

Анкета проекта

Цели инвестиционного проекта:

1. Создание высокорентабельного предприятия;
2. Получение прибыли;
3. Повысить конкурентоспособности человеческого капитала для достижения устойчивого экономического роста, процветания и социального благополучия казахстанцев (одно из пяти ключевых направлений отмеченное как приоритетное в стратегическом развитии «Казахстан 2020» Президентом Республики Казахстан);
4. Удовлетворение потребительского рынка образовательных услуг;
5. Снизить долю населения с доходами ниже прожиточного минимума в моногородах;
6. Снизить уровень безработицы в моногородах.

Производительность: 800 человек в первый год

Продукция: торговый советник, инфо - диск, семинар, вебинар, тренинг

Стоимость проекта: 19,9 млн. тенге

Срок окупаемости: 1 год

Концепция проекта

Тренинг (англ. *training* от *train* — *обучать, воспитывать*) — форма активного обучения, направленная на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг достаточно часто используется, если желаемый результат — это не только получение новой информации, но и применение полученных знаний на практике.

Тренинговые центры – явление достаточно новое для Казахстана, который в данной сфере очень сильно отстает от Европы и США. В большинстве развитых стран люди продолжают охотно учиться даже в зрелом возрасте, и не называют это обузой или пустой тратой денег.

В нашем же государстве семинары и кратковременные курсы прежде не считались полноценным источником знаний и навыков. Однако активное обучение доказало, что оно эффективно и экономически выгодно. Тренинги превратились в популярный и востребованный бизнес.

Концепция проекта предполагает, что компания будет заниматься разработкой и проведением тренингов, продажей торгового советника и инфо - диска. При реализации проекта будут применяться качественные методики, новейшие технологии, а также целостный и системный подход к решению задач.

Описание продукта и оказываемых услуг

В настоящее время тренинги являются востребованной услугой у крупных работодателей, которые работают по международным корпоративным стандартам. Это один из инструментов мотивирования и удержания сотрудников. В настоящее время рынок испытывает острый дефицит высокопрофессиональных услуг в этой сфере. Поэтому при создании компании можно легко найти место на рынке тренинговых услуг.

Стандартный набор услуг присущий каждой тренинговой компании:

- семинары;
- бизнес – тренинги компании;
- тренинг групп;
- индивидуальные тренинги;
- проведение On-Line вебинаров.

Главный «актив» любого тренингового центра – это не только работающие там специалисты, но и оригинальные авторские методики и программы, креативные идеи. В этом заключается главная трудность.

В наши дни «информация» трансформируется в новый продукт, востребованный во всем мире. За проверенную (качественную) информацию готовы платить серьезные деньги тысячи организаций и частных лиц. Получая своевременно необходимые знания, можно сколотить состояние, организовать свой бизнес, опередить конкурентов и др. Качественная информация всегда востребована в любой сфере, и рунет не исключение. Все начинается с информации!

Информационный бизнес – это продажа информации (обучающих материалов, электронных книг) в интернете другим пользователям (целевой аудитории). Основная цель инфо бизнеса заключается в предоставлении качественной информации по определенной теме за вознаграждение.

Основным продуктом тренинговой компании является информация которую она продает.

Анализ рынка и маркетинговая стратегия

Последние лет 5 рынок остро нуждается в новых уникальных программах, а в кризисные и посткризисные годы эта потребность возрастает ещё больше. Всё, что привнесли в область краткосрочного и среднесрочного бизнес - обучения в 2009 - 14 гг. – это компиляции старых программ с добавлением в их описание слова "антикризисный". Однако кардинально новых решений практически не было предложено, несмотря на огромную потребность.

Многие тренинг - компании организуют сегодня серии бесплатных презентаций и мастер- классов. Воспользовавшись этим, можно сэкономить и деньги, и время, а в итоге – получить хороший результат обучения. Выходит, что кризис дает возможность всем - и производителям, и потребителям образовательных услуг - не на словах, а на деле помочь друг другу стать сильнее и успешнее в это нелегкое время.

«В кабинете министров неоднократно подчеркивали, что поддержка моногородов имеет особое значение. Как заявил первый вице - министр регионального развития Каирбек Ускенбаев, реализация этой программы переведена в режим «ручного управления». И дело не только в том, что там проживает полтора миллиона человек. Попытки накачивать моногорода кредитными ресурсами и субсидиями бесплодны, поскольку уже сейчас выявилось, что все упирается в дефицит не денег, а нормальных бизнес - идей. [Пресс-служба ЦК КНПК](#) от Сен 16, 2013»

Рынок тренинговых услуг характеризуется растущим потребительским спросом. Потребность рынка выявляет, что нужны дополнительные тренинговые центры с новыми креативными идеями, своим продуктом, дающие возможность любому гражданину Республики Казахстан получать не только ценную информацию, но и извлекать доход от ее применения на практике.

Маркетинговая стратегия очень важна в данном бизнесе, так как конкуренция присуща в любом бизнесе. Основной стратегией быть клиент ориентированным, предприимчивым, а также предоставление услуг с ценностями и обладать сравнительным преимуществом среди конкурентов.

Сбыт услуг. Коммерческая деятельность компании должна ориентирована на поиск платежеспособных потребителей и установления с ними долгосрочных договорных связей как с физическими так и юридическими лицами. Реклама на радио, в газетах, телевидении, а также в бизнес центрах города, также в университетах и институтах. Тренинг, как и любой другой товар, нуждаются в хорошей рекламе, которая привлечет клиентов. Продажа тренигов через Web - сайт, где будет располагаться информация не только о проводимых тренингах, но и их преподавателях, где будут расписаны все преимущества именно данной тренинговой компании. Размещение рекламы на тематических форумах, социальных сетях, блогах, сайтах онлайн словарей. Не менее действенная будет реклама в виде листовок, которые можно раздавать в местах большого скопления людей – институты, офисы крупных компаний, университеты и т.д. Рекламные листовки – это еще и относительно не дорогой способ прорекламирровать себя.

Ценовая стратегия. Стратегия компании в области ценообразования учитывает два основополагающих фактора, способствующих закреплению компании на рынке: наличие конкурентной среды по Казахстану в целом, а также наличие менее платежеспособного спроса у населения, чем у других тренинговых компаний, расположенных в Казахстане.

Поэтому основным конкурентным преимуществом рассматриваемой тренинговой компании станет предложение лучшего ценового диапазона услуг за меньшие деньги, качественным продуктом в максимально короткие сроки.

Ценовая стратегия предусматривает следующие мероприятия:

- использование системы скидок для клиентов;
- использование системы скидок для франчайзи;
- формирование цен с учетом маркетинговых оценок;
- изучение ценовой политики конкурентов;
- предоставление гибких форм оплаты.

В большинстве своем применяются стратегия «ценовой дискриминации» в сочетании с другими стратегиями ценовой политики присущими каждому предприятию на протяжении всего этапа развития.

Ценовая политика построена по принципу направленности на потенциального потребителя со средним и невысоким уровнем достатка. Данное направление ценовой политики выбрано с учетом того, что на данный момент фактор цены остается в ряду значимых, но это не значит, что тренинговая компания будет торговать продукцией низкого качества: предполагаемое качество товаров и услуг находится на достаточно высоком уровне.

Данная ценовая политика обеспечивается за счет:

- высокого качества, невысокой цены товара и услуг;
- высокой квалификации тренеров;
- высокого качества обслуживания клиентов.

Процесс услуг

Прежде чем начать рассматривать процесс услуг который в большинстве своем одинаковый у всех тренинговых компаний рассмотрим текущее состояние потребительского рынка. В настоящее время международный кризис диктует свои условия жизнедеятельности, как граждан, так и предприятий в целом.

Кризисные явления в экономике 2008 - 2009 гг. оказали негативное влияние на структуру мирового рынка. Однако, начиная с 2010 года, рынок розничных продаж продуктов, как другие рынки, стали демонстрировать постепенный возврат на докризисный уровень.

Лицензирование и оценочные механизмы тренинговой деятельности в Казахстане отсутствуют как в прочем и в других странах ближнего и дальнего зарубежья. Также не существует единой ассоциации, которая сертифицировала бы тренинговые компании и тренеров.

В настоящее время рынок тренинговых услуг насыщен фирмами, каждая из которых предлагает по 15 - 20 различных тренингов. Неудивительно, что сориентироваться среди такого ассортимента очень тяжело. Эксперты рынка утверждают, что заказывая тренинг, нужно выбирать не компанию, а тренера, который является разработчиком программы, которая вызвала интерес. Специалисты утверждают, что сейчас на рынке заметна тенденция к своеобразной специализации.

Сам процесс услуг предполагает проведение тренингов не только в Казахстане, но в СНГ и странах дальнего зарубежья охват наибольшего численности населения. Поскольку данная тренинговая компания открывается по программе развития моногородов и в одном из моногородов Казахстана г. Лисаковск, она является образующей, что дает право на развитие в других 26 моногородах Казахстана открытие аналогичных тренинговых центров по франшизе первой. Следовательно, Франшиза тренинговой компании будет являться одной из услуг предоставляемой в процессе работы. В свою очередь франчайзи в моногородах могут рассчитывать на получение гранта за счет средств выделенных из республиканского бюджета поскольку предприниматели могут использовать полученные средства гранта на приобретение франшизы. При этом франчайзи должен иметь не менее 20% собственных средств от объема предоставляемого гранта.

Франшиза тренинговой компании будет включать в себя сразу несколько франшиз не только на право проведения тренингов для населения, но и франшизу по продаже торгового советника, франшизу по продаже инфо-диска и другие разработанные франшизы. Процесс услуг тесно связан и во многом зависит именно от работы всех франчайзи, так как именно они в своих городах будут проводить пред тренинговое и после тренинговое сопровождение клиентов в своем городе. Следовательно, немало важно, чтобы уже в первом полугодии после открытия центра желающие предприниматели в 26 моногородах получили информацию о франшизе Тренингового центра, воспользовались государственным грантом для ее реализации и приступили к работе на местах.

В дальнейшем на местах франчайзи могут продавать обучающие тренинги по работе с торговым советником, проводить реабилитационные тренинги и развиваться как тренинговая компания со своими бизнес – тренерами.

Продуктом компании является не только конкретная услуга по проведению тренинга, основополагающим тут является торговый советник MTS - MC LIGHT авторские права которого официально подтверждены и закреплены за руководителем проекта А. Савин в МЮ РК г. Астана в 2013 году, а так же будет являться и Инфо-диск на котором будет вся необходимая информация для самостоятельно изучения клиентом.

Если советник уже применяется на практике, то Инфо-диск требуется создать и это будет одним из приоритетных направлений в начале открытия компании, в течении первого квартала необходимо будет создать данный диск чтобы клиенты могли на первых тренингах получать не только знания и информацию на самом тренинге, но и получить ее на носителе информации для дальнейшего изучения, закрепления, использования по назначению.

Субъекту частного предпринимательства в моногородах оказывается комплексная поддержка в рамках всех инструментов Программы, говорится в Программе моногородов 2012 - 2020. Так же говорится, что в рамках реализации программы одно из направлений: Диверсификация экономики и развитие малого и среднего бизнеса для обеспечения оптимальной структуры занятости населения моногородов. В рамках которого предусмотрено такое мероприятие как: Реализация «якорных» инвестиционных проектов для долгосрочной диверсификации экономики моногородов. Открытие тренинговой компании может являться одним из «якорных» проектов так как соответствует поставленным целям и выполнению задач.

Тренинговая компания как бизнес является высокодоходным и перспективным при грамотной организации производства, несмотря на ужесточившиеся условия деятельности на рынке. Число граждан, желающих приобрести новые навыки и умения, есть всегда. Следовательно, количество заказов на приобретение услуг тренинговых компаний будет всегда. Актуальности данной тенденции в настоящее время придает выход экономики Казахстана из экономического кризиса. Тренинговая компания при условии достаточности инвестиций, принесет высокий доход и окупит производство в течение одного двух лет. Поэтому финансовые вложения в его создание вполне оправданы.

Инвестиции и затраты на реализацию проекта

Для начала запуска проекта потребуется минимум затрат из расчета приобретения самых необходимого на первое время оборудования, а так же выпуска минимальной партии продукта для реализации поставленных целей и задач.

Инвестиционные вложения	Итого, тенге
Оборудование для проведение тренингов	1 432 500
Офисное оборудование	1 315 000
Лицензионное программное обеспечение	610 000
Разработка, создание, выпуск Инфо-Диска	3 000 000
Система видеонаблюдения, охранная система	350 000
Покупка домена, хостинга, создание Web- сайта, landing page, дизайн, верстка, покупка и подключение скриптов, платежных сервисов	740 000
Создание презентационного видео ролика	450 000
Аренда офисного помещения	1 036 800
Аренда лекционного помещения	270 000
Подключение номера Toll Free (8-800)	540 000
Создание и печать листовок, буклетов, постеров,	115 000

флаеров, визиток, календарей, сувенирной продукции	
Создание, покупка X- баннеров, Roll up стендов	150 000
Рекламная компания, реклама в СМИ	4 980 000
Оборотный капитал	2 940 000
Накладные расходы	750 000
Непредвиденные расходы	1 230 000
Итого:	19 909 300

Финансовый план

Отчет о прибылях и убытках за 1-й операционный год:

Наименование статьи	Всего в год, тенге
Реализация услуг	57 800 000
Материальные затраты	8 047 500
Валовая прибыль	49 752 500
Итого операционные расходы	26 031 300
Заработная плата	11 760 000
Аренда помещений	2 706 800
Номер 8-800 (Toll Free)	540 000
Коммунальные услуги	226 500
Амортизация ОС	671 500
Административные расходы	10 126 500
Операционный доход	23 721 200
Индивидуальный подоходный налог	1 473 662
Социальный налог	218 188
Социальные отчисления	531 768
Обязательные пенсионные выплаты	1 176 000
Чистая прибыль	20 321 582

Реализация услуг

Проведение тренингов. В расчет берется два платных тренинга в неделю группами по десять человек. За месяц 8 тренингов с общим количеством 80 человек, за год из расчета того, что первые два месяца тренинги не проводятся 800 человек. Стоимость тренинга 50 000 тенге = $800 * 50\,000$ тенге = **40 000 000 тенге.**

Продажа советника со скидкой в 50% для тех, кто присутствовал на тренинге рассчитывается с минимальным расчетом, исходя из того, что только 10% приобретут советник MTS-MC LIGHT по цене 110 000 тенге = $(800 * 10\%) * 110\,000$ тенге = **8 800 000 тенге.**

Продажа франшизы. Из минимального расчета три продажи в год стоимость минимальной франшиза с договором на 5 лет составляет 3 000 000 тенге и включает в себя Право продажи Инфо – диска, торгового советника MTS-MC LIGHT и MTS-MC FULL, а так же включает в себя 350 дисков и 50 торговых лицензий в комплекте. Всего от продаж франшизы за год = $3 * 3\,000\,000$ тенге = **9 000 000 тенге.**

Франчайзи ежемесячно начиная со второго месяца уплачивает роялти в размере 5% от стоимости франшизы в размере 150 000 тенге.

Реализация услуг: 40 000 000 + 8 800 000 + 9 000 000 = 57 800 000 тенге, за первый год работы тренинговой компании.

План продаж и доходы от реализации:

	За месяц	Кол-во месяцев	За год	Стоимость за единицу	Всего, тенге
Проведение тренингов	8	10	80	500 000	40 000 000
Продажа советника	8	10	80	110 000	8 800 000
Продажа франшизы	-	-	3	3 000 000	9 000 000
Итого:					57 800 000

Материальные затраты – сырье и материалы

Материальные затраты	Всего, тенге
Оборудование для проведение тренингов	1 432 500
Офисное оборудование	1 315 000
Лицензионное программное обеспечение	610 000
Разработка, создание, выпуск Инфо - Диска	3 000 000
Система видеонаблюдения, охранная система	350 000
Покупка домена, хостинга, создание Web- сайта, landing page, дизайн, верстка, покупка и подключение скриптов, платежных сервисов	740 000
Создание презентационного видео ролика	450 000
Создание, покупка X- баннеров, Roll up стендов	150 000
Итого:	8 047 500

Оборудование для проведение тренингов	1 432 500
Офисное оборудование	1 315 000
Лицензионное программное обеспечение	610 000
Амортизация основных средств (ОС)	671 500

Общехозяйственные и административные расходы

Затраты	В месяц, тенге	В год, тенге
Коммунальные платежи (вода, электроэнергия, стоки, отопление)	18 875	226 500
Расходы на рекламу	415 000	4 980 000
Оборотный капитал	245 000	2 940 000
Накладные расходы	62 500	750 000
Непредвиденные расходы	102 500	1 230 000
Итого:	843 875	10 126 500

Заработная плата и обязательные пенсионные выплаты (ОПВ). Для эффективного функционирования тренингового центра понадобится следующий персонал:

Должность	Штатные единицы	Месячный оклад, тенге	Итого в год, тенге	ОПВ, тенге
Директор	1	120 000	1 440 000	144 000
Бизнес – тренер	1	350 000	4 200 000	420 000
Секретарь офис – менеджер	1	50 000	600 000	60 000
PR – менеджер	1	90 000	1 080 000	108 000
PR – специалист	1	70 000	840 000	84 000

IT – менеджер	1	80 000	960 000	96 000
Директор по персоналу	1	60 000	720 000	72 000
Начальник хоз. отдела	1	60 000	720 000	72 000
Инженер по ОТ и ПБ	1	100 000	1 200 000	120 000
Итого:	9	980 000	11 760 000	1 176 000

Исчисление налогов, социальных отчислений (СО), обязательных пенсионных взносов (ОПВ), социального налога (СН) и индивидуального подоходного налога (ИПН)

	Доход за первое полугодие, тенге	Доход за первое полугодие, тенге	Итого, тенге
	28 900 000	28 900 000	
Сумма ИПН (корпоративного) в бюджет, тенге	374 978	374 978	749 956
Сумма социального налога в бюджет, тенге	109 094	109 094	218 188
Сумма СО за ИП к уплате в бюджет, тенге	64 092	64 092	128 184
Сумма ИПН за сотрудников, к уплате в бюджет, тенге	361 853	361 853	723 706
Сумма СО за сотрудников, к уплате в бюджет, тенге	201 792	201 792	403 584
Всего СО, СН и ИПН в бюджет, тенге	1 111 809	1 111 809	2 223 618
Сумма ОПВ за ИП, тенге	72 000	72 000	144 000
Сумма ОПВ за сотрудников, тенге	516 000	516 000	1 032 000
Всего ОПВ, тенге	588 000	588 000	1 176 000

Коммунальные расходы. Коммунальные расходы включает в себя затраты на электроэнергию для офисного оборудования, воду питьевую, отопление, стоки и составляет 226 500 тенге в год:

Статья затрат	Объем расхода в месяц	Ед. изм.	Тенге / единица	Сумма в месяц, тенге	Сумма за год, тенге
Электричество	600	кВт/час	16,95	10 170	64 800
Водоснабжение	15	м ³	109,86	1 648	16 800
Стоки	15	м ³	117,25	1 759	16 800
Отопление (за 5 мес.)	1	м ³	5298	5 298	67 200
Итого:				18 875	226 500

Финансирование проекта

Получение необходимой денежной суммы для старта и развития тренингового центра по программе «Развития моногородов 2012 – 2020»

Микрокредитование по Программе «Дорожная карта бизнеса 2020

Кредитование через БВУ. Финансовые расчеты выявили необходимость займа при процентной ставке 14%, сроком погашения 36 месяцев, с отсрочкой на полгода, а затем регулярными ежемесячными выплатами. С возможностью пролонгации срока на 5 лет. По бюджетной программе «Развития моногородов 2012 – 2020» субсидируется 10% процентной ставки кредитования МСБ.

«Дорожная карта бизнеса 2020»

Единая программа поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» (далее – Программа) разработана для реализации Послания Президента Республики Казахстан народу Казахстана «Новое десятилетие – Новый экономический подъем – новые возможности Казахстана» и Общенационального плана развития Казахстана до 2020 года. Программа направлена на достижение цели посланий Президента Республики Казахстан народу Казахстана «Стратегия «Казахстан – 2030» и «Казахстанский путь – 2050: единая цель, единые интересы, единое будущее

Целью Программы является обеспечение устойчивого и сбалансированного роста регионального предпринимательства, а также поддержание действующих и создание новых постоянных рабочих мест

Второй этап 2016-2019 годы

На втором этапе предстоит усилить работу по надлежащей реализации инструментов государственной поддержки, предусмотренных в Программе. Применение инструментов государственной поддержки будет сопровождаться постоянным их мониторингом на предмет их эффективности к поставленным целям и задачам Программы. По итогам мониторинга на ежегодной основе будут приниматься соответствующие меры по повышению эффективности Программы, совершенствованию ее инструментов. Осуществление реализации Программы под постоянным мониторингом позволит выполнить намеченные задачи и достигнуть поставленные цели Программы.

Приоритетными секторами экономики являются:

1. агропромышленный комплекс;
2. горнодобывающая промышленность*;
3. легкая промышленность и производство мебели;
4. производство строительных материалов и прочей неметаллической минеральной продукции;
5. металлургия, металлообработка, машиностроение;
6. другие сектора промышленности (в т.ч. производство прочих готовых изделий; производство электроэнергии прочими электростанциями; производство электроэнергии гидроэлектростанциями; сбор, обработка и удаление отходов, утилизация отходов; рекультивация и прочие услуги в области удаления отходов)
7. транспорт и складирование;
8. туризм;
9. информация и связь;
10. профессиональная, научная и техническая деятельность;
11. образование;
12. здравоохранение и социальные услуги;
13. искусство, развлечение и отдых;
14. предоставление прочих видов услуг (ремонт компьютеров, предметов личного потребления и бытовых товаров).

Реализация Программы осуществляется по четырем направлениям:

- 1) поддержка новых бизнес-инициатив предпринимателей моногородов, малых городов и сельских населенных пунктов;