

ВВЕДЕНИЕ

Планирование – одна из важнейших предпосылок оптимального управления производством на предприятии. Планирование – это построение плана, способа будущих действий, определение экономического содержания и последовательных шагов, ведущих к намеченной цели.

Обширный опыт зарубежных и отечественных предприятий доказывает, что планирование предпринимательской деятельности крайне важно, его игнорирование или некомпетентное осуществление приводят к огромным экономическим потерям и, в конечном счете, к банкротству. В условиях рынка нереально добиться стабильного успеха в бизнесе, если эффективно не планировать его развитие, не собирать постоянно информацию о собственных перспективах и возможностях, о состоянии целевых рынков, положении конкурентов и так далее.

Известно, что наилучший способ увеличить шансы на успех – планировать свои действия и придерживаться назначенных ориентиров. План может уберечь от коммерческой деятельности, обреченной на провал. Тщательно составленный план может быть быстро переработан в финансовую заявку, которая удовлетворит большинство кредиторов.

Многие предприниматели склонны недооценивать роль внутрифирменного планирования вообще и подготовки обоснованного бизнес-плана в частности. При этом они полагаются на собственную интуицию и опыт, установившиеся неформальные связи в деловых кругах, кажущиеся хорошими рыночные перспективы и другие обстоятельства.

И многие из них испытывают серьезные затруднения при попытке чётко и в последовательной системе изложить свое видение бизнеса. Подготовка и составление детального бизнес-плана превращается для них в тяжелейшую обязанность, которую все-таки надо исполнять, и не кое-как, а на высоком профессиональном уровне.

Поэтому овладение техникой бизнес-планирования является актуальной задачей предпринимателей. Начиная свою деятельность, они должны ясно представлять потребность в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь четко рассчитывать эффективность

использования ресурсов в процессе работы фирмы. Несомненно, бизнес-план является основой организации предпринимательской деятельности.

Целью написания курсовой работы является изучение методов разработки бизнес-плана и разработка разделов бизнес-плана на примере создания компьютерной фирмы.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнение следующих задач:

1. Изучить методологические основы планирования на предприятии.
2. Рассмотреть понятие, состав и структуру бизнес-плана.
3. Изучить место бизнес-плана в развитии организации.
4. Разработать разделы предпринимательского бизнес-плана.

Предметом исследования является методология разработки бизнес-плана.

Объект исследования – компьютерная фирма «Алекто».

При написании контрольной работы были использованы работы таких авторов как: Н. П. Грибалева, Н. А. Савельева, И. В. Липсиц, А. В. Бусыгин, В. М. Попов, В. Я. Горфинкель и других.

1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

1.1 Понятие бизнес-плана

Планирование – это процесс подготовки управленческого решения, основанный на обработке исходной информации и включающий в себя выбор целей, определение средств и путей их достижения посредством сравнительной оценки альтернативных вариантов и принятия наиболее реального из них в ожидаемых условиях развития. В теории планирования выделяют три стороны:

- социально-экономическую, которая выражает экономические и социальные процессы расширенного воспроизводства, то есть объект планирования;
- методологическую, отражающую совокупность принципов и методов планирования, то есть инструментарий познания и активного воздействия на социально-экономические процессы;

- организационную, которая отражает структуру плановых органов и технологии разработки планов, то есть субъект планирования. [2]

Бизнес-план – это документ, описывающий все основные аспекты будущего фирмы или новой деятельности и содержащий анализ проблем, с которыми она может столкнуться, а также способы их решения. Бизнес-план может быть разработан как для нового, только создающегося предприятия, так и для уже существующих организаций на очередном этапе их развития.

Бизнес-план – это краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективные решения и определить средства для их достижения. Бизнес-план является документом, позволяющим управлять бизнесом, поэтому его можно представить как неотъемлемый элемент стратегического планирования и как руководство для исполнения и контроля. [6]

Ядро бизнес-плана – концентрирование финансовых ресурсов для решения стратегических задач, то есть он призван помочь предпринимателю решить следующие основные задачи, связанные с функционированием фирмы:

- определить конкретные направления деятельности, перспективные рынки сбыта и место фирмы на этих рынках;
- оценить затраты, необходимые для изготовления и сбыта продукции, соизмерить их с ценами, по которым будут продаваться товары, чтобы определить потенциальную прибыльность проекта;
- выявить соответствие кадров фирмы и условий для мотивации их труда требованиям по достижению поставленных целей;
- проанализировать материальное и финансовое положение фирмы и определить, соответствуют ли материальные и финансовые ресурсы достижению намеченных целей;
- просчитать риски и предусмотреть трудности, которые могут помешать выполнению бизнес-плана.

Основная цель разработки бизнес-плана – планирование хозяйственной деятельности фирмы на ближайшие и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов. [7]

Наряду с главной, определяющей, целью составители бизнес-плана должны отразить другие цели:

- выявление незаполненных ниш на рынке для позиционирования товара;
- позиционирование товара на рынке;
- определение необходимых ресурсов для производства и продвижения товара на рынке;
- установление потенциальной конкурентоспособности предприятия;
- определение потенциальной рентабельности и финансовой устойчивости предприятия;
- выявление рисков предпринимательской деятельности;
- конкретизация перспектив бизнеса в виде системы количественных и качественных показателей;
- привлечение внимания и обеспечение поддержки со стороны потенциальных инвесторов.

Важной целью бизнес-планирования называют также получение опыта планирования, развития перспективного взгляда на рабочую среду организации.

[\[8\]](#)

Бизнес-план может выполнять следующие функции:

- разработка концепции ведения бизнеса на базе маркетингового, производственного, организационного и финансового планов, что позволяет тщательно отработать стратегию и все возможные нюансы тактики в условиях постоянно меняющейся экономической конъюнктуры (спроса, предложения, цен, налогов, технологии производства и т. п.) еще в теории («на бумаге»), а не в реальных условиях, когда уже трудно предусмотреть все вероятные варианты развития событий и адекватные им решения;
- бизнес-план является практически единственным обоснованием для привлечения денежных средств у заимодавцев или потенциальных инвесторов;
- оценка фактических результатов работы предприятия за определенный период и контроль выполнения различных бюджетов и показателей краткосрочных планов;
- обоснование выбора инвестором наиболее приемлемого варианта инвестирования для получения максимальной прибыли (дохода), установление необходимого объема финансирования и его источников;
- определение целесообразности инвестирования в предполагаемый инвестору объект и его места строительства с учетом предварительных условий и примерных технико-экономических показателей в пределах финансовых

возможностей инвестора.

1.2 Состав и структура бизнес-плана

Состав, структура и объем бизнес-плана определяются спецификой вида деятельности, размером предприятия и целью составления. [\[9\]](#)

В бизнес-плане оцениваются возможные варианты развития ситуации как внутри фирмы, так и вне её. Он особенно необходим руководству для ориентации в условиях акционерной собственности, так как именно при помощи бизнес-плана руководители компании принимают решение о накоплении прибыли и распределении её части в виде дивидендов между акционерами.

Наиболее предпочтительным можно считать бизнес-план, включающий восемь разделов:

1. Резюме.
2. Описание предприятия и отрасли.
3. Описание продукции.
4. Маркетинг и сбыт продукции.
5. Производственный план.
6. Организационный план.
7. Финансовый план.
8. Риски и гарантии.

Рассмотрим подробнее основные разделы бизнес-плана.

Резюме (концепция бизнеса) – краткое изложение основных положений предполагаемого плана, то есть информация о намечаемом бизнесе и целях, которые ставит перед собой предприятие либо предприниматель, начиная собственное дело или развивая имеющееся.

Концепция составляется после написания всех разделов бизнес-плана, так как содержит самое основное из всех его разделов.

В резюме указываются возможности для бизнеса, их привлекательность, важность для предприятия и региона, необходимые финансовые ресурсы (собственные или заемные), возможный срок возврата заемных средств, ожидаемая прибыль и её распределение, условия инвестирования. Резюме должно содержать главную цель

предполагаемого бизнеса и назначение разрабатываемого бизнес-плана.

Помимо выделения главной цели (целей) бизнес-плана, указывается для кого он предназначен: для потенциального инвестора или кредитора, возможных партнеров по бизнесу или акционеров, соучредителей, руководства предприятия или самого предпринимателя (как средство самоорганизации), государственных или муниципальных органов власти (с целью получения поддержки).

Таким образом, резюме содержит следующие данные:

- идеи, цели и суть проекта;
- особенности предлагаемых товаров (услуг, работ) и их преимущества в сравнении с аналогичной продукцией конкурентов;
- стратегию и тактику достижения поставленных целей;
- квалификацию персонала и особенно ведущих менеджеров;
- прогноз спроса, объемы продаж товаров (услуг, работ) и суммы выручки в ближайший период (месяц, квартал, год);
- планируемую себестоимость продукции и потребность финансирования;
- ожидаемую чистую прибыль, уровень доходности и срок окупаемости затрат;
- основные факторы успеха (описание способов действий и мероприятий). [\[3\]](#)

Описание предприятия и отрасли – данный раздел содержит основные сведения о предприятии и сфере его деятельности. Здесь находят отражение главные события, повлиявшие на появление идей предлагаемого бизнеса, а также главные проблемы, стоящие перед организацией в настоящее время. Оценивается фактическое положение предприятия на рынке, указываются направления его развития на перспективу. Давно существующее предприятие приводит краткую историю своей хозяйственной деятельности. Указывается тип предполагаемого бизнеса. Представляются те виды деятельности, которыми предприятие предполагает заниматься или уже занимается.

В разделе описываются положительные и отрицательные стороны местонахождения предприятия. Рассматриваются основные факторы, влияющие или способные (при определенных условиях) повлиять на деятельность предприятия. Также данный раздел содержит общую характеристику отрасли.

Заканчивается раздел формулировкой миссии и целей деятельности предприятия и определением стратегии бизнеса. [\[12\]](#)

Описание продукции – в этом разделе представляется описание продукции предприятия с позиции потребителя. С этой целью приводятся следующие сведения:

- потребности, удовлетворяемые товаром;
- показатели качества;
- экономические показатели;
- внешнее оформление;
- сравнение с другими аналогичными товарами;
- патентная защищенность;
- показатели экспорта и его возможности;
- основные направления совершенствования продукции;
- возможные ключевые факторы успеха.

Основное назначение товара – удовлетворение потребности клиента фирмы. В бизнес-плане отражаются область применения, перечень функциональных особенностей, факторы привлекательности товара. К факторам привлекательности товара относят: ценность, возможность приобретения, цену, качество, экологичность, имидж, марку, форму, упаковку, срок службы.

Со свойствами продукта связаны показатели его качества – долговечность, надежность, простота и безопасность эксплуатации и ремонта. Некоторые показатели качества могут быть оценены количественно, соответствующие данные приводятся в бизнес-плане. Указывается наличие сертификатов промышленной продукции.

Формируется отличие нового или существующего товара от товара конкурентов. Описываются патентные права предприятия, патенты на полезные модели, товарные знаки. Указывается наличие лицензий, а также ноу-хау. Указывается возможность экспорта продукции. Если продукция поставляется на внешний рынок, то приводятся основные показатели, характеризующие экспорт (страна, объем продаж, валютная выручка).

Для нового товара в бизнес-плане указывается, соответствует ли этот товар требованиям новизны. Таким термином обозначают следующие товары:

- товар, не имеющий аналогов на рынке;
- товар, который имеет весомое качественное усовершенствование по сравнению и товарами-аналогами;

- товар, который уже был на рынке, после чего был усовершенствован так, что его свойства принципиально изменились;
- товар рыночной новизны, то есть новый только для данного рынка;
- старый товар, нашедший себе новую сферу применения.

Роль данного раздела бизнес-плана сводится к тому, чтобы представить потенциальному инвестору информацию, какими новыми уникальными свойствами обладает товар, доказать, что он способен вызвать интерес покупателей. [\[13\]](#)

Маркетинг и сбыт продукции. Маркетинг – это система организации деятельности фирмы по разработке, производству и сбыту товаров, предоставлению услуг на основе комплексного изучения рынка и реальных запросов покупателей с целью получения высокой прибыли.

Главное в маркетинге – двойной и взаимодополняющий подход. С одной стороны, это то, что вся деятельность компании, в том числе формирование её программ производства, научно-технические исследования, капиталовложения, финансовые средства и рабочая сила, а также программы сбыта, технического обслуживания и другие должны основываться на глубоких и достоверных знаниях потребительского спроса и его изменений. Необходимо выявление неудовлетворенных запросов покупателя с тем, чтобы ориентировать производство на их обеспечение. С другой стороны, важно активное воздействие на рынок и существующий спрос, на формирование потребностей и покупательских предпочтений.

Основным принципом маркетинга является ориентация конечных результатов производства на требования и пожелания потребителей.

Для решения сложного комплекса задач создания товара и его движения к потребителю маркетинг должен выполнять следующие функции: аналитическую, производственную и сбытовую.

Аналитическая функция включает в себя изучение:

- потребителей;
- конкурентов;
- товаров;
- цен;
- товародвижения и продаж;
- системы стимулирования сбыта и рекламы;

- внутренней среды предприятия.

В рамках производственной функции:

- организация производства новых товаров, разработка более совершенных технологий.
- обеспечение материально-технического снабжения.
- управление качеством и конкурентоспособностью готовой продукции.

В сбытовую функцию (функцию продаж) входят:

- организация системы товародвижения;
- организация сервиса;
- организация системы формирования спроса и стимулирования сбыта;
- проведение целенаправленной товарной политики;
- проведение ценовой политики.

Огромное значение в маркетинге имеет и функция управления и контроля, которая подразумевает:

- организацию стратегического и оперативного планирования на предприятии;
- информационное обеспечение управления коллективом;
- организацию системы коммуникаций на предприятии;
- организацию контроля маркетинга (обратные связи, ситуационный анализ).

Аналитическая функция представляет собой систему маркетинговых исследований, которые решают следующие задачи: систематический сбор, регистрацию и анализ данных по проблемам, относящимся к маркетингу. Маркетинговые исследования связаны с принятием решений по всем аспектам маркетинговой деятельности.

Данные исследования и решения, принимаемые на их основании, находят свое отражение в соответствующем разделе бизнес-плана – «План маркетинга». В этом разделе объясняются основные элементы плана в части товаров, рынков, развития различных производств. Этот раздел содержит информацию о том:

- какая стратегия маркетинга принята на фирме;
- как будет реализовываться товар – через собственные фирменные магазины или через оптовые торговые организации;
- как будут определяться цены на товары и какой уровень прибыльности на вложенные средства предполагается реализовать;

- как предполагается добиваться роста объема продаж – за счёт расширения района сбыта или за счёт поиска новых форм привлечения покупателей;
- как будет организована служба сервиса и сколько на это понадобится средств;
- как предполагается добиваться хорошей репутации товаров и самой фирмы в глазах общественности.

Таким образом, этот раздел включает такие пункты, как:

- цели и стратегии маркетинга;
- ценообразование;
- схема распространения товаров;
- методы стимулирования продаж;
- организация послепродажного обслуживания клиентов;
- реклама;
- формирование общественного мнения о фирме и товарах;
- бюджет маркетинга;
- контроллинг маркетинга.

Производственный план – этот раздел бизнес-плана готовится только той фирмой, которая занимается или будет заниматься производством. Для непромышленных фирм потребность в долгосрочных активах, оборотных средствах и прогноз затрат определяются в разделе «Финансовый план».

В зависимости от вида бизнеса в плане производства дается краткое описание особенностей технологического процесса изготовления продукции или оказания услуг. Производственный план формируется на основе плана сбыта выпускаемой продукции и проектируемых производственных мощностей предприятия.

Разработчики бизнес-плана в этом разделе должны показать, что предприятие реально может производить необходимое количество продукции в нужные сроки и с требуемым качеством.

Структура данного раздела может иметь следующий вид:

1. технология производства;
2. производственное кооперирование;
3. контроль производственного процесса;
4. система охраны окружающей среды;
5. производственная программа;
6. производственные мощности и их развитие;

7. потребность в долгосрочных активах;
8. потребность в оборотных средствах;
9. прогноз затрат. [\[14\]](#)

Организационный план – данный раздел бизнес-плана посвящается системе управления фирмой и её кадровой политике. Структура раздела может иметь следующий вид:

1. организационная структура;
2. ключевой управленческий персонал;
3. профессиональные советники и услуги;
4. персонал;
5. кадровая политика фирмы;
6. календарный план;
7. план социального развития;
8. правовое обеспечение деятельности фирмы.

Организационная структура представляет собой способ и форму объединения работников для достижения поставленных перед предприятием производственных и управленческих целей. Она документально фиксируется в графических схемах структуры, штатных расписаниях персонала, положениях о подразделениях аппарата управления предприятия, должностных инструкциях отдельных исполнителей. Организационную структуру характеризуют количество звеньев, иерархичность, характер распределения полномочий и ответственности по вертикали и горизонтали структуры системы управления.

Организационные структуры, используемые в промышленности, зависят от множества факторов – размеров предприятия, объемов фондов, численности занятых, принципа работы, структуры рынка.

В бизнес-плане приводятся данные:

- о производственно-технологической структуре предприятия;
- о функциях ключевых подразделений;
- о составе дочерних фирм и филиалов, их организационных взаимосвязях с головной фирмой;
- об организационной структуре управления;
- об организации координирования взаимодействия служб и подразделений фирмы;
- об автоматизации системы управления.

Дается оценка соответствия организационной структуры целям и стратегиям предприятия.

Финансовый план – раздел бизнес-плана рассматривает вопросы финансового обеспечения деятельности фирмы и наиболее эффективного использования денежных средств (собственных и привлекаемых) на основе оценки текущей финансовой информации и прогноза объемов реализации товаров на рынках в последующие периоды, то есть здесь представляется достоверная система данных, отражающих ожидаемые результаты финансовой деятельности фирмы.

Прогноз финансовых результатов призван ответить на главные вопросы, волнующие менеджера. Именно из этого раздела менеджер узнает о прибыли, на которую он может рассчитывать, а заимодавец – о способности потенциального заемщика обслужить долг.

В данном разделе представляются:

- Отчет о финансовых результатах.
- Баланс денежных расходов и поступлений.
- Прогнозный баланс активов и пассивов (для предприятия).
- Анализ безубыточности.
- Стратегия финансирования.

Кроме того, на основании представленных данных в аналитических целях производятся дополнительные расчеты показателей финансового состояния предприятия (таких как ликвидность, платежеспособность, прибыльность, использование активов, использование акционерного капитала и так далее), показателей доходности инвестиций. [\[15\]](#)

Риски и гарантии – задача этого раздела состоит в том, чтобы указать будущим инвесторам и кредиторам на возможные риски при реализации проекта, а также на методы защиты от их влияния.

Для написания данного раздела необходимо выяснить возможные риски с указанием вероятности их возникновения и сформировать организационные мероприятия по их профилактике и нейтрализации.

Глубина анализа зависит от конкретного вида деятельности, а также от величины проекта. Для крупных проектов необходим тщательный расчет рисков с применением математического аппарата теории вероятности. В более простых

случаях или при отсутствии вероятностных оценок возможен анализ рисков с помощью метода экспертных оценок.

Ассортимент возможных рисков весьма широк, вероятность возникновения каждого из них различна – также, как и сумма убытков, вызываемая конкретным видом риска. Поэтому важно уметь хотя бы ориентировочно оценивать наиболее вероятные риски и величину связанного с ними ущерба.

1.3 Место бизнес-плана в развитии организации

Управление организацией (предприятием) в условиях рынка представляет собой систему взаимосвязанных функций: планирование – организация – координация – мотивация – контроль.

Планирование – определение целей и путей их достижения – охватывает в соответствии с этим следующие этапы:

- разработка общих (стратегических) целей;
- определение конкретных, детализированных целей на заданный, сравнительно короткий период времени (2-3 года);
- определение путей и средств их достижения;
- контроль за реализацией поставленных целей (путем сопоставления плановых данных с фактическими).

В зависимости от характера деятельности планирование выступает или в виде долгосрочной стратегической программы развития предприятия, или в виде оперативных планов-графиков, выполняющих к тому же контролирующую функцию.

Если предприятие стремится найти инвесторов или партнеров для достижения определенной цели (создание совместного предприятия, организации общих проектов или согласованных действий на рынке), то ему необходимо, кроме четкого представления о предлагаемом бизнесе, убедить инвесторов или партнеров, что оно способно грамотно и эффективно наладить новое дело и управлять им. Для этих целей служит выработанный мировой экономической практикой бизнес-план, который по содержанию и назначению представляет собой плановый документ, имеющий многоцелевой характер.

Во-первых, он разрабатывается для обоснования нового дела. В нём даются все основные аспекты будущей деятельности, анализируются все проблемы, с которыми придется столкнуться, определяются способы их решения.

Во-вторых, этот документ поможет действующему предприятию разобраться в перспективах роста своего бизнеса, оценить их, предвидеть возможные изменения и проблемы в будущем, контролировать текущие операции.

В-третьих, он может служить формальным юридическим документом, с помощью которого начинается формирование уставного капитала и финансовых активов будущего предприятия.

В современной экономической теории бизнес-план выполняет 4 функции:

- Первая функция связана с возможностью его использования для разработки концепции, стратегии бизнеса. Это жизненно необходимо в период создания предприятия, выработки новых направлений деятельности.
- Вторая – функция планирования. Она позволяет оценивать возможности развития нового направления деятельности, контролировать процессы ее развития, выполнение запланированных мероприятий.
- Третья функция связана с привлечением денежных средств как собственных, так и со стороны (ссуд, кредитов). Без кредитных ресурсов практически невозможно осуществить какой-либо значительный проект. Однако получить кредит не так просто. Банки стараются застраховать себя на случай невозвратности кредита, требуя гарантии, реального залога, необходимости страхования, и в этом предприятию помогает бизнес-план, так как позволяет анализировать уровень профессионализма менеджеров проекта.
- Четвертая функция состоит в привлечении к реализации планов предпринимателя потенциальных партнеров, которые смогут вложить собственный капитал или имеющуюся у них технологию, патенты или свой управленческий опыт и деловые связи.

В первой главе курсовой работы было рассмотрено понятие бизнес-плана, его состав и структура. Изучены основные разделы бизнес-плана, а также его место в развитии организации. Во второй главе разработаем разделы предпринимательского бизнес-плана на примере создания компьютерной фирмы.

2. РАЗРАБОТКА РАЗДЕЛОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО БИЗНЕС-ПЛАНА НА ПРИМЕРЕ СОЗДАНИЯ КОМПЬЮТЕРНОЙ ФИРМЫ

2.1 Резюме и описание услуг

Резюме.

На сегодняшний день рынок информационных технологий развивается быстрее всего. Пока на нём ещё есть места для новых фирм, предлагающих оригинальный продукт. Например, недостаточно хорошо заполнена сфера услуг, связанных с компьютерной техникой. В городе Красноярске сейчас тяжело найти организацию, в которой можно недорого набрать текст, распечатать его, записать компакт-диски, найти необходимую информацию в сети Internet, отсканировать изображение и так далее.

Также нелегко произвести качественный ремонт, модернизацию или обслуживание в короткие сроки и за небольшую сумму. Фирма «Алекто», о которой далее пойдет речь, призвана заполнить вышеуказанные пробелы красноярского рынка информационных технологий. Её деятельность направлена на сферу услуг, так или иначе связанных с компьютерами.

Специалисты фирмы «Алекто» устранят любые неисправности, связанные с компьютерной техникой, а также установят и настроят программное обеспечение. Многие сейчас покупают компьютеры по большей части для того, чтобы проводить свободное время в сети Internet. Но настроить его подчас не просто. А путешествие по многочисленным сайтам может «подарить» немало вирусов. Фирма «Алекто» решит эти проблемы: настроит, очистит систему, установит программное обеспечение, необходимое для защиты компьютера.

Помимо этого, подключит все периферийные устройства, которые необходимы, переустановит операционную систему и многое другое.

Услугами данной фирмы можно будет воспользоваться в день обращения. На все услуги будет предоставляться гарантия. Также можно заказать абонентское обслуживание.

В качестве экономических характеристик приведем небольшую таблицу с основными параметрами (таблица 1).

Таблица 1

Основные показатели работы компьютерной фирмы «Алекто»

Показатели	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	2 год
Выручка от реализации, руб.	131600	213900	273500	324500	1300000
Чистая прибыль, руб.	-47589	31773	81297	122537	492026

Срок окупаемости фирмы – 12 месяцев, начальный капитал – 200000 рублей.
Организационно-правовая форма – индивидуальный предприниматель.

Описание услуг.

Фирма «Алекто» предлагает полный спектр услуг по ремонту и обслуживанию компьютеров организаций и частных лиц. Уникальность фирмы состоит в том, что в масштабах одной фирмы собрана целая гамма услуг, охватывающая различные области, так или иначе связанные с компьютерной техникой. Деятельность фирмы направлена на обслуживание негарантийной техники, а также на другие сервисы. Конечно, компания «Алекто» не является незаменимой фирмой, абсолютно лишенной конкурентов. Все предложенные услуги можно найти в других местах: в компьютерных магазинах, у частных лиц, а также в организациях, занимающихся компьютерным обслуживанием. Несмотря на это, данную фирму не ожидает жесткая конкуренция по следующим причинам (касается города Красноярска):

1. Компьютерные фирмы-магазины не стремятся к активному расширению услуг, не связанных с продажей или гарантийным обслуживанием. Малооплачиваемые несложные услуги, такие как распечатка, набор, сканирование, поиск в сети Internet, запись CD, настройка программного обеспечения и так далее ими вообще не оказываются за редким исключением. Также они довольно равнодушно относятся к ремонту негарантийной аппаратуры, а разработка web-сайтов и грамотная консультация, как правило, является для них непосильной задачей.

2. Частные лица, напротив, стремятся к активному продвижению мелких услуг. Но при этом они предлагают лишь несколько наименований. Очень серьезным минусом при работе с частными лицами является сомнительное качество сервиса, так как за редким исключением они работают нелегально. Кроме того, частные лица недостаточно хорошо проводят рекламную политику, что осложняет их поиск для потенциальных клиентов.

3. Организации, занимающиеся компьютерным обслуживанием, обычно работают с каким-то определенным кругом относительно крупных клиентов. Они редки и сильно загружены работой. Основная сфера их деятельности – ремонт, обслуживание и модернизация компьютерной техники. Другими услугами данные фирмы, как правило, не занимаются. Также они широко себя не рекламируют, чем осложняют привлечение новых клиентов.

Деятельность фирмы «Алекто», прежде всего, направлена на обслуживание частных лиц и небольших организаций, не имеющих для этого нужных навыков (специалистов), оборудования или времени. На начальный период деятельности фирмы планируется предоставлять следующий перечень услуг:

1. Ремонт компьютеров, ноутбуков.

«Экспресс-ремонт» компьютера или ноутбука, который занимает не более 4 часов времени. Можно не беспокоиться о потере данных, в случае чего специалисты компании «Алекто» легко вернут информацию.

Также специалисты фирмы «Алекто» проведут диагностику компьютера или ноутбука, которая поможет выявить скрытые неисправности в аппаратной части устройств.

2. Модернизация компьютеров.

Модернизация – наиболее распространённый способ с минимальными денежными затратами добиться увеличения производительности компьютера.

Производительность новых комплектующих для компьютеров ежегодно увеличивается почти в два раза, а новые программы и игры выпускаются с системными требованиями именно под новое оборудование. Модернизация компьютера направлена на замену определённых компонентов компьютера, на более современные, отвечающие всем требованиям нового программного обеспечения. Также модернизация необходима для увеличения системных

ресурсов, например, для хранения информации или установки дополнительного оборудования.

Компания «Алекто» произведет модернизацию компьютеров и ноутбуков с учётом всех требований.

3. Настройка и установка программного обеспечения.

Не каждый пользователь персонального компьютера в состоянии грамотно установить и (или) настроить то или иное программное средство. Данная фирма предлагает решение этой проблемы специалистами за невысокую плату. Возможна как установка программного обеспечения заказчика, так и фирмы. В последнем случае стоимость возрастает на цену лицензии, если требуемое программное обеспечение не является бесплатным.

Допускается выезд к заказчику за дополнительную плату.

4. Восстановление данных.

Специалисты компании «Алекто» успешно восстановят данные после форматирования, удаления или переустановки системы.

5. Обслуживание негарантийных компьютеров и периферии.

Под обслуживанием понимается: плановые профилактические работы, настройка аппаратной части, обновление микропрограмм BIOS, чистка, смазка вентиляторов и кулеров, замена, заправка и ремонт картриджей для струйных, лазерных и матричных принтеров, а также копировальных аппаратов. Допускается выезд к заказчику за дополнительную плату.

6. Компьютерный набор и вёрстка.

Достаточно распространенной проблемой для частного лица (и не только) является необходимость преобразования рукописного текста в электронный вид. При этом не каждый имеет необходимую технику, свободное время и навыки быстрой работы с клавиатурой. Фирма «Алекто» предлагает решение этой проблемы в максимально короткие сроки. Также предлагается вёрстка – подготовка набранного текста для печати в любом стиле на любом носителе.

7. Сканирование, распознавание, ксерокопия, распечатка.

Предлагается сканирование любых графических материалов на формате до А4 включительно в любом качестве. Кроме того, предоставляется услуга сканирования печатного текста с последующим распознаванием (переводом в электронный вид).

Распечатка возможна как материала, принесенного заказчиком, так и набранного или отсканированного специалистами фирмы.

8. Запись CD- / DVD-дисков.

Для надежного резервного хранения информации в последнее время выгодно использовать записываемые и перезаписываемые компакт-диски. Фирма «Алекто» предлагает запись и перезапись информации заказчика на компакт-диски. Предполагается использование как дисков клиента, так и фирмы. В последнем случае стоимость услуги увеличивается на стоимость компакт-диска.

9. Поиск в Internet определенной тематической информации.

Данная услуга предполагает получение из Internet информации, располагающейся по определенному адресу, который предоставляет клиент.

Более сложная разновидность этого сервиса – поиск информации по определенной тематике. Например, книг, статей, рефератов, программ и так далее. Возможен поиск в присутствии клиента под его руководством.

10. Разработка web-сайтов.

Фирма «Алекто» предлагает создание Internet-страничек различной степени сложности для организаций и частных лиц. Также при желании клиента возможно получение доменного имени любого уровня.

11. Помощь в приобретении компьютеров, периферии и другой сложной техники, связанной с информационными технологиями.

Прекрасно известно, что приобретать сложную дорогую технику желательно с профессионалом в данной области, если, конечно, покупатель сам не является таковым. В противном случае, даже при учёте честного продавца, некомпетентный покупатель рискует приобрести неудачный товар. Компания «Алекто» поможет решить эту проблему абсолютно бесплатно для клиента. При этом доход образуется в виде комиссионных с фирмы-продавца.

12. Абонентское обслуживание компьютерной техники.

Компания «Алекто» предлагает заключение долгосрочных договоров на абонентское обслуживание компьютеров и локальных вычислительных сетей. Каждому клиенту будут предложены оптимальные решения для обеспечения стабильной работы IT-инфраструктуры предприятия. Заключив договор с компанией на постоянное абонентское обслуживание компьютеров, предприятие легко избавится от мелких и крупных неприятностей, связанных с поломками компьютера и потерей ценной информации. Успех бизнеса напрямую зависит от стабильной работы компьютерной техники, а добиться этого можно только при качественном абонентском обслуживании компьютеров.

Абонентское обслуживание компьютеров включает в себя плановые и срочные выезды специалистов фирмы в офис предприятия. При плановом выезде происходит проверка всех компьютеров на наличие вирусов и технических неисправностей, устранение неполадок, установка программного обеспечения, подготовка компьютеров к дальнейшей бесперебойной работе. Срочный выезд осуществляется в случае аварийных сбоев в программном обеспечении или технических неисправностей. При любом выезде время пребывания специалиста на объекте не ограничено, специалист находится в офисе предприятия до полного устранения неисправности. При желании клиента может быть обеспечен безопасный удаленный доступ сотрудников компании «Алекто» к компьютерам предприятия, что позволит оперативно решать большинство проблем с компьютерами.

Все вышеописанные 12 услуг можно разделить на 3 вида деятельности, которые подлежат лицензированию:

1. Ремонт и обслуживание компьютерной техники.
2. Работа с информацией.
3. Разработка программных продуктов.

Дальнейшее увеличение числа услуг не планируется, но возможно.

В ходе развития фирма ставит перед собой основную задачу, которая заключается в росте оборота по уже существующим сервисам. Планируется, что большинство услуг (мелких), достигнув определенного уровня, прекратят дальнейшее развитие. Но такие услуги, как ремонт, обслуживание, модернизация, настройка и установка ПО, а также разработка web-сайтов

и абонентское обслуживание, могут развиваться почти бесконечно.

Соответственно, они являются приоритетными для дальнейшего роста фирмы. В качестве долгосрочной перспективы можно предположить, что фирма «Алекто»

будет обслуживать вычислительную технику во многих крупных (и не только) организациях, также возможно появление крупного отдела программных разработок, занимающегося серьезными программными продуктами.

2.2 Анализ рынка сбыта и конкуренции

Анализ рынка сбыта.

Услуги, предоставляемые фирмой «Алекто», прежде всего направлены на потребительский рынок. Некоторые сервисы, такие как ремонт, обслуживание, модернизация, установка программного обеспечения, его настройка, абонентское обслуживание, должны также заинтересовать государственные и коммерческие учреждения. На начало деятельности фирмы основными клиентами будут физические лица, большая часть заказов будет относиться к следующим услугам: распечатка, набор, сканирование, распознавание, верстка, поиск информации в Internet, запись компакт-дисков и так далее. Суммы сделок с такими лицами будут невелики, но относительно большое количество заказов в единицу времени устранит данный недостаток фирмы. Большую часть клиентов составит молодежь, что объясняется наиболее широким распространением и популярностью высоких компьютерных технологий в этой возрастной группе. Если молодежь еще раз разделить на сегменты, например, по занимаемому статусу, то выяснится, что основная часть нашей клиентуры – это студенты, школьники и учащиеся из других учебных заведений. Данный факт объясняется тем, что вышеперечисленные категории людей очень активно используют вычислительную технику, но при этом часто не имеют многих нужных устройств или навыков работы. Также потенциальными клиентами фирмы «Алекто» являются люди, для которых компьютер – хобби или активно используется для какой-то домашней работы. Возможно эпизодическое появление клиентов, которым услуги фирмы требуются для основной работы, но там отсутствует необходимая техника или специалисты.

Если рассматривать потенциальных клиентов с точки зрения достатка, легко определить, что большинство составят люди с малым и средним достатком.

Этот факт можно объяснить отсутствием у таких клиентов дорогостоящей компьютерной аппаратуры, особенно принтеров, сканеров, записывающих компакт-диски приводов, модемов и так далее. Конечно, в фирму «Алекто» будут обращаться и состоятельные клиенты. В основном для того, чтобы сэкономить собственное время или из-за отсутствия определенных

навыков работы. Также допускается, что и у некоторых состоятельных клиентов фирмы может отсутствовать техника по той причине, что редко используется. Равняться на состоятельных клиентов фирме «Алекто» нельзя, стратегия снятия сливок для такой фирмы неприемлема. Поэтому ценообразование и общий подход к клиенту должны быть в первую очередь ориентированы на небогатых людей. Кроме физических лиц ожидается обращение небольших организаций, которые не имеют специалистов или оборудования для решения определенных задач. Таких клиентов, прежде всего, заинтересуют услуги по ремонту, обслуживанию, модернизации и настройке (установке) программного обеспечения, а также абонентское обслуживание, которое позволит им значительно сэкономить расходы на обслуживание компьютерной техники. Работа с учреждениями должна стать основной линией развития фирмы, так как только она может обеспечить значительное развитие фирмы «Алекто».

В дальнейшем, когда фирма зарекомендует себя, должен быть осуществлен переход на обслуживание более крупных и солидных организаций-клиентов.

При этом работа с физическими лицами не должна быть свёрнута – достигнув определенного уровня насыщения, она должна остаться в виде небольшого отдельного подразделения. В отдаленном будущем возможно появление нескольких филиалов в разных районах города по оказанию услуг частным лицам.

Наиболее важными параметрами услуг, предлагаемых фирмой «Алекто», для конечного потребителя являются цена и качество. Несмотря на то, что качество всего перечня услуг фирмы не уступает конкурентам, а иногда и превосходит их, необходимо установить невысокие цены для привлечения большего количества клиентов, тем самым, выигрывая не на ценах, а на объеме продаж. Исходя из этого, был составлен следующий список цен на услуги (таблица 2).

Таблица 2

Стоимость предоставляемых услуг

Наименование услуг

Цена, руб.

1. Ремонт компьютеров, ноутбуков

простой ремонт компьютера	500
простой ремонт ноутбука	700
ремонт компьютера средней сложности	2000
ремонт ноутбука средней сложности	3000
сложный ремонт компьютера	4000
сложный ремонт ноутбука	5000

2. Модернизация компьютеров

в зависимости от желания клиента с учетом текущих цен на новое оборудование для модернизации	от 200
--	--------

3. Настройка и установка программного обеспечения

установка операционной системы Windows	500
настройка операционной системы Windows	400
восстановление ОС Windows	1000
установка ОС Linux	1000
поиск и установка отсутствующего у клиента драйвера (за ед.)	100

установка драйверов с диска клиента (за ед.)	100
установка Office 2016-2019	350
установка антивирусной программы	250
удаление единицы программного обеспечения	100
удаление вирусов	от 500
чистка реестра	200

4. Восстановление данных

с жестких дисков	от 3000
с USB-флешек	от 1000
с CD- / DVD-дисков	от 600

5. Обслуживание негарантированных компьютеров и периферии

в зависимости от сложности	от 1000
----------------------------	---------

Продолжение таблицы 2

6. Компьютерный набор и вёрстка

набор текста (1000 знаков)	от 15
----------------------------	-------

верстка текста (в зависимости от сложности, на 1000 знаков) 10-40

7. Сканирование, распознавание, ксерокопия, распечатка (лист А4)

сканирование от 5

распознавание от 10

ксерокопия от 2

распечатка от 2

8. Запись CD- / DVD-дисков

запись на диск клиента 50

запись на диск компании 70

9. Поиск в Internet определенной тематической информации

в зависимости от сложности (в час) от 250

10. Разработка web-сайтов

в зависимости от сложности сайта от 10000

11. Помощь в приобретении компьютеров, периферии и другой сложной техники, связанной с информационными технологиями

бесплатно

12. Абонентское обслуживание компьютерной техники

компьютер	от 1000
ноутбук	от 1500
сервер	от 2000
принтер	от 1500
сканер	от 300
сетевое оборудование	от 300

Помощь в приобретении компьютеров, периферии и другой сложной техники, связанной с информационными технологиями – предоставление услуги бесплатное. Получение прибыли здесь основано на партнерском соглашении с фирмой-продавцом. При этом покупатель ничего не теряет, а, напротив, получает оптимальный компьютер (или другую компьютерную технику) за минимум цены.

Все цены на услуги фирмы «Алекто» составлены с учётом цен фирм-конкурентов. Для завоевания рынка цены установлены ниже, чем у конкурентов или на том же уровне.

Ёмкость рынка услуг, предлагаемых фирмой «Алекто» достаточно велика. При этом данная ниша недостаточно хорошо освоена конкурирующими фирмами. Поэтому основное соперничество стоит ожидать с частными лицами, ведущими свою деятельность не совсем легально. Качество их услуг зачастую низкое, а цены достаточно высоки.

Сделать точный прогноз по объёму продаж и его изменению во времени будет крайне сложно, особенно это касается долгосрочного планирования. Таким образом, придется ограничиться прогнозом только на первый год деятельности фирмы. Причем точность этого прогноза будет невысока, что также объясняется сложностью данной сферы рынка и бурным темпом его развития. Для более

реалистичного и не слишком оптимистического прогноза, использованы несколько заниженные финансовые показатели (таблица 3).

Таблица 3

Прогноз по объёму продаж на первый год деятельности фирмы

Прогноз по объёму продаж, руб.

Наименование услуг	Прогноз по объёму продаж, руб.					возможность дальнейшего роста
	первый месяц	второй месяц	третий месяц	через полгода	через год	
1. Ремонт компьютеров, ноутбуков	7000	13000	15000	17000	20000	ожидается
2. Модернизация компьютеров	2000	3000	4000	8000	10000	ожидается
3. Настройка и установка ПО	3500	4500	5000	5000	10000	ожидается
4. Восстановление данных	3000	4000	5000	7000	8000	не ожидается

Продолжение таблицы 3

5. Обслуживание негарантированных компьютеров и периферии	4000	6000	8000	12000	20000	ожидается
---	------	------	------	-------	-------	-----------

6. Компьютерный набор и верстка	500	1000	1200	1500	3000	не ожидается
7. Сканирование, распознавание, ксерокопия, распечатка	500	700	1000	1000	1500	не ожидается
8. Запись CD- / DVD-дисков	300	400	500	500	500	не ожидается
9. Поиск в Internet определенной тематической информации	500	1000	1000	1500	1500	не ожидается
10. Разработка web-сайтов	0	0	10000	20000	30000	ожидается
11. Помощь в приобретении компьютеров, периферии и другой сложной техники	2000	5000	5000	7000	10000	ожидается
12. Абонентское обслуживание компьютерной техники	2000	5000	7000	8000	15000	ожидается
Итого:	25300	43600	62700	88500	129500	

Полученный прогноз представим на графике (рис. 1).

Рисунок 1 – График роста объема продаж

Конкуренция на рынках сбыта.

Полный список услуг, предлагаемых фирмой «Алекто», не предоставляет ни один из конкурентов, но по отдельности все эти услуги можно найти в различных компьютерных фирмах и у частных лиц, при этом никто из них не может предложить и половины перечня. Данный факт является убедительным аргументом в пользу данной фирмы. Но не следует упускать из виду, что лишь небольшому количеству потенциальных клиентов потребуется одновременно более чем 3 услуги, связанных между собой.

Например, набор, вёрстка и распечатка текста. Поэтому любую организацию или частное лицо, предоставляющее хотя бы одну из услуг фирмы «Алекто», стоит рассматривать в качестве конкурента. Производителями аналогичных услуг являются фирмы, основная деятельность которых направлена на торговлю вычислительной техникой и сопутствующими товарами, а также фирмы, занимающиеся обслуживанием информационных систем и частные лица, ведущие коммерческую деятельность незаконно.

Первая группа (фирмы-магазины компьютерной техники) наименее опасные конкуренты. Это объясняется тем, что их основная деятельность лежит несколько в другой сфере. Больше всего их интересует повышение объема продаж информационной дорогостоящей техники. В большинстве подобных фирм существуют хорошие ремонтно-обслуживающие центры, но их деятельность сосредоточена на поддержке клиентов-покупателей. Чужую и негарантированную технику, как правило, они обслуживают неохотно и за высокую плату, иногда вообще от нее отказываются. Данный факт обусловлен тем, что на ремонте, обслуживании и настройке зарабатываются во много раз меньшие суммы, чем на продажах. К таким фирмам в городе Красноярске можно отнести следующие компании: «Аверс», сеть цифровых супермаркетов «DNS», магазин современной техники «ТехноМакс», «Оникс», «НЭТА», «Альдо», сервисный центр «Re Service».

А при учёте того, что на рынке существует ещё достаточно много места для повышения объема продаж, фирмам-магазинам нет никакого смысла расширять сервисные центры и активно осваивать сферу услуг. Что же касается более мелких услуг, например, распечатки, сканирования, компьютерного набора текста и так далее, то они полностью игнорируются фирмами-магазинами. Вторая группа (фирмы, чья основная деятельность направлена на обслуживание компьютерной

техники) является самым опасным конкурентом. Попадающие в эту группу фирмы в первую очередь занимаются настройкой, ремонтом, обслуживанием и модернизацией.

Как правило, они широко не рекламируют себя в средствах массовой информации, но при этом постепенно расширяют свой рынок сбыта. К таким фирмам в городе Красноярске можно отнести следующие компании: сервисный центр «Позитив», торгово-сервисный центр IT-Room, сервисный центр «Альдо», Аверс Сервис, Айти-сервис, сервисный центр «Прогресс», сервисный центр «ФОКУС» и другие.

Качество предоставляемых услуг в таких фирмах находится на достаточно высоком уровне, цены невелики, а сроки исполнения реальны, кроме того, обычно существует гибкая система скидок и особые условия работы с постоянными клиентами. Казалось бы, предлагать аналогичные услуги маленькой фирме, только начинающей свою деятельность, бессмысленно, но есть одно существенное замечание – в сфере обслуживания компьютерной техники спрос намного превышает предложение. Таким образом, найдется место и для фирмы «Алекто». А при учёте более низких расценок, высокого качества, малых сроков исполнения и грамотной маркетинговой политики фирма «Алекто» должна легко занять свою рыночную нишу. Перед тем как переходить к последней конкурирующей группе следует отметить, что печать, набор, сканирование и прочие мелкие услуги обслуживаемыми фирмами не оказываются за редким исключением, поэтому по этим сервисам они не могут конкурировать с данной компанией. Третья группа (частные лица), напротив, в первую очередь ориентирована на эти услуги. Частные лица предлагают их по невысоким ценам, но качество зачастую ниже. Ещё одним плюсом в пользу компании «Алекто» будет то, что большинство частных лиц не занимаются специально коммерческой деятельностью. Предложение подобных услуг с их стороны, как правило, является желанием немного заработать на имеющейся дома технике.

Поэтому они не проводят серьезной рекламной политики и редко пытаются расширяться. Также следует отметить значительное превышение спроса над предложением и трудность поиска частного лица для потенциальных клиентов.

Что же касается таких услуг, как ремонт, обслуживание, модернизация, настройка, разработка web-сайтов и так далее, то частные лица, работающие нелегально, не способны их оказывать надлежащим образом, поэтому по данным услугам их нельзя считать конкурентами.

Таким образом, подведя все необходимые итоги, можно сделать следующие выводы: компьютерные магазины в качестве конкурентов для фирмы «Алекто» не представляют какой-либо серьезной опасности, обслуживающие фирмы, напротив, являются самыми сильными конкурентами. Для того чтобы хорошо закрепиться на рынке и проводить дальнейшее расширение, необходимо обращать на них тщательное внимание и не отставать ни по одному из параметров. В этом случае рост фирмы гарантирован, так как рынок ещё не перенасыщен. Частные лица, ведущие деятельность нелегально, не представляют реальной опасности за исключением первых месяцев деятельности. Примерно через год, если развитие фирмы «Алекто» пойдет по намеченному плану, о частных лицах, как о конкурентах, можно вообще забыть.

2.3 План маркетинга и производства услуг

План маркетинга.

Фирма «Алекто» планирует основную часть услуг оказывать, работая напрямую с конечным потребителем. Возможно, и даже поощряется, привлечение агентов-посредников, которые за некоторый процент от прибыли будут помогать в поиске и привлечении новых клиентов.

Цены на все виды услуг подобраны таким образом, чтобы они были не выше, чем у конкурентов и обеспечивали получение прибыли.

Кроме установки невысоких цен планируется применить и другие методы стимулирования продаж. Например, будет введена накопительная система скидок. Ещё одним способом повышения объема продаж будут специальные дни со скидкой в несколько процентов, об этих днях необходимо информировать потенциальных клиентов посредством рекламы. Как и предыдущий, данный способ основан на человеческой психологии, а не на большом проценте скидки.

Немаловажным фактом для привлечения новых клиентов является наличие поддержки и гарантийных обязательств. Однозначно, для этого на ремонт и обслуживание необходимо давать определенную гарантию, а в случае выявления ошибок в программных продуктах необходимо их исправлять на всем сроке использования, причем бесплатно. Что касается гарантийных обязательств, то здесь необходимо быть несколько осторожным. Нельзя давать полную гарантию на старую полуробочую технику, в которой был произведен небольшой ремонт. Поэтому структуру гарантийных обязательств следует

обговаривать заблаговременно до ремонта. В случае возникновения спорных ситуаций лучшим решением будет выполнение требования клиента или нахождение определенного компромисса, устраивающего клиента, даже не смотря на возможный убыток фирме. Такой подход обеспечит хорошее общественное мнение о фирме «Алекто» и привлечет новых клиентов.

Ни для кого не секрет, что современный рынок немыслим без рекламы. Конечно же, она необходима и для фирмы «Алекто». Реклама бывает нескольких видов. Для данной фирмы в начале её деятельности не потребуются реклама на телевидении или радио, что связано с её высокой ценой, причём не сопоставимой с эффективностью. Наиболее выгодным решением будет расклеивание плакатов с описанием услуг, предоставляемых фирмой, цен и местом нахождения, а также телефоном для связи. В первую очередь подобную рекламу следует размещать вблизи вузов, школ, техникумов и других учебных заведений, а также в местах скопления народа, например, на остановках общественного транспорта.

Стоимость каждого такого рекламного плаката очень низка и колеблется от 50 копеек до 1 рубля, что объясняется дешевой технологией изготовления (на собственном лазерном принтере), расклейкой плакатов будет заниматься специализированная фирма, стоимость расклейки 1000 плакатов составляет 2000 рублей.

Также в качестве рекламы можно использовать почтовую рекламу. Стоимость изготовления листовок также очень низка и составляет 20 копеек. Осуществлять почтовую рекламу планируется самостоятельно индивидуальным предпринимателем. Таким образом, расходы на такую рекламу составят 3200 рублей в месяц (1000 плакатов и 1000 листовок).

Несмотря на то, что описанные рекламные методы очень эффективны и при этом недороги, их недостаточно. Данный факт объясняется тем, что искать крупных клиентов на ремонт, обслуживание, модернизацию и настройку необходимо несколько другим образом. Здесь вполне подойдет адресная рассылка электронной (и не только) почты по организациям – потенциальным клиентам. Также очень эффективно продвижение услуг путём личных контактов с потенциальными клиентами.

Кроме того, необходимо просматривать рекламу и объявления от организаций, которым требуется тот или иной специалист, услуги которого может предложить фирма «Алекто». В качестве долгосрочной перспективы можно предположить рекламу в газетах и других печатных изданиях, возможно изготовление рекламных календарей для бесплатной раздачи.

Также в качестве визуальной рекламы необходимо сделать вывеску и поместить её около входа в фирму. Стоимость такой вывески с монтажом будет 7000 рублей.

Ещё одним эффективным методом продвижения услуг компании «Алекто» будет маркетинг в социальных сетях – SMM (Social Media Marketing). Для успешной раскрутки бизнеса необходимо применять столько каналов продвижения, сколько можно себе позволить. SMM – метод, который позволяет привлечь целевых клиентов, которые проводят время в социальных сетях, заинтересовать их своим предложением и обеспечить фирме приток посетителей.

Для SMM используют платные и бесплатные инструменты социальных сетей: публикации, рекламные записи, баннеры, таргетинг, личное общение с потенциальными и уже существующими клиентами. Будут задействованы такие социальные сети как Instagram и VKontakte.

Перед началом кампании по продвижению в социальных сетях необходимо будет определить целевую аудиторию, чётко поставить цели и задачи, проработать стратегию, разработать контент-план.

SMM-продвижение актуально практически для любого направления, но важно учитывать особенности тематики. Это не только наполнение группы постами, но ещё и реклама, работа с репутацией, оценка окупаемости и взаимодействие с пользователями – целый комплекс мер, который сложно провести, не сотрудничая с грамотным SMM-специалистом. Зачастую мероприятия бывают длительными и сложными, особенно создание специализированного контента. На начальном этапе затраты на продвижение компании в социальных сетях составят 2000 рублей в месяц.

План производства услуг.

Такие услуги, как сканирование, распознавание, ксерокопия, распечатка, запись компакт-дисков будут производиться только в офисе. Компьютерный набор и разработка web-сайтов также будет выполняться в офисе компании. Остальные услуги могут оказываться как в офисе, так и на дому клиента или подрядчика. Всё

зависит от сложности и состава работ.

Для нормального функционирования фирмы «Алекто» необходимо арендовать помещение общей площадью 15-18 квадратных метров в центре города. В помещении необходимо установить два стола и несколько стульев. Из техники потребуются 2 моноблока, лазерное многофункциональное устройство (принтер, копир, сканер).

Материалы и оборудование планируется закупать в фирме «ТехноМакс». Такой выбор обусловлен специальными условиями сотрудничества «ТехноМакса» с другими фирмами, хорошим ассортиментом, а также дополнительной скидкой в 5 % у индивидуального предпринимателя. С этой же фирмой планируется заключить посреднический договор (для услуги бесплатной помощи в покупке техники). Кроме того, возможно заключение аналогичных договоров и с другими компьютерными фирмами, чтобы иметь некоторую альтернативу.

Регистрация индивидуального предпринимателя займёт не более недели. Столько же можно отвести под установку техники, настройку, поиск необходимых специалистов, согласных время от времени выполнять определенные работы по договору подряда. Рекламную компанию следует начать за несколько дней до начала деятельности фирмы. Выполнение первых услуг возможно в первый же час деятельности фирмы.

Затраты на приобретение необходимого оборудования представлены в таблице 4.

Таблица 4

Затраты на приобретение оборудования

Наименование	Цена, руб.	Амортизационные отчисления в месяц, руб.
Моноблок, 2 шт.	100000	800

Лазерное многофункциональное устройство	30000	250
Стол, 2 шт.	20000	160
Стул, 6 шт.	30000	250
Тумба для оргтехники	6000	50
Шкаф для документов	10000	85
Телефонный аппарат	2000	15
Вешалка для одежды	2000	15
Итого:	200000	1625

Приблизительные затраты на производство и реализацию услуг представлены в таблице 5.

Таблица 5

Затраты на производство и реализацию услуг

Наименование показателя	Затраты, руб.			
	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
Плата за аренду	30000	30000	30000	30000
Электроэнергия	1800	1800	1800	2000

Материалы	6000	10000	15000	20000
Оплата труда	90000	90000	90000	90000
Амортизация ОФ	4875	4875	4875	4875
Продолжение таблицы 5				
Затраты на рекламу	22600	15600	15600	15600
Транспортные расходы	1500	1500	2000	2500
Телефон	1800	1800	1800	1800
Интернет	1500	1500	1500	1500
Прочие затраты	1000	2000	3000	4000
Итого:	161075	159075	165575	172275

2.4 Организационный и финансовый план, стратегия финансирования.

Организационный план.

В первое время деятельности фирмы большая часть работы будет выпадать на самого индивидуального предпринимателя, а также на второго работника офиса. Этими людьми могут выполняться любые услуги, предоставляемые фирмой, кроме набора текста. Набор текстов планируется целиком отдавать рабочим-подрядчикам. Для этого фирмой могут быть наняты люди любого возраста и пола, образование также не имеет значение. Единственное требование - хорошая

скорость набора, ответственный подход к работе и возможность длительного доступа к компьютеру. Для того, чтобы обеспечить нормальную работу фирмы необходимо держать на примете

в несколько раз больше работников, чем требуется. Такой подход обусловлен необходимостью бессбойной работы фирмы, а также тем, что работникам по подряду не требуется платить какую-либо заработную плату, если они не работали. Кроме того, дополнительные подрядные работники могут привлекаться и для выполнения других услуг. Например, для ремонта, обслуживания, модернизации техники, настройки ПО, создания web-сайтов. В отличие от случая с набором текста здесь потребуются квалифицированные специалисты.

В качестве оплаты труда индивидуальный предприниматель получает прибыль от деятельности фирмы. Работники, работающие по подряду, за каждую работу получают сумму, оговоренную с индивидуальным предпринимателем и указанную в договоре подряда. Также допускается дополнительное вознаграждение подрядчиков за хорошие трудовые показатели и нововведения, направленные на повышение прибыли фирмы. В дальнейшем (к концу года) планируется перевести второго работника офиса на постоянную основу, а также на аналогичных условиях нанять одного-двух технических специалистов. При этом фирма «Алекто» не собирается отказываться от труда работников по подряду, так как они наиболее выгодны для выполнения редких периодических работ.

Руководство, распределение заданий и контроль над выполнением всех работ будет осуществляться непосредственно индивидуальным предпринимателем, который является единоличным владельцем всей фирмы.

Финансовый план и стратегия финансирования.

Этот раздел бизнес-плана призван обобщить материалы предыдущих разделов. Рассмотрим прогноз объемов продаж (таблица 6) и таблицу чистых доходов (таблица 7).

Таблица 6

Прогноз объемов продаж

1 квартал 2 квартал 3 квартал 4 квартал 2 год

Выручка от реализации, руб.	131600	213900	273500	324500	1300000
-----------------------------	--------	--------	--------	--------	---------

Таблица 7

Таблица чистых доходов

Показатели	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	2 год
------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-------

Выручка от реализации, руб.	131600	213900	273500	324500	1300000
-----------------------------	--------	--------	--------	--------	---------

Продолжение таблицы 7

Общие производственные издержки, руб.	161075	159075	165575	172275	689100
---------------------------------------	--------	--------	--------	--------	--------

Валовая прибыль, руб.	-29475	54825	107925	152225	610900
-----------------------	--------	-------	--------	--------	--------

Налоги, руб.	18114	23052	26628	29688	118874
--------------	-------	-------	-------	-------	--------

Чистая прибыль, руб.	-47589	31773	81297	122537	492026
----------------------	--------	-------	-------	--------	--------

В первые три месяца работы, вероятно, что фирма будет нести убытки в размере 16000 рублей в месяц. Однако уже после трёх месяцев работы фирма выйдет на стабильный доход в размере 10500 рублей в месяц, через 6 месяцев – 27000 рублей. Во второй год деятельности фирмы «Алекто» чистая прибыль составит не менее 41000 рублей в месяц.

Организационно-правовой формой фирмы «Алекто» является индивидуальный предприниматель. При такой организации, учитывая небольшую сумму для открытия дела, нецелесообразно прибегать к денежной помощи от посторонних лиц в виде ссуд, кредитов или на других условиях. Поэтому все 200000 рублей на начальном этапе вносит хозяин из личных сбережений, в последствии на развитие фирмы идут деньги из прибыли.

2.5 Правовое обеспечение деятельности фирмы, оценка рисков и страхование

В качестве организационно-правовой формы для фирмы «Алекто» выбран индивидуальный предприниматель. Без сомнения, это самая простая форма. Она проста с точки зрения финансового и налогового учета – индивидуальный предприниматель может самостоятельно без определенных навыков вести учёт своей деятельности, тогда как при создании юридического лица (в том числе акционерного общества или общества с ограниченной ответственностью) требуются специальные навыки для ведения учёта деятельности по установленным правилам.

Так же как и в АО и ООО, предприниматель вправе иметь свою печать, свой товарный знак, расчётный счет в банке, заключать сделки и подписывать договоры, получать банковский кредит, использовать в своей деятельности труд других граждан, привлекая их на основе трудовых договоров и договоров гражданско-правового характера (договоры подряда, поручения, комиссии и так далее).

Осуществление предпринимательской деятельности в качестве индивидуального предпринимателя засчитывается в общий трудовой стаж (при условии уплаты соответствующих взносов), что в последствии дает право гражданину на получение пенсии в соответствии с установленным порядком.

Правоспособность индивидуального предпринимателя практически приравнена к правоспособности юридических лиц – коммерческих организаций. В соответствии с п. 3 ст. 23 ГК РФ [\[1\]](#) к предпринимательской деятельности граждан, осуществляемой без образования юридического лица, применяются правила ГК РФ, регулирующие деятельность юридических лиц, являющихся коммерческими организациями, если иное не вытекает из закона, иных правовых актов или существа правоотношений.

Основным риском для деятельности фирмы «Алекто» является малый объём денежного оборота. Несмотря на то, что вероятность его возникновения крайне мала, следует проводить перечень профилактических мер. Например, развивать рекламу, держать цены не выше, чем у конкурентов, предлагать только

высококачественные товары и услуги. Также велик риск, связанный с изменением законодательства. К сожалению, эффективных способов защиты от этого не существует – любая фирма, работающая на несовершенном российском рынке, рискует оказаться в тяжелом положении не по своей вине. Кроме того, следует допускать возможность пожара, затопления вследствие прорыва коммуникаций, а также других стихийных бедствий. К счастью, вероятность такого риска крайне низка, поэтому её не следует рассматривать серьезно. По этой же причине не стоит страховать имущество, так как проценты, отчисляемые страховой компании не сравнятся с реальным риском, от которого можно застраховаться. По первым же двум пунктам, к сожалению, страхование невозможно.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Бизнес-план – это документ, описывающий все основные аспекты будущего фирмы или новой деятельности и содержащий анализ проблем, с которыми она может столкнуться, а также способы их решения. Бизнес-план может быть разработан как для нового, только создающегося предприятия, так и для уже существующих организаций на очередном этапе их развития.

Бизнес-план – это краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективные решения и определить средства для их достижения. Бизнес-план является документом, позволяющим управлять бизнесом, поэтому его можно представить как неотъемлемый элемент стратегического планирования и как руководство для исполнения и контроля.

Основная цель разработки бизнес-плана – планирование хозяйственной деятельности фирмы на ближайшие и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.

Обширный опыт зарубежных и отечественных предприятий доказывает, что планирование предпринимательской деятельности крайне важно, его игнорирование или некомпетентное осуществление приводят к огромным экономическим потерям и, в конечном счете, к банкротству. В условиях рынка нереально добиться стабильного успеха в бизнесе, если эффективно не планировать его развитие, не собирать постоянно информацию о собственных перспективах и возможностях, о состоянии целевых рынков,

положении конкурентов и так далее.

В первой главе курсовой работы были изучены методологические основы разработки бизнес-плана, рассмотрено понятие бизнес-плана, его состав и структура, изучено место бизнес-плана в развитии организации.

Во второй главе курсовой работы были разработаны разделы предпринимательского бизнес-плана на примере создания компьютерной фирмы «Алекто».

Фирма «Алекто» может предложить полный спектр услуг по ремонту и обслуживанию компьютеров организаций и частных лиц. Уникальность фирмы состоит в том, что в масштабах одной фирмы собрана целая гамма услуг, охватывающая различные области, так или иначе связанные с компьютерной техникой. Деятельность фирмы направлена на обслуживание негарантийной техники, а также на другие сервисы.

Срок окупаемости фирмы – 12 месяцев, начальный капитал – 200000 рублей.

Организационно-правовая форма – индивидуальный предприниматель.

Планируемая чистая прибыль на 2 год деятельности фирмы – от 41000 рублей в месяц, с возможностью дальнейшего роста чистой прибыли.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации [Электрон. ресурс]: [часть 1]: [от 30.11.1994 № 51-ФЗ; принят ГД ФС РФ 21.10.1994]: [ред. от 08.12.2020]. – Режим доступа: www.consultant.ru.
2. Бизнес-план [Текст]: Методические материалы / Под ред. проф. Маниловского Р. Г. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 256 с.
3. Бизнес-план: отечественный и зарубежный опыт. Современная практика и документация [Текст] / В. М. Попов, Л. П. Кураков, С. И. Ляпунов, Х. Х. Мингазов. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 672с.
4. Бусыгин, А. В. Предпринимательство [Текст]: Учебник / А. В. Бусыгин. – М.: Бусыгин, 2003. – 614 с.
5. Горемыкин, В. А. Планирование на предприятии [Текст]: Учебник и практикум: учебник для бакалавров / В. А. Горемыкин. – 9-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 857 с.
6. Грибалев, Н. П. Бизнес-план. Практическое руководство по составлению [Текст] / Н. П. Грибалев, И. П. Игнатьева. – СПб: Белл, 2010. – 203 с.

7. Грузинов, В. П. Экономика предприятия [Текст]: Учебное пособие / В. П. Грузинов, В. Д. Грибов. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 396 с.
8. Елизаров, Ю. Ф. Экономика организаций [Текст] / Ю. Ф. Елизаров. – М.: Экзамен, 2012. – 496 с.
9. Липсиц, И. В. Бизнес-план – основа успеха [Текст] / И. В. Липсиц. – 2-е изд., перераб. и дополненное. – М.: Дело, 2012. – 112 с.
10. Паринов, М. В. Бизнес-план «Организация компьютерной сервисной фирмы» [Текст] / М. В. Паринов. – Воронеж, 2002. – 43 с.
11. Практическая газета для предпринимателя [Электрон. ресурс] // Режим доступа: www.pro-nalogi.ru.
12. Предпринимательство [Текст]: Учебник для вузов / Под ред. В. Я. Горфинкеля, Г. Б. Поляка, В. А. Швандара. – М.: ИНФА-М; Вузовский учебник, 2010. – 663 с.
13. Савельева, Н. А. Бизнес-план предприятия: Теория и практика [Текст] / Н. А. Савельева, И. Ю. Брик. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. – 384 с.
14. Станиславчик, Е. Н. Бизнес план – управление инвестиционными проектами [Текст] / Е. Н. Станиславчик. – М.: «Ось-89», 2012. – 128 с.
15. Сухова, Л. Ф. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия [Текст] / Л. Ф. Сухова, П. Н. Чернова. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 160 с.
16. Филатов, О. К. Экономика предприятий (организаций) [Текст] / О. К. Филатов, Т. Ф. Рябова, Е. В. Минаева. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 510 с.
17. Экономика организации [Текст] / Под ред. Н. Л. Зайцева. – М.: ЭКЗАМЕН, 2013. – 454 с.
18. Экономика предприятия [Текст]: Учебное пособие / А. И. Ильин, В. И. Станкевич, Л. А. Лобан и другие; под общ. ред. А. И. Ильина. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 698 с.