Федеральное агентство связи

Сибирский Государственный Университет Телекоммуникаций и Информатики

**Межрегиональный центр переподготовки специалистов**

# **Контрольная работа**

# По дисциплине: Основы бизнес-планирования

**Выполнил**а:

**Группа**:

**Проверил**:

Новосибирск, 2020 г

**Оглавление**

[**План маркетинга** 3](#_Toc40995515)

[**1.** **Вводная часть** 3](#_Toc40995516)

[**2.** **Обзор компании** 4](#_Toc40995517)

[**2.2.** **Обоснование стратегии ценообразования** 6](#_Toc40995518)

[**2.3.** **Виды рекламной поддержки** 7](#_Toc40995519)

[**2.4.** **Методы стимулирования продаж** 10](#_Toc40995525)

[**2.5.** **Послепродажное обслуживание** 11](#_Toc40995526)

[**2.6.** **Формирование общественного мнения о товаре или услуге** 13](#_Toc40995527)

[**3 Функционирование проекта** 16](#_Toc40995528)

[**3.1. Производственный план** 16](#_Toc40995529)

[**3.2. Организационный план** 18](#_Toc40995530)

[**3.3. Финансовый план** 21](#_Toc40995531)

[**3.3.1. Подсчёт затрат на рекламную компанию** 24](#_Toc40995532)

[**Список литературы** 27](#_Toc40995533)

#

#

## **План маркетинга**

## **Формирование конкурентоспособного товара/услуги, разработка плана маркетинга**

На сегодняшний день в наиболее крупных городах России распространена практика изучения иностранных языков в языковых школах и курсах, которые способны создать необходимые условия. В таблице 1 отражено примерное количество языковых школ и курсов в разных городах России по состоянию на начало 2017 года.

Также популярность набирает online-обучение: за последние два года создано не менее 15 online-ресурсов. Тем не менее, потребители отдают предпочтение языковым школам.

Стоимость образовательных услуг в сегменте изучения иностранных языков различна, в зависимости от формы обучения – в группе, индивидуально за один академический час, или приобретение всего учебного курса. Кроме того, стоимость занятий варьируется в зависимости от языка – так, например, изучение английского языка в связи с его популярностью будет стоит намного дешевле, нежели изучение японского языка. Поэтому при создании языковой школы необходимо четко понимать, какие языки включать в программу.

Таким образом, динамичное развитие рынка платных образовательных услуг в сегменте иностранных языков позволяет говорить об инвестиционной привлекательности данного бизнеса.

Клиентов языковых школ можно сегментировать следующим образом:

* **По цели обращения в языковую школу:**

— клиенты, у которых знание языка требует профессия, и от этого зависит карьерный рост;

— клиенты, желающие подтянуть свой уровень знания иностранных языков для более комфортных путешествий за рубеж;

— клиенты, у которых есть потребность в изучении дополнительных языков с целью повышения уровня собственной образованности, желающие не отстать от веяний современного мира;

— клиенты, которым необходимо поднять свой уровень знания иностранных языков для поступления в университет или школу;

— корпоративные клиенты.

* **По требованиям к проведению занятий:**

— учащиеся, желающие заниматься в группах (как правило 4-6 человек).

* **По возрасту:**

— школьники и студенты, желающие освоить новые языки, помимо тех, что есть в школьной программе или улучшить знания основного языка;

— работающие люди, которых знать иностранный язык обязывает работа, либо обыденный интерес и страсть к путешествиям;

— пенсионеры, привыкшие путешествовать, открывать для себя что-то новое, развиваться.

В процентном соотношении целевая аудитория выглядит примерно следующим образом:

Наибольшую группу по возрасту представляют именно работающие люди, за ними по численности следуют учащиеся и лишь небольшая часть потенциальных клиентов бизнеса – пенсионеры. Однако рекомендуется составить план обучения таким образом, чтобы оно было интересным и полезным для разных категорий клиентов, а также предложить хотя бы несколько вариантов программ обучения, чтобы удовлетворить как можно больший объем спроса.

Как было сказано выше, данный рынок отличается высоким уровнем конкуренции. В связи с этим в рамках **бизнес-плана** до начала формирования концепции необходимо провести конкурентный анализ для будущих**курсов иностранных языков.**

Основными конкурентами являются:

* Аналогичные специализированные школы и курсы;
* Частные репетиторы и преподаватели;
* Онлайн-сервисы, позволяющие заниматься с носителями удаленно;
* Курсы на базе общеобразовательных школ и университетов и др.

В таком случае важно определить свое конкурентное преимущество, которым может быть:

* Низкая цена;
* Высококвалифицированные преподаватели;
* Наличие преподавателей-носителей языка;
* Удобное месторасположение;
* Собственные эффективные программы обучения;
* Современный подход к обучению;
* Наличие системы бонусов и скидок;
* Возможность заниматься как индивидуально, так и в группах и т.д.

## **Тактика реализации продукции**

Открытие языковой школы для реализации спектра доступных услуг в области изучения иностранных языков  и перевода в городе Новосибирске с населением более 1,5 миллиона человек. Основной источник дохода заведения – оплата за обучение иностранному языку.

В языковых школах предоставляют спектр услуг по изучению различных иностранных языков для разных уровней подготовки учеников.

С каждым годом популярность языковых школ возрастает – люди осознают преимущества владения иностранным языком и стремятся к его изучению. Поэтому лингвистическая школа является престижным, востребованным и прибыльным видом бизнеса.

Основные преимущества бизнеса:

* сравнительно небольшой объем капиталовложений;
* перспективное направление, ежегодный рост спроса на данный вид услуг;
* быстрая окупаемость.

Для реализации проекта арендуется помещение общей площадью 100 м2, расположенное в одном в центре города. В лингвистической школе планируется преподавать семь иностранных языков по различным программам.

Целевая аудитория – население города в возрасте от 6 до 50 лет, семьи со средним доходом.

Объем первоначальных инвестиций составляет 635 600 рублей. Инвестиционные затраты направлены на обустройство офиса и закупку материала для обеспечения образовательного процесса, создание фонда оборотных средств. Для реализации проекта будут использованы собственные, а так же кредитные средства.

Финансовые расчеты охватывают трёхлетний период функционирования проекта.  В соответствии с расчетами, совокупная чистая прибыль за первый год составит 26645000 рублей, а рентабельность продаж – 88,817 %. При достижении плановых показателей, первоначальные инвестиции окупятся через 2 месяца работы.

## **Обоснование стратегии ценообразования**

Ценовая политика школы строится на анализе среднерыночных предложений школ-аналогов в городе Новосибирск.

Курсы английского языка дешево или совсем дешево стоить не могут, иначе страдает качество обучения. В нашей школе обучением занимаются профессиональные преподаватели, имеющие диплом по специальности и проходящие постоянно повышение квалификации. Кроме того, в качестве мастер классов на всех программах предусмотрены занятия с носителем языка. Цены на курсы английского в нашей школе установлены наиболее оптимальные (4500 за месяц обучения, занятия 2 раза в неделю, каждое занятие обойдётся в 562 рубля, если ученик не приходит на урок, занятие сгорает). Почти любой курс обучения имеет фиксированную сумму. Но можно уменьшить ее следующим способом:

* записаться на занятия в утреннее, дневное время или в группы с выходным днем;
* стать постоянным клиентом и продолжить обучение на нескольких уровнях;

## **Виды рекламной поддержки**

Размещения наружной рекламы на стандартных щитах 6х3 обойдётся нам 20-25 тысяч рублей в месяц.

**Размещение рекламы в метро** обойдётся нам в 9,5 тысяч рублей в месяц

Стоимость размещения стикеров формата А3 в вагонах метро в 1500 рублей в месяц.

Размещению рекламы в сети также свойственны различные коэффициенты и наценки, а каждая новая фокусировка в рекламе прибавляет ей до 30% стоимости. Средняя стоимость одного контакта в баннерной рекламе составляет примерно 50 копеек, но может как понижаться — при глобальных размещениях, так и повышаться — при нестандартных размещениях.

Стоимость размещения баннеров на страницах крупных онлайн-изданий**:**

* Медийная (баннерная) реклама — 350 рублей за 1000 показов
* Нестандартные форматы (RichMedia и пр.) — 700 рублей за 1000 показов
* Контекстная реклама — от 15 рублей за 1 переход.

Стоимость фиксированного размещения рекламы на сайтах на определенный срок зависит от: а) охвата аудитории, б) тематики и раздела, в) формата рекламного модуля, г) объемов размещения.

Стоимость каждого перехода по контекстной рекламе (Яндекс, Google, Begun) зависит от уровня конкуренции в выбранной тематике объявления. В более востребованных тематиках (бизнес, авто, туризм и т.д.) стоимость перехода по контекстному рекламному объявлению обычно значительно выше. Так, стоимость аудитории, привлеченной посредством контекстных объявлений в популярных поисковых запросах может составлять 30-60 рублей. По нашему опыту, средняя стоимость переходов по продающим запросам составляет 200-300 рублей. В высококонкурентных тематиках (недвижимость, автомобили, медицина и т.д.) стоимость клика может превышать отметку в 1 тысячу рублей.
Подведём итог сколько денег уйдёт на рекламу в месяц:

|  |  |
| --- | --- |
| **Виды рекламной поддержки** | Цена в месяц |
| Реклама на щитах | 20000 |
| Размещение рекламы в метро | 9500 |
| стикеров формата А3 в метро | 6000 |
| Медийная (баннерная) реклама | 5500 |
| Контекстная реклама | 5000 |
| Итого: | 46000 |

## **Методы стимулирования продаж**

Наша языковая школа будет предоставлять **пробный урок** (бесплатное первое занятие). Это один из наиболее эффективных способов продвижения, который наиболее полезен на этапе вывода нового продукта на рынок. Он позволяет познакомить потребителей со свойствами нового товара, не заставляя их совершать первую покупку вслепую.

Так же мы будем распространять **купоны** на занятия (по почте, через газеты и журналы). Этот метод сравнительно дешев и легок в использовании, нацелен на целевых покупателей.

Ещё один из способов стимулирования продажэто **подарок** при покупке абонемента (например: коробка с карточками для изучения английского языка или словарь). Этот метод относительно малозатратен и способствует росту объемов продаж. Можно так же проводить различные розыгрыши, лотереи среди учеников.

В качестве напоминания и продвижения нашей школы необходимо сделать **сувениры**: календари, майки, ручки с логотипом школы.

## **Послепродажное обслуживание**

Клиент, который уже приобрел товар или воспользовался услугами компании, с большей вероятностью обратится вновь.

Затраты на возобновление спроса или предложение дополнительных товаров меньше, чем на привлечение нового клиента.

Больше половины клиентов уходят к конкурентам, поскольку не получают должного внимания со стороны компании. Внедрение послепродажного обслуживания позволит прекратить отток клиентов и существенно увеличить продажи.

Рассмотрим два подхода, которые мы внедрили. Методы помогут мотивировать наших клиентов купить абонементы на уроки.

Пример письма для возобновления спроса, которое мы будем отсылать своим клиентам:

Персонализированные письма не вызывают у клиентов раздражения: статистика, собранная компанией WindsorCircle, показывает, что их открывают на 66% чаще, а количество кликов на 125% выше, чем у обычных писем.

В такое письмо можно добавить:

* благодарность за регистрацию или покупку;
* предложение других товаров, которые могут заинтересовать покупателя;
* поощрение постоянных покупателей;

Для того, чтобы обычный клиент превратился в постоянного с ним нужно просто общаться и уделять внимание.

## **Формирование общественного мнения о товаре или услуге**

Проведения рекламных кампании с целью формирования позитивного имиджа (увеличения известности) языковой школы.

Проведение рекламной кампании в периодической печати с публикацией информации о миссии и стратегических целях предприятия (с учетом интересов общественности), деловой репутации предприятия и его руководителя, участии предприятия в различных социальных программах.

Публикация интервью руководителя с целью формирования его позитивного имиджа в глазах общественности.

Для персонала мы внедрим систему обучения, направленную на повышение его профессионального и культурного уровня.

## **Производственный план. Требования к квалификации и наличие необходимого персонала**

## **Административный персонал**

Административный персонал (как минимум 1 представитель) всегда присутствует в образовательном учреждении во время проведения занятий.

Представитель оказывает всяческую поддержку преподавателям и подходит к разрешению возникающих по ходу работы проблем, споров и жалоб как со стороны преподавателей так и со стороны студентов ответственно и объективно.

Представитель владеет английским языком (желателен уровень Рге-Intermediate и выше) или имеет ассистента переводчика, если в образовательном учреждении работают преподаватели иностранцы.

Представитель компетентен по всем вопросам, связанными с обучением: уровни и продолжительность курсов, учебные материалы, методика обучения и т.д.

## **Производственный персонал**

Уметь профессионально общаться с людьми (доброжелательность, вежливость, умение работать с вопросами, претензиями и жалобами, умение разрешать конфликтные ситуации).

Уметь организовывать эффективное взаимодействие с преподавателями иностранцами, если такие имеются (владение английским языком на уровне Рге-Intermediate, знание особенностей западной деловой культуры, владение навыками межкультурного общения).

Владеть полной информацией о продукте (система обучения: структура обучения, порядок зачисления, порядок обучения, состав групп, расписание занятий, интенсивность и метод проведения занятий, порядок оплаты, методика преподавания: основа коммуникативного подхода, основные технические приемы и средства обучения, классификации и содержание учебников).

Требование к квалификации: высшее педагогическое/лингвистическое образование + опыт работы по коммуникативной методике. Приветствуется наличие у преподавателей международных сертификатов в области TEFL (Teaching English as a Foreign Language), таких как Cambridge CELTA (Certificate in English Language Teaching to Adults), Trininty TESOL (Teaching English as a Second Language) или их эквивалентов.

## **Условия оплаты и стимулирования**

Стоимость одного часа равна 600 рублей. В неделю каждый преподавтель проводит 9 уроков, получается 18 часов.

18 \* 4 \* 600 = 43200 в месяц плюс премии

Всего 12 преподавателей. 12 \* 43200=518400

## **Условия труда**

Производственная среда, форма и степень трудовых нагрузок, соответствующие нормам и даже ниже установленных параметров, относятся к самому безопасному первому классу условий труда.

В наших условиях работник способен длительное время сохранять высокий уровень трудоспособности. Удобный комфортный офис, где оборудована зона отдыха, предусмотрены перерывы.

## **Организационный план**

## **Поощрения (продвижение по службе, различные вознаграждения)**

Продвижение по службе (проведение уроков более старшим группам) – доплата 5 тысяч рублей каждый месяц

Похвала руководителем, сотрудника, на коллективном собрании – 3 тысячи

Словестное поздравление сотрудника с Днем рождения с участием руководителя – подарок на 3 тысячи рублей раз в год

Всего в школе 12 преподавателей, 6 из них проводят уроки в старших группах. 6\*5000=30000

12 премий на год(похвала), 12\*3000=36000

День рождения – 12\*3000=36000

Итого 30000+36000+36000 = 102000 каждый месяц на поощрения

## **Целевые показатели (разрабатывается система показателей, по которым можно судить о выполнении плана)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Годовой план | 2020 г | Выполнение |  |
| № | Показатели | план | План коррект. | % | примечание |
|  | Ключевые | показатели | эффективности |  |  |
| 1 | Чистая прибыль | 1 080 000 | 1 000 000 | 108 | выполнено |
| 2 | Рентабельность продаж | 88,82 | 83,33 |  | выполнено |
|  | Контролируемые | показатели | бизнес-планов | развития |  |
| 4 | Выручка от реализации услуг на одного работника |  |  |  |  выполнено |

$$R\_{продаж}= \frac{П\_{ч}}{N\_{pn}}×100\%$$

Пч – чистая прибыль

Npn – реализованная продукция

R = 26645000/30000000\*100=88,8166667

Процент выполнения плана:

ПВП = ТР / ЗР \* 100

ПВП – процент выполнения плана;

ТР – текущие результаты;

ЗР – запланированные результаты

1 080 000/1 000 000 \* 100 = 108 % (план перевыполнен)

В неделю каждый преподавтель проводит 10 уроков, в группе по 10 человек, преподавателей всего 12.

Цена = 4500

Каждый ученик за месяц платит 4500 рублей, независимо от того посещал он занятия или нет. Всего у нас в школе 240 учеников.

Выручка от реализации составляет 1 080 000

## **Критерии отбора кандидатов на руководящие должности**

## **Обучение (здесь отражаются виды и системы повышения квалификации сотрудников с отрывом и без отрыва от производства),**

## **Указывается организационная структура предприятия.**

## **Формирование графика выполнения работ**

#

# **3 Функционирование проекта**

# **3.1. Производственный план**

Основной вид деятельности языковой школы – предоставление образовательных услуг в сфере обучения иностранным языкам.

Перед открытием лингвистической школы необходимо определить, какие языки будут доступны для изучения, а также какая аудитория курсов предполагается – дети дошкольного возраста, школьники-старшеклассники, студенты или взрослые работающие люди. От этого зависит разработка образовательных программ, спектр предоставляемых услуг, планируемые объемы продаж, организация образовательного процесса.

Самым востребованным языком является английский, затем следуют немецкий и французский. Этот набор иностранных языков считается обязательным для лингвистической школы. Рекомендуется организовать курсы по более редким языкам: итальянский, испанский, китайский, японский. Это может стать вашим конкурентным преимуществом и привлечь клиентов, поскольку конкуренция в сфере преподавания иностранных языков достаточно высока.

**Также следует предусмотреть спектр различных курсов, чтобы каждый обучающийся мог выбрать подходящие для него форму и направление обучения в вашей школе:**

* экспресс-обучение свободному владению разговорной речью;
* английский для детей;
* подготовка к экзаменам ЕГЭ, TOEFL, IELTS;
* интенсивное обучение иностранному языку;
* групповые и индивидуальные занятия;
* профильные курсы делового английского;
* семейное обучение (с возможностью составления удобного расписания и домашнего обучения).

Перечень услуг и направлений обучения является открытым и определяется индивидуально для каждой лингвистической школы, исходя из ее целей, финансовых возможностей, состава персонала и т.д.

**Данный проект предполагает открытие языковой школы, предлагающей следующие виды образовательных услуг:**

1. Общая программа обучения английскому, немецкому, французскому, итальянскому, испанскому, китайскому и японскому языкам. Занятия в малых группах 4-6 человек и больших группах численностью 12-20 человек. В программу курса входит разговорный язык и грамматическая база. Для английского языка предполагается выбор программы в зависимости от уровня знаний – начальный, базовый, продвинутый;
2. Интенсивная (ускоренная) программа обучения английскому языку включает в себя три уровня – начальный, базовый, продвинутый;
3. Курс включает подготовку к различным международным тестированиям по иностранному языку, а также подготовку школьников к сдаче ОГЭ и ЕГЭ. Предполагается наличие групповых и индивидуальных курсов;
4. Разговорный английский. Курс ориентирован на расширение словарного запаса и живую практику общения;
5. Деловой английский. Курс включает изучение грамматики, расширение лексического запаса, изучение специфической бизнес-терминологии;
6. Английский для детей: программы для детей 3-5 лет и 6-7 лет. Обучение построено на чередовании учебной деятельности и различных игр, что позволяет ученикам эффективно усваивать материал.
7. Услуги перевода – письменный перевод текстов с русского на английский, немецкий, французский, итальянский, испанский, китайский, японский языки и наоборот. Осуществляется перевод различных видов документации, рекламные и другие тексты.

В соответствии с указанным перечнем услуг определяется необходимая площадь офиса, формируется штат сотрудников, составляется расписание занятий и планируется маркетинговая стратегия.

# **3.2. Организационный план**

Для функционирования языковой школы необходимо сформировать штат из следующих сотрудников: преподаватели, администраторы, бухгалтер, уборщица. Главным персоналом являются преподаватели, поскольку от их профессионализма и коммуникабельности зависит атмосфера образовательного процесса, уровень знаний учащихся и впечатления от школы в целом. Исходя из составленного плана реализации, языковой школе необходимо нанять 2 преподавателя по английскому языку и 1 преподавателя по каждому из остальных иностранных языков. Таким образом, преподавательский состав будет сформирован из 8 специалистов.

При выборе преподавателей нужно предъявлять следующие требования: наличие высшего образования (желательно, лингвистического), отличное знание разговорного и письменного языка, опыт работы от двух лет, наличие проверенной и комплексной методики обучения.

Должность администратора предполагает посменную работу – 2 через 2, поэтому потребуется нанять двоих сотрудников. Требования к администратору ограничиваются высоким уровнем дисциплины, ответственностью, коммуникабельностью. В их обязанности входит прием звонков и писем, запись клиентов на занятие, формирование групп, составление расписания занятий, ведение групп в социальных сетях, обеспечение школы необходимым инвентарем. Для уборщицы и бухгалтера предполагается частичная занятость.

Также необходим руководитель школы, который будет выполнять функции управленца. В его подчинении находится весь персонал, он принимает решение о найме сотрудников, выстраивает маркетинговую политику, взаимодействует с контрагентом.

Общий фонд заработной платы составит 274000 рублей, а с учетом страховых выплат – 356200 рублей в месяц.

***Таблица 3. Штат языковой школы***

|  |
| --- |
| **Общий фонд заработной платы** |
| **Персонал** | **Количество сотрудников** | **З/п на 1 сотрудника (руб.)** | **Зарплата итого (руб.)** |
| Руководитель | 1 | 27000 | 27000 |
| Преподаватель | 8 | 25000 | 200000 |
| Администратор | 2 | 17000 | 34000 |
| Уборщица (частичная занятость) | 1 | 6 000 | 6 000 |
| Бухгалтер (частичная занятость) | 1 | 7 000 | 7 000 |
| **Общий фонд з/п** | **274000** |

**Открытие языковой школы включает в себя следующие этапы:**

* Регистрация в государственных органах. В соответствии со ст. 91 ФЗ «Об образовании в РФ», дополнительное образование подлежит лицензированию.  Государственная пошлина на лицензию составляет 6000 рублей. Следует также определиться, будет ли вы выдавать ученикам документ, подтверждающий прохождение того или иного языкового курса. Для выдачи документа государственного образца об окончании обучения необходимо получить лицензию в местном отделе Минобразования. Наиболее простым вариантом является организация языковой школы с индивидуальной преподавательской деятельностью – лицензия в данном случае не понадобится, но и права выдавать документацию, подтверждающую квалификацию выпускников, не будет. Для реализации проекта предполагается создание языковой школы без права выдачи документа государственного образца. Для ведения коммерческой деятельности регистрируется ИП с упрощенной системой налогообложения («доходы» по ставке 6%).  Виды деятельности согласно ОКВЭД-2:
* Образование дополнительное детей и взрослых прочее, не включенное в другие группировки
* Деятельность по письменному и устному переводу.
* Местоположение и выбор офиса. Удачное местоположение предполагает близость к учебным заведениям, торговым центрам, людным улицам. Желательно наличие бесплатной парковки и удобной транспортной развязки. Также при выборе помещения необходимо обратить внимание на освещение, санитарное состояние, наличие санузла и других технических характеристик. Оптимальный размер помещения под языковую школу – от 100 м2 – этой площади хватит для двух классов и приемной с ресепшеном. Если предполагается оказывать услуги по индивидуальному обучению, то рекомендуется предусмотреть небольшой кабинет для этого.

Для реализации данного проекта предполагается взять в аренду офис площадью 100 м2 с расположением в одном из спальных районов. Стоимость аренды такого помещения с ремонтом составит в среднем 70000 рублей для города с населением около 1 млн. жителей. Планируется разместить 2 учебные аудитории и холл с ресепшеном. Одна аудитория будет специализированной для занятий по английскому языку, где занятия будут проходить ежедневно. Вторая аудитория будет использоваться для занятий по другим языкам. Данное разделение позволит грамотно оформить пространство и облегчит составление расписания занятий.

* Подбор кадров. Для языковой школы наличие квалифицированных кадров – один из главных параметров, поэтому следует тщательно подойти к отбору персонала. Поиск сотрудников можно осуществлять следующим образом: на специализированных сайтах; сбор информации через знакомых; мониторинг преподавателей общеобразовательных и частных школ с последующим предложением о трудоустройстве.

Состав преподавателей определяет и расписание языковой школы. Предполагается, что график работы будет с 10:00 до 20:00 без выходных, поскольку наличие групп выходного дня позволит обслуживать большее количество клиентов.

Средняя продолжительность курса по изучению иностранного языка составляет 4-8 месяцев, или 72-144 академических часа. По окончании курса учащиеся сдают тест, который оценивает уровень знаний, полученных в ходе обучения. Набор в группы осуществляется 2 раза в месяц по английскому языку и 1-2 раза по другим языкам. Основной поток учащихся приходится на вечерние группы (с 17:00 до 20:00). Малые учебные группы состоят из 4-6 человек, а большие из 8-16 человек. Рекомендуется четное количество учеников в группе, поскольку в процессе обучения зачастую приходится разбивать группу на пары для выполнения заданий, что повышает результативность такого обучения.

В таблице 2 приведен план продаж и расчет выручки за первый год функционирования языковой школы. План реализации составляется с учетом режима работы, количества реализуемых курсов и их продолжительности. Так, например, интенсивный курс изучения английского языка занимает 72 академических часа, а общий курс – 144 часа.

# **3.3. Финансовый план**

Финансовый план учитывает все доходы и расходы проекта, горизонт планирования составляет 5 лет. Для запуска проекта необходимо рассчитать объем первоначальных инвестиций. Для этого нужно определиться с затратами на мебель, техническое оснащение офиса и приобретение учебного материала. Примерно 54% первоначальных инвестиций приходится на мебель и техническое оснащение офиса; 26% инвестиций – на учебный материал, а на рекламу и регистрацию – 20%.

Таблица 4. Инвестиционные затраты

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **НАИМЕНОВАНИЕ** | **КОЛИЧЕСТВО ШТУК** | **СТОИМОСТЬ 1 ШТУКИ, РУБ.** | **ОБЩАЯ СУММА, РУБ.** |
| *Мебель и техника:* |  |  |  |
| Стол (учебный) | 6 | 13000 | 78000 |
| Стол (для преподавателя) | 2 | 3000 | 6000 |
| Стул | 40 | 800 | 32000 |
| Ресепшн | 1 | 10000 | 10000 |
| Магнитно-маркерная доска | 2 | 4500 | 9000 |
| Учебный материал | 1 | 130000 | 130000 |
| Диван | 1 | 10000 | 10000 |
| Компьютер | 4 | 20000 | 80000 |
| МФУ | 1 | 6000 | 6000 |
| Wi-fi роутер | 1 | 1500 | 1500 |
| Кулер | 1 | 3000 | 3000 |
| Стеллаж | 2 | 3000 | 6000 |
| Канцелярские товары | 1 | 5000 | 5000 |
| Микроволновая печь | 1 | 3000 | 3000 |
| Шкаф для одежды | 1 | 7000 | 7000 |
| Сейф | 1 | 6500 | 6500 |
| Регистрация: |  |  |  |
| Регистрация ИП | 1 | 800 | 800 |
| Изготовление печати, открытие р/с | 1 | 2000 | 2000 |
| Госпошлина на лицензию | 1 | 6000 | 6000 |
| *Реклама*: |  |  |  |
| Вывеска | 1 | 24000 | 24000 |
| Продвижение группы в соцсети | 1 | 10000 | 10000 |
| Создание и продвижение сайта | 1 | 50000 | 50000 |
| Оборотные средства: | 1 | 150000 | 150000 |
| **Итого** |  |  |  **6355800** |

Постоянные ежемесячные затраты отражены в таблице 5. Из них почти 70% затрат приходится на заработную плату сотрудникам. Амортизация начисляется линейным способом в течение 5 лет. В ежемесячных затратах также необходимо предусмотреть затраты на обновление методического материала, поскольку это является важным элементом учебного процесса.

Таблица 5. Ежемесячные расходы

|  |  |
| --- | --- |
| **НАИМЕНОВАНИЕ** | **СУММА, РУБ.** |
| Аренда (100 кв.м.) | 70000 |
| Заработная плата и страховые отчисления | 356478 |
| Коммунальные платежи | 6000 |
| Реклама, маркетинг, печатные материалы | 10000 |
| Амортизация\* | 7050 |
| Непредвиденные расходы | 10000 |
| Обновление методических пособий и учебников | 20000 |
| Налоги УСН (6% от выручки) | 39625 |
| **Итого расходы** | **519153** |

Таким образом, были определены постоянные ежемесячные расходы в размере 519153 рублей. Объем плановой выручки составляет 660416 рублей в месяц. Выйти на плановый показатель планируется на четвертый месяц работы школы.

Срок окупаемости проекта при первоначальных инвестициях в 635800 рублей составляет 7 месяцев. Чистая ежемесячная прибыль проекта при выходе на плановые объемы продаж составит около 140 000 рублей. Выйти на плановый объем продаж планируется на четвертый месяц работы. Рентабельность продаж в первый год – 17,5%.

**Открытие лингвистической школы сопряжено со следующими внешними рисками:**

* высокая конкуренция на действующем рынке платных образовательных услуг. Снизить этот риск помогут мониторинг цен, продуманная ценовая и рекламная политика, определение и внедрение своих конкурентных преимуществ;
* повышение стоимости аренды, которая повлечет увеличение постоянных расходов и может сказаться на финансовом состоянии. Снизить вероятность риска возможно при заключении договора долгосрочной аренды и выбором добросовестного арендодателя;
* риски по договорам с поставщиками учебных материалов. Снизить это риск возможно при соблюдении требований ГК РФ и прочих законодательных актов при заключении договоров, выбор надежных поставщиков, определение размера и порядка возмещения поставщиком нанесенного ущерба;
* сезонность бизнеса, которая снижает спрос на образовательные услуги в летние месяцы. Нивелировать риск возможно при разработке маркетинговой стратегии, эффективной рекламной политикой, предполагающей проведение акций и бонусов.

**К внутренним рискам относятся:**

* невыполнение планируемого объема продаж. Снизить этот риск возможно при эффективной рекламной кампании и грамотной маркетинговой политике, предполагающей проведение различных акций и бонусов;
* нехватка квалифицированных специалистов. Нивелировать этот риск позволит мониторинг сотрудников других школ и предложение им возможности совмещения работы, а также тщательный отбор сотрудников на собеседовании, сотрудничество с ВУЗами, которые готовят переводчиков и преподавателей иностранного языка;
* снижение репутации заведения в кругу целевой аудитории при ошибках в управлении или снижении качества услуг. Нивелировать риск возможно при постоянном контроле качества услуг, получении обратной связи от клиентов заведения и проведении корректирующих мероприятий.

# **3.3.1. Подсчёт затрат на рекламную компанию**

Первоначально нужно разместить вывеску школы. Согласование, изготовление и установка вывески обойдется примерно в 50 000 руб. Вывеска не даст нужного эффекта без дополнительного стимулирования клиентов, поэтому в бюджет также должны быть заложены расходы на печатные материалы (промо-листовки) и зарплату промоутера (около 10 000 руб.). Для комплексной работы необходимо прибегать к онлайн-методам раскрутки вашего проекта, в данном случае на создание и продвижение сайта необходимо заложить в бюджет около 100 000 руб., а на развитие и создание группы в соцсети — около 10 000 руб.

Со временем, когда вы наработаете клиентскую базу, эти виды затрат будут снижаться, основной поток учеников будет приходить к вам по советам друзей и знакомых.

|  |
| --- |
| **Инвестиции на открытие** |
| Регистрация, включая получение всех разрешений | 50 000 |
| Дизайн-проект помещения | 20 000 |
| Ремонт | 20 000 |
| Вывеска | 50 000 |
| Рекламные материалы | 20 000 |
| Аренда на время ремонта | 140 000 |
| Закупка оборудования | 305 600 |
| Прочее | 30 000 |
| Итого | 635 600 |

**Расчеты начинаются с определения** доходов от предоставляемых услуг, которые называются тарифными доходами или доходами от основной деятельности.

Информация об объемах услуг и доходах от основной деятельности представляется в следующей форме:

Объемы услуг и доходы от основной деятельности

| Наименование показателей |
| --- |
| 1-й | 2-й | 3-й | всего |
| Объемы услуг (товара) | 10 тысяч сертификатов  | 12 тысяч сертификатов | 12 тысяч сертификатов | 14,2 |
| Наименование i-услуги/товара | Обучение в школе | Обучение в школе | Обучение в школе |  |
| годовой выход | 30000000 | 36000000 | 36000000 | 102000000 |
| Доходы от основной деятельности, ден.ед. | 29000000 | 35000000 | 35000000 | 99000000 |
| по i-услуге/товару | 1000000 | 1000000 | 1000000 | 3000000 |

Прирост за год определяется на основании установленных уровней освоения проектной мощности. Годовой выход учитывает нарастание освоенной мощности по годам, т.е. годовой выход за второй год суммирует годовой выход предыдущего года и прирост второго года.

С целью определения инвестиционных возможностей предприятия в реализации проекта составляется финансовый план-график.

Форма 4 - Финансовый план-график

|  |
| --- |
| Наименование показателей |
| 1-й | 2-й | 3-й | всего |
| 1. Производственная программа (ввод мощностей по проекту) | 30000000 | 36000000 | 36000000 | 102000000 |
| 3. Инвестиции 3.1Капитальные вложения (с НДС) 3.2Приток оборотных средств 3.4 Амортизация  3.5 Итого | 300000100000400000800000 | 300000100000400000800000 | 300000100000400000800000 | 36000001200000 |
|  4.1Собственные источники на начало реализации проекта 4.2 Кредиты 4.3 Прочие источники 4.4 Итого | 5000005000001000001100000 | 5000005000001000001100000 | 5000005000001000001100000 | 150000015000003000003300000 |
| 5. Обслуживание долга* 1. Выплаты по кредиту
	2. Проценты за кредит
 | 6000025000 | 6000025000 | 6000025000 | 180000750000 |

Движение денежных средств

| Наименование показателей |
| --- |
| 1-й | 2-й | 3-й | всего |
| 1.1. Доходы от основной деятельности | 29000000 | 35000000 | 35000000 | 99000000 |
| 1.2. Собственные средства на начало реализации проекта | 500000 | 500000 | 500000 | 1500000 |
| 1.3. Кредиты | 500000 |  |  | 500000 |
| Итого по притоку средств | 30000000 | 35500000 | 35500000 | 101000000 |
| 2. **Отток средств** |  |  |  |  |
| 2.1. Капитальные затраты (с НДС) | 50000 | 50000 | 50000 | 150000 |
| 2.2. Эксплуатационные расходы (без амортизации) | 100000 | 100000 | 100000 | 300000 |
| 2.3. Зп сотрудникам  | 518 400 | 518 400 | 518 400 | 1 555 200 |
| 2.4. Премии | 102 000 | 102 000 | 102 000 | 306 000 |
| 2.5. Выплаты по кредиту | 60 000 | 60 000 | 60 000 | 180 000 |
| 2.6. Проценты по кредиту | 25 000 | 25 000 | 25 000 | 75 000 |
| 2.7. Налоги: |  |  |  |  |
|  - налог на прибыль | 60 000 | 60 000 | 60 000 | 180 000 |
| Итого по оттоку средств | 915 400 | 915 400 | 915 400 | 2 746 200 |

Для расчёта рентабельности, формула расчета выглядит так:

**R = П / Х \* 100%**,

где:

R — рентабельность;

П — прибыль;

Х — показатель, рентабельность которого мы считаем.

R = 26645000/30000000\*100=88,8166667

## **Список литературы**

1. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие для бакалавров / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - М.: Дашков и К, 2015. - 296 c.
2. Диденко, Н.И. Международный маркетинг: Учебник для бакалавров / Н.И. Диденко, Д.Ф. Скрипнюк. - Люберцы: Юрайт, 2015. - 556 c.
3. Абаев, А.Л., Алексунин, В.А. Международный маркетинг. учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.Л. Алексунин В.А. Абаев. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 362 c.
4. <https://blog.iteam.ru/razrabatyvaem-plan-marketinga-politika-prodvizheniya-chast-2/#i-13>
5. [https://studfile.net/preview/3192571/page:5/](https://studfile.net/preview/3192571/page%3A5/)