жителей* города бесплатно, а так же *газеты по трудоустройству*. Для охватывания пользователей из сектора малого бизнеса необходимо подать рекламу в еженедельник «*Цены*» распространяющимся не только по городу, но и в области, что повышает количество потенциальных клиентов благодаря цене на услуги и близости предполагаемого офиса к северной границе города.

5.4.4. Стратегия распределения

Наиболее важная программа обучения «Пользователь системы 1С:Предприятие». За ее выполнение будет отвечать Склемин Алексей. Бюджет равен 684 тыс. руб. в год

Вторая по важности программа является «Развертывание сети между компьютерами с различными операционными системами». Ответственность за ее выполнение несет Склемин Алексей.

Бюджет составляет 936 000 руб в год.

5.5. Стратегия продаж

1. Мы должны продвигать свою компанию, а не товары. Мы «продаем» компанию *Альтернатива*, а не Apple, IBM, Hewlett-Packard, Compaq или какую-либо иную компанию.

2. Мы должны продвигать услуги по обучению пользователей. Аппаратное обеспечение — это лишь «бритвенный станок», а знание необходимого программного обеспечения — это собственно «бритва».

3. Проведение маркетинговых исследований позволяют делать амбициозные прогнозы. Мы ожидаем увеличения объема продаж с 0 млн руб. в этом году до 1,2 млн руб. в 2014 году.

5.5.1. Показатели продаж

Основные показатели представлены в табл. 4. Совокупный объем продаж к концу 2014 года должен достичь 3060300 руб.

Таблица 5. Прогноз продаж

План продаж			
Рыночные сегменты	2012	2013	2014
«Пользователь ПК с Linux»	0	9900	19800
«Пользователь ПК с Microsoft»	14400	12000	0
«Пользователь системы 1С:Предприятие»	684000	1140000	1140000
«Развертывание сети...»	0	0	40200
ВСЕГО:	698400	1161900	1200000

Таблица 6. Затраты на продажи

План продаж			
Рыночные сегменты	2012	2013	2014
ФОТ	360000	360000	360000
ВСЕГО:	360000	360000	360000

5.5.2. Программы продаж

1. Прямой маркетинг. Продвижение курсов среди слушателей которые уже прошли один курс подготовки. По данной программе клиент получает 5% скидку на прохождение следующего курса.
2. Программа «Приведи друга...» по которой клиент получает 10% скидку на прохождение курса если приводит своего знакомого на обучение.
3. Проведение переговоров и подписание договоров с центрами занятости.

Важным фактором в данном случае будет одобрение проекта в 11 году, так как это дает компании *Альтернатива* целевую аудиторию в 115 человек — студентов ВУЗа Саратовский Государственный Технический Университет. Проведенный социологический опрос показал, что большинство из них заинтересовано в получении знаний по курсу «Пользователь системы 1С:Предприятие», что в свою очередь дает нам надежду на доход в первый же месяц деятельности $N*r*P=C$

Где,

N — количество пользователей;

r — коэффициент риска;

P — цена услуги;

C — выручка.

Таким образом:

$115 * 0,5 * 1900 = 109250$ руб.

5.6. Календарный план

В следующей таблице приведены самые важные контрольные оценки.

Просматривая таблицу строка за строкой, можно проследить, как наша программа реализует выбранную стратегию. Большинство запланированных мероприятий тесно связаны со стратегическими целями, предусматривающими увеличение количества услуг и установление более тесных связей с клиентами.

Таблица 7. Календарный план

Контрольные отметки				
	Начало	Конец	Смета	Ответственный
Прямой маркетинг	25.12.11	31.12.11	0	Склемин А.А.
Пассивная реклама	01.01.12	10.01.12	0	Склемин А.А.
Закупка оборудования	11.01.12	12.01.12	368000	Склемин А.А.
Аренда помещения	11.01.12	11.01.12	240000	Склемин А.А.
Проведение занятий	12.01.12	31.12.12	360000	Склемин А.А.
Заключение договор в ЦЗН	11.01.12	11.12.12	0	Склемин А.А.
Переговоры со школами	04.01.12	11.01.12	0	Склемин А.А.
Проведение занятий	04.01.13	31.12.13	360000	Склемин А.А.

6. Резюме менеджмента

Философия менеджмента нашей компании основана на ответственности и взаимном уважении. Люди, работающие в компании *Альтернатива*, желают в ней работать, потому что атмосфера в нашей фирме поощряет творческую работу и стремление к успехам.

6.1. Организационная структура

Компания *Альтернатива* должна управляться собственником. Ее структура является структурой единоначалия.

6.2. Исполнение бизнес-плана

Бизнес, которым занимается компания *Альтернатива*, требует высокого уровня подготовки. Следовательно, для выполнения стоящих перед нею задач нецелесообразно использовать структуру, в которой партнеры заключают контракты и поручают их исполнение подчиненным. Партнеры должны быть непосредственно вовлечены в исполнение ключевых функций компании и лично участвовать в консультировании клиентов.

Первоначальный штат компании является экспериментальным, но вместе с тем практичным на этапе становления бизнеса (1-3 года). Выигршность нашей компании по сравнению с конкурентами в том что на организационном этапе компания может обойтись одним работником — основателем компании, что оптимизирует статью расходов на Фонд Оплаты Труда.

Позднее компания сможет привлечь дополнительных преподавателей, консультантов и менеджеров. Резюме основателя компании прилагается к плану.

6.3. Штатное расписание

Детальное штатное расписание компании на первый год включено в приложение. Ниже приводятся оценки ежегодных затрат на оплату работы сотрудников.

Таблица 8. Штатное расписание

Штатное расписание	Затраты на штат		
	2012	2013	2014
Владелец (он же преподаватель)	360000	360000	360000

Стоит отметить, что в расходы на оплату труда включены все расходы включая выплаты во внебюджетные фонды.

7. Финансовый план

Наш финансовый план основан на осторожных оценках и маркетинговых исследованиях. Для распределения финансовых средств сначала необходимо спланировать первоначальные инвестиции.

7.1. Прогноз прибылей и убытков

Детальное описание прибылей и убытков (декларация о доходах) в течение первого года приведено в приложении. В следующей таблице указаны годовые оценки соответствующих показателей.

Таблица 9. Расходная часть бюджета

Расходная часть			
Статья расходов	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Аренда	240000	240000	240000
Заработная плата	240000	240000	240000
Налоги с ФОТ	120000	120000	120000
Оборудование	248000	0	0
Программное обеспечение	120000	0	0
Реклама	16000	0	0
Юридические услуги	6000	0	0
Всего	1000000	500000	500000

Таблица 10. Доходная часть бюджета

Доходная часть			
Продукт (курс обучения)	2012 г.	2013 г.	2014 г.
«Пользователь ПК с Linux»	0	9900	19800
«Пользователь ПК с Microsoft»	14400	12000	0
«Пользователь системы 1С:Предприятие»	684000	1140000	1140000
«Развертывание сети...»	0	0	40200
ВСЕГО:	698400	1161900	1200000

7.2. Анализ безубыточности

Результаты анализа, включая месячное количество заказов и их объемы, обеспечивающие безубыточность, приведены в табл. 11.

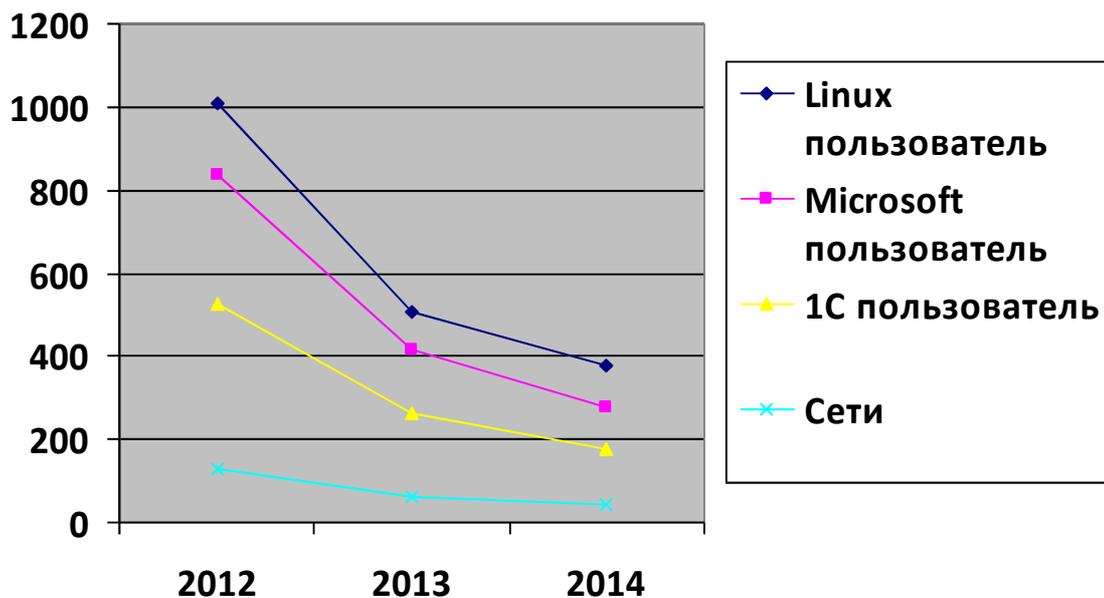
Таблица 11. Анализ безубыточности

Продукт (курс обучения)	2012 г.	2013 г.	2014 г.
«Пользователь ПК с Linux»	1011	505	337
«Пользователь ПК с	834	417	278

Microsoft»			
«Пользователь системы 1С:Предприятие»	526	263	176
«Развертывание сети...»	128	64	43

Таким образом, наиболее популярным и наиболее стабильно приносимый доход является продукт (курс обучения): «Пользователь системы 1С:Предприятие» ибо он наиболее востребован на рынке и разделяется на три курса по разным конфигурациям.

Поэтому, график безубыточности представляется нашей компанией в следующем виде:



7.3 Расчет возврата денежных средств заемщика

Компания *Альтернатива* видит метод возврата следующим образом: поскольку все начальные затраты и затраты на первый год деятельности нашей компании заложены в кредитную сумму, а планируемый доход первого года деятельности заложен в размере **698400** руб. то таким образом выплаты по **500 000** руб. ежегодно видится вполне реальными.

Исходя из процентной ставки в 29,5% и принципа начисления процентов на остаток, т. е. по формуле:

$$V=S-v*Ps$$

Где,

V — остаточная выплата;

S — сумма кредита;

v — сумма совершенной выплаты;

Ps — процентная ставка.

Таким образом, компания Альтернатива готова в первые два года погасить сумму задолженности, а в третий сумму по оговоренной ставке, то есть выплаты видятся нам следующем графике:

Таблица 12 График выплат

Годы	Суммы выплат
2012	500000
2013	500000
2014	442500
ВСЕГО:	1442500

Для наиболее удобного планирования бюджета было бы удобно делать выплаты раз в год.

Учебная программа «Пользователь ПК на Linux»

1. Интерфейс операционной системы
2. отличительные черты от Windows
3. формирование папок (директорий)
4. создание файлов
5. установка/удаление программ
6. прослушивание звуковых файлов
7. просмотр файлов видео-ряда
8. создание графических файлов (не подробно)
9. запись файлов на внешние носители
10. использование OpenOffice
11. использование редактора Writer
12. использование редактора Calc
13. создание презентаций в приложении Impress
14. использование приложения Math для создания формул в текстах
15. использование Интернет в Linux

Учебная программа «Пользователь ПК на Microsoft»

1. Интерфейс операционной системы
2. отличительные черты от Linux
3. формирование папок (директорий)
4. создание файлов
5. установка/удаление программ
6. прослушивание звуковых файлов
7. просмотр файлов видео-ряда
8. создание графических файлов (Paint)
9. запись файлов на внешние носители
10. использование Microsoft Office
11. использование редактора Word
12. использование редактора Excel
13. создание презентаций в приложении PowerPoint
14. использование приложения для создания формул в текстах
15. использование Интернет в Windows

Учебная программа «Пользователь системы 1С:Предприятие»

1. знакомство с системой
2. интерфейс системы
3. предварительная настройка конфигурацией
4. начальный ввод данных
5. учет кассовых операций
6. учет операций по р/с
7. зарплата и кадры
8. учет основных средств
9. торговые операции
10. учет производства
11. о составлении регламентированной отчетности

Учебная программа «Развертывание сетей между компьютерами на различных операционных системах и на меж-платформенной основе»

1. Виды сетей (проводные, беспроводные)
2. оборудование для постройки и настройки сетей
3. виды сетей (одноранговые многоранговые)
4. Сети Windows
5. центр управления сетями
6. настройка IP в Windows
7. настройка IP4 в Windows
8. настройка IP6 в Windows
9. настройка общего доступа к папке в Windows
10. настройка общего доступа к принтеру в Windows
11. центр управления сетями в Linux
12. настройка IP в Linux
13. настройка IP4 в Linux
14. настройка IP6 в Linux
15. настройка общего доступа к папке в Linux
16. настройка общего доступа к принтеру в Linux
17. настройка общих ресурсов между Windows и Linux
18. настройка общих ресурсов между Linux и Windows

Резюме владельца компании Альтернатива**Склемин Алексей Анатольевич**

Тип работы: Полный рабочий день

Ф.И.О.: Склемин Алексей Анатольевич
Телефон: (8452) 549727 (с 21 до 22)
Телефон: (902) 7171521 (с 7 до 21)
Электронная почта: a_sklemin@mail.ru

Личная информация

Город проживания: Саратов
Район проживания: Ленинский
Образование: Высшее
Дата рождения: 23 июля 1976 г. (35 лет)
Пол: Мужской
Семейное положение: Женат, детей нет

Опыт работы

Период работы: С июня 2005 года по настоящее время
Должность: Генеральный директор (Полная занятость)
В организации: ООО "Альтернатива", г.Саратов
Описание деятельности организации: Полная организация с 0 и малым бюджетом
продвижение компании в отрасли b2b услуг
заключение договоров
управление закупками (транспортная логистика)
оптимизация закупок
определение ценовых отношений с поставщиками
управление складскими запасами (складская логистика)
руководство персоналом от 10 до 50 человек
ведение бухгалтерского учета
подготовка и сдача в ИФНС и ПФР отчетности
Автоматизация учета на собственном предприятии и на предприятиях клиентов

Должностные обязанности: Организация работы коллектива компании
Оптимизация затрат
ведение управленческого и бухгалтерского учета
стимулирование персонала
подготовка и сдача налоговой отчетности и отчетности во внебюджетные фонды

Период работы: С августа 2000 года
Должность: Ассистент, Старший преподаватель (Частичная занятость)
В организации: СГТУ, г.Саратов

Описание деятельности организации:	Преподаватель предметов ИТ-сферы
Должностные обязанности:	Преподавание предметов ИТ-сферы Информационная безопасность, Локальные и глобальные информационные системы и сети, 1С: Бухгалтерия, ведение дипломный работ в ИТ-сфере: Информатика, Компьютерные технологии в экономике (1С:Бухгалтерия), Информационные технологии в бухгалтерском учете и аудите (1С:Бухгалтерия), Математическое моделирование в в экономике, Математические методы и модели в бизнесе и управлении. Написание кандидатской диссертации с применением разработанного программного обеспечения

Образование

Учебное заведение:	Саратовский государственный технический университет (Саратов)
Дата окончания:	Июнь 1998 года
Факультет:	Социально-Гуманитарный
Специальность:	Информационные системы
Форма обучения:	Дневная/Очная

Курсы и тренинги

Название курса:	Развертывание настройка и организация работы Microsoft Server 2008 R2
Учебное заведение:	АУЦ Artech, г. Саратов
Дата окончания:	Октябрь 2011 года
Название курса:	Администрирование и Конфигурирование 1С Предприятие 8.2
Учебное заведение:	АУЦ "БиТ", г. Саратов
Дата окончания:	Август 2011 года
Название курса:	Ведение бухгалтерского и налогового учета в программе 1С:Бухгалтерия 8.2
Учебное заведение:	АУЦ "БиТ", г. Саратов
Дата окончания:	Июль 2011 года
Название курса:	Теория Бухгалтерского Учета
Учебное заведение:	АУЦ "БИТ", г. Саратов
Дата окончания:	Июнь 2011 года

Иностранные языки и компьютерные навыки

Английский:	Свободно владею
-------------	-----------------

Французский:	Базовый
Компьютерные навыки:	1С, Office, Windows, Linux, Unix, Hardware... Очень хороший специалист в компьютерной сфере. Один заменяю команду специалистов.
Уровень владения компьютером:	Эксперт

Дополнительная информация

Наличие водительских прав:	Категория В
Готовность к командировкам:	Да
Рекомендации и ссылки:	Нет
Ключевые навыки и достижения:	Наибольшее достижение: организация и успешное ведение бизнеса в отрасли ИТ торговля компьютерным оборудованием работа с контролерами компьютерный аутсерсинг коллектив достигал до 12 человек в институте: Написание кандидатской диссертации с применением разработанного программного обеспечения
Дополнительные сведения:	Вредных привычек не имею, веду активный образ жизни
Занятия в свободное время:	Автомобили и бильярд