**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СЕРВИСА**

## КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ

### К У Р С О В А Я Р А Б О Т А

**По предмету: «Бизнес-план»**

**Тема: «Разработка бизнес-плана по оказанию общеобразовательных услуг населению»**

#### Выполнила студентка:

Семенова Е.А.

##### **Курс Ш, группа 1**

###### **Факультет: Финансы и кредит**

**Проверила:**

**Москва 2004 г.**

# Содержание

Введение

1. Теоретическая основа бизнес-плана

* 1. Назначение бизнес-плана
  2. Оформление и стиль бизнес-плана
  3. Структура бизнес-плана

2. Пример бизнес-плана по оказанию услуг в сфере образования

Заключение

# Список использованной литературы

# Введение

Организация нового бизнеса всегда требует серьезной и основательной подготовки. А в нашей стране предпринимателю, начинающему собственное дело, приходится особенно нелегко. Прежде, чем "запустить" практически любой бизнес предпринимателю нужно пройти через бесконечную череду согласований и разрешений, связанных с регистрацией предприятия, поиском помещения, приобретением оборудования, оформлением лицензий и т.д. При этом зачастую на вопросы планирования будущей хозяйственной деятельности предприятия просто не хватает ни сил, ни времени. Тем обиднее бывает предпринимателю, когда созданный с таким трудом бизнес не приносит ожидаемых результатов или просто оказывается убыточным. Чтобы этого не произошло к вопросу планирования нужно отнестись очень серьезно. Предпринимателю необходимо грамотно составить бизнес-план.

Бизнес-план является основой работы любого предприятия, наряду с имущественным обеспечением, входит в минимум гарантий для привлечения инвестиций. Это не дань моде и не прихоть инвестора. Инвестор отчетливо понимает, что если вы не можете сделать качественный бизнес-план, то уж дело вы тем более не сможете поставить.

#### 1. Теоретическая основа бизнес-плана

#### 1.1. Назначение бизнес-плана

Бизнес-план используется независимо от масштабов, сферы деятельности и организационно-правовой формы предприятия. План может применяться как для решения внутренних задач, связанных с управлением предприятием, так и внешних, обусловленных установленными контактами и взаимоотношениями с другими предприятиями и организациями.

Бизнес-план предусматривает решение таких вопросов, стоящих перед предприятием, как оценка его текущего состояния, выявление сильных и слабых сторон предпринимательской деятельности, формулирование целей этой деятельности на текущий период. В нем обосновываются подробности функционирования предприятия в условиях конкретного рынка, выбор методов и тактики конкуренции, оцениваются ресурсы, необходимые для достижения целей предприятия. Бизнес-план дает представление о развитии производства и организации производственной деятельности, о способах продвижения товаров на рынок, прогнозирует цены, будущую прибыль, основные финансово-экономические результаты деятельности предприятия.

С помощью проработанного бизнес-плана осуществляется контроль деятельности предприятия, на его основе реализуется конкретная производственная, маркетинговая, финансовая, кадровая политика предпринимательской деятельности.

Бизнес-план представляет собой постоянный документ; он систематически обновляется, в него вносятся изменения, связанные как с переменами, происходящими внутри фирмы, так и изменениями на рынке, где действует фирма, и в экономике в целом. Бизнес-план увязывает внутрифирменный и микроэкономический анализы, проводимые специализированными научными организациями.

Бизнес-план - это не только внутренний документ. Предприятие, желающее привлечь инвесторов или установить и расширить контакты с партнерами, использует для этого бизнес-план. Так, обязательным условием получения кредитных ресурсов в большинстве банков страны является предоставление бизнес-плана. Будучи представленным в банк, инвестиционный фонд или другому возможному инвестору, бизнес-план должен убедить потенциального заимодавца в том, что руководство или учредители предприятия имеют четкую программу действий, которую реально претворить в жизнь и получить при этом определенную прибыль.

Таким образом, информация, содержащаяся в бизнес-плане, помогает потенциальным партнерам принять решение о целесообразности и условиях ведения дел с предприятием, оценить его финансовую устойчивость и принять в расчет все возможные риски, избежать выдачи кредитов ненадежным клиентам.

На основе бизнес-плана могут разрабатываться проспекты эмиссии акций предприятия, предложения о его финансовой поддержке, другие документы, в которых требуется отразить состояние и перспективы развития последнего.

Бизнес-план может рассматриваться также как рекламный документ, представляющий предпринимателя, деятельность предприятия.

Основные требования, предъявляемые к бизнес-плану - это функциональность, понятность и простота в использовании.

Обычно разработка бизнес-плана осуществляется с привлечением экспертов и консультантов, но с обязательным личным участием руководителей предприятия.

Составлению бизнес-плана предшествуют следующие работы:

1. анализ и оценка текущего состояния предприятия;
2. анализ возможностей и проблем рынка;
3. анализ влияния на предпринимательскую деятельность состояния отрасли, к которой принадлежит предприятие, факторов макросреды.

### 1.2. Оформление и стиль бизнес-плана

Оформление и стиль не менее важны для успеха бизнес-плана, чем его содержание. Небрежно оформленный, неграмотно составленный, чрезмерно раздутый или, напротив, неоправданно сжатый бизнес-план не найдет понимания и поддержки у кредиторов и других заинтересованных сторон. Для того чтобы привести потенциальных инвесторов делового проекта, предпринимателю важно придерживаться нижеследующих требований:

**— Ясность.** Как правило, человек, знакомящийся с бизнес-планом, судит об его авторе в зависимости от впечатления, которое на него производит пред­ставленное. Отсюда, предприниматель при разработке бизнес-плана призван употреблять, по возможности, более простые выражения, избегать характери­стики нескольких идей в одном предложении, добиваться логической связи межу предыдущим и последующим конкретными положениями, не широко использовать прилагательные, иллюстрировать свои выводы таблицами, графи­ками, суждениями.

1. **Краткость.** Предприниматель скорее всего не вызовет симпатий, которых, может быть, и заслуживает, если ознакомление менеджера с представленными документами вызывает у него утомление. Отсюда при составлении бизнес-плана важно оставить в нем только самую необходимую, но достаточную информацию, которую целесообразно донести до читателя.
2. **Логичность.** Идеи и факты, изложенные в бизнес-плане, будут легче поняты и окажут большее воздействие на инвестора, если план будет постро­ен в логичной последовательности, его разделы будут тесно связаны между собой, не будет повторений и противоречий в изложении материала.
3. **Объективность.** Предприниматель обязан трезво оценивать свои воз­можности, не преувеличивать значение и перспективы своего проекта, реальноподходить к оценке возможностей потенциальных конкурентов.
4. **Объем плана.** Все разделы плана должны быть освещены с той или иной степенью детализации. Объем каждого раздела призван находиться в конкретной пропорции относительно параметров всего проекта, учитывать значимость конкретного раздела в общем контексте и базироваться на прин­ципе необходимости и достаточности изложенного с точки зрения читающе­го. Ответственный работник банка или другого учреждения скоре всего не захочет читать толстый фолиант, если предприниматель просит для реализа­ции проекта всего несколько тысяч рублей. Но он будет неудовлетворен, если возможная сумма займа составляет несколько миллионов, а главные идеи проекта недостаточно обоснованы и раскрыты.
5. **Структура плана.** Материал должен быть разделен на короткие, чет­ко обозначенные параграфы. Для выделения различных частей бизнес-плана можно использовать разные цвета, шрифты и т.д. Хорошо структурированный, тщательно оформленный материал легко читается, быстрее попадает в поле зрения. Нельзя позволить идеям представляемого бизнес-плана утонуть в массе аналогичных предложений, лежащих на столе у потенциального инвестора. Поэтому предлагаемый бизнес-план должен выделять на общем фоне.

## **1.3. Структура бизнес-плана**

Составление бизнес-плана обычно начинается с раздела, посвященного анализу рынка сбыта, а заканчивается подготовкой кратких выводов (резюме). При разработке бизнес-плана используется статистическая, бухгалтерская и другая информация, подтверждаемая ссылкой на первоисточник.

Жестко регламентированной формы и структуры бизнес-плана не существует, в то же время при значительных внешних отличиях различных бизнес-планов друг от друга их содержание практически совпадает. Они, как правило, отвечают на одни и те же вопросы. Примем, для определенности, структуру бизнес-плана, предусматривающую следующие разделы:

1. Вводная часть (Резюме). Вводная часть, как правило, пишется уже после того, как составлен весь план. Она должна быть краткой и трактоваться как самостоятельный рекламный документ, т.к. в ней содержаться основные положения всего бизнес-плана. В этом разделе должно быть четко представлено, какая возможность для бизнеса открывается, в чем привлекательность, кто будет во главе нового бизнеса, каковы его достоинства, как новая фирма проникнет на рынок, каковы ее перспективы и т.д.

2. Отрасль и предприятие. В данном разделе описывается:

* Общие сведения о предприятии
* Финансово-экономические показатели деятельности предприятия
* Структура управления и кадровый состав
* Направления деятельности, продукция, достижения и перспективы
* Отрасль экономики и ее перспективы
* Партнерские связи и социальная активность

3. Характеристика товаров (услуг). В этом разделе должны быть определения и описание тех видов продукции или услуг, которые будут предложены на рынок. Здесь следует указать некоторые аспекты технологии, необходимой для производства продукции или услуг. Важно, чтобы эта часть была написана ясным, четким языком, понятным для неспециалиста, не используйте профессиональный жаргон.  
Необходимо описать основные характеристики продукции, при этом сделать акцент на преимуществах, которые продукция несет потенциальным покупателям.  
Важно, чтобы была подчеркнута уникальность продукции или услуг: новая технология, качество товара, низкая себестоимость или какое-то особенное достоинство, удовлетворяющее запросам покупателей. Также необходимо, чтобы было подчеркнута возможность совершенствования данной продукции (услуг).  
Описываются имеющиеся у предпринимателя патенты или авторские права на изобретения или приведите другие причины, которые могли бы воспрепятствовать вторжению конкурентов на рынок. Такими причинами могут быть эксклюзивные права на распространение или торговые марки.

4. Маркетинг и сбыт продукции (услуг). План маркетинга необходим, чтобы потенциальные клиенты превратились в реальных. Этот план должен показать, почему клиенты будут покупать данную продукцию или пользоваться данными услугами. Предпринимателю (разработчику бизнес-плана) необходимо продумать и объяснить потенциальным партнерам или инвесторам основные элементы своего плана маркетинга: ценообразование, схему распространения товаров, рекламу, методы стимулирования продаж, организацию послепродажного сопровождения, формирования имиджа. Если нет специального образования, следует почитать книги по маркетингу, обратиться за консультацией к специалистам.

5. Производственный план. В этом разделе должны быть описаны все производственные или другие рабочие процессы, имеющие место на фирме для которой составляется бизнес-план. Здесь должны быть рассмотреть все вопросы, связанные с помещениями, их расположением, оборудованием, персоналом. Так же должно быть уделено внимание планируемому привлечению субподрядчиков.  
Тут надо кратко пояснить, как организована система выпуска продукции (услуг) и как осуществляется контроль над производственными процессами.  
 Также должно быть уделено внимание вопросам расположения производственных площадей и размещения оборудования. Наконец, в этом разделе должны найти отражение вопросы, связанные со сроками поставок, числом основных поставщиков и насколько быстро может быть увеличен или сокращен выпуск продукции.

6. Организационный план. В данном разделе объясняется каким образом организована руководящая группа и описывается основная роль каждого ее члена. Показывается команда управления проектом и ведущие специалисты, правовое обеспечение, имеющиеся или возможные поддержка и льготы, организационная структура и график реализации проекта. В этом разделе должны быть представлены данные партнерах, их возможностях и опыте. Должен быть освещен механизм поддержки и мотивации ведущих руководителей, показано каким образом заинтересуют их в достижении поставленных в бизнес-плане целей. Поэтому необходимо установить, как будет оплачиваться их труд (например: оклад, премии, долевое участие в прибыли).

7. Финансовый план. Цель раздела - показать основные пункты из массы финансовых данных. Здесь даются нормативы для финансово-экономических расчетов, приводятся прямые (переменные) и постоянные затраты на производство продукции, калькуляция себестоимости продукции, смета расходов на реализацию проекта, потребность и источники финансирования, рассчитывается таблица расходов и доходов, поток реальных денег (поток наличности), прогнозный баланс.

8. Направленность и эффективность проекта. В разделе указывается направленность и значимость проекта, показатели эффективности его реализации, производится анализ чувствительности проекта.

9. Риски и гарантии. Показываются предпринимательские риски и возможные форс-мажорные обстоятельства, приводятся гарантии возврата средств партнерам и инвесторам.

Объем бизнес-плана и степень детализации его содержания в значительной степени определяются конкретными особенностями предприятия, его масштабом, видами деятельности, этапом жизненного цикла и т.д. Поэтому при составлении конкретного бизнес-плана некоторые пункты и даже разделы предлагаемой методики могут не использоваться. В настоящее время, не существует определенных методик подготовки бизнес-плана, однако, общая структура бизнес-плана, в соответствии со стандартами, должна придерживаться основных параметров представленных ранее.

Таким образом, структура бизнес-плана разных предприятий может быть неодинаковой, но в любом случае он должен выступать как объективная оценка собственной предпринимательской деятельности.

Далее рассмотри пример бизнес-плана по оказанию общеобразовательных услуг населению.

**2. Пример бизнес-плана по оказанию услуг в сфере образования**

**1. Резюме**

Идея бизнес-плана индивидуального предпринимателя без образования юридического лица (ИП) состоит в деятельности на рын­ке общеобразовательных услуг и сочетающий традиционные осно­вы частного репетиторства и современный менеджмент высокоор­ганизованных учебных заведений. Помимо основного спектра услуг по фундаментальной и системной подготовке клиентов в области теоретической и прикладной математики, мы представляем ряд до­полнительных и информационных услуг и услуг организационного характера.

Мы планируем использовать совершенно новый подход к орга­низации частного преподавания. Поэтому качество и доступность услуг нашего предприятия будут выгодно отличаться от таковых, предоставляемых другими репетиторами при практически одина­ковой цене на них. По сравнению с государственными общеобразо­вательными учреждениями мы имеем преимущество благодаря ин­дивидуальному подходу к клиенту и возможностям финансирования разработки новых методик преподавания. С частными учебными заведениями мы можем успешно конкурировать по цене.

Для организации ИП требуется незначительный начальный ка­питал, следовательно, нет необходимости прибегать к услугам кредитных учреждений, что минимизирует риск. Затраты на органи­зацию предприятия окупятся буквально в течение нескольких ме­сяцев. Кроме того, мы видим огромный потенциал во внедрении в процесс обучения достаточно широкого спектра новых программ­ных продуктов (включая использование материалов сети INTERNET), а также в создании новых обучающих программ на базесобствен­ных оригинальных методик преподавания.

Мы предъявляем очень высокие требования к квалификации пре­подавателей и учитываем их стаж работы в сфере образовательных услуг. Все преподаватели должны быть грамотными пользователями ПК. Необходимы трудоспособность выше среднего, умение добивать­ся поставленной цели, дисциплинированность и обязательность.

Специальное оборудованное для занятий и помещение должно рас­полагаться в черте города с учетом режима работы городского транс­порта.

Мы планируем функционировать и развиваться исключительно в рамках самоокупаемости, чтобы уменьшить риск банкротства в период становления нашего бизнеса. В связи с необходимостью уве­личения объемов оказываемых услуг в течение первых нескольких лет работы мы планируем в первые три года существования нашего бизнеса большую часть прибыли использовать на расширение сфе­ры деятельности, рекламу и развитие технологического и научного потенциала.

**2. Описание услуг**

Наше предприятие представляет широкий спектр услуг, связан­ных с обеспечением должной подготовки клиентов по теоретичес­кой и прикладной математике для тех видов деятельности, где наши клиенты смогут использовать полученные знания.

Перечень услуг:

- бесплатные консультации, предшествующие занятиям;

- информация о вступительных экзаменах и специфике обучения в ведущих учебных заведениях г. Москвы;

-тестирование клиентов для определения базового уровня мате­матической подготовки.

Услуги по обучению:

- разработка индивидуальных программ обучения с учетом ба­зового уровня подготовки, конечных целей обучения и индивидуаль­ных особенностей усвоения информации клиентами;

-использование альтернативных методик, разработанных наши­ми преподавателями;

- различные формы занятий (лекции, семинары, консультации);

- бесплатная методическая литература на протяжении всего пе­риода обучения;

- использование специальных компьютерных программ, позво­ляющих закрепить полученные математические навыки и освоить работу с наиболее распространенными программными продуктами;

- консультации при самостоятельном изучении материала в рам -ках учебного курса (во время основного занятия бесплатно, допол­нительно - по тарифу, соотнесенному с продолжительностью кон­сультации).

Прочие услуги:

- предоставление специально оборудованного помещения для занятий и для выполнения домашних и прочих самостоятельных работ;

- предоставление компьютеров для клиентов (оплата по специ­альному тарифу).

Таким образом, наши клиенты получают всю необходимую ин­формацию и глубокие систематизированные знания по математи­ке, занимаясь в удобное для них врем с высококвалифицированны­ми преподавателями в специально оборудованных помещениях.

**3. Инновационный потенциал фирмы**

В процессе осуществления своей деятельности на традиционном рынке общеобразовательных услуг наше предприятие планирует использовать качественно новые моменты: бесплатный информа­ционный сервис с индивидуальным подходом к каждому клиенту и частичную компьютеризацию процесса обучения в рамках репети­торского преподавания.

В перспективе нам видится огромный потенциал в комбиниро­вании новейших технологических достижений с альтернативными методиками преподавания нашими педагогами через создание но­вых обучающих программ и их распространения. В дальнейшем пла­нируется подключение к INTERNET для использования в процессе обучения этой информационной сети.

**4. Клиентура и рынок**

В настоящее время рынок образовательных услуг достаточно чет­ко сегментирован. Наиболее крупные его сегменты представлены услугами:

- государственных учреждений;

- частных учреждений;

- частных преподавателей (репетиторов).

В связи с реформированием и демократизацией экономики на­шей страны рынки продавцов и потребителей образовательных ус­луг значительно расширились и претерпели качественные измене­ния.

Потребителями образовательных услуг являются:

- школьники, не справляющиеся с учебной программой;

- абитуриенты;

- молодые люди, отслужившие в армии и желающие продолжить свое образование;

-люди, желающие переквалифицироваться в связи со сложнос­тями трудоустройства;

- предприниматели, желающие получить высшее специальное образование.

Определим теперь место ИП на рынке и его потенциальную кли­ентуру. Наша деятельность - это комбинационный (промежуточный) вариант между услугами частных школ, гимназий и услугами репе­титоров. Фактически, это репетиторская деятельность, поставлен­ная на профессионально организованный фундамент частной шко­лы. С одной стороны, мы используем главный привлекательный фактор репетиторства - индивидуальный подход к клиенту; с дру­гой стороны, организуем дополнительный комплекс услуг, характер­ный для частных учебных заведений. Репетиторство редко рассмат­ривается как основная профессиональная деятельность и в своей основной массе оно до сих пор сохранило подходы и организацион­ные методы 19 века. Мы делаем попытку в корне изменить подоб­ный национальный подход и планируем работать со всеми сегмен­тами потребительского рынка образовательных услуг благодаря индивидуальному подходу к клиенту. Однако наше предприятие сможет обслуживать большое количество клиентов, нежели разроз­ненные репетиторы, и повысить качество услуг за счет рациональ­ной организации учебного процесса. Расширение охвата рынка пла­нируется за счет вертикальной интеграции, т.е. создания административных звеньев (как, например, в государственных учеб­ных заведениях), а за счет горизонтальной цепи филиалов. Такая структура сохранит индивидуальной подход в работе с клиентами, а значит, и достойное качество наших услуг.

Ситуация на образовательном рынке РФ сегодня достаточно бла­гоприятна для развития именно такой формы услуг по обучению. Уровень государственного образования подает из-за хронического недофинансирования. Частное образование могут позволить себе только достаточно состоятельные люди (к тому же качество его под­час не отвечает статусу самого учебного заведения), а репетиторство, часто рассматриваемое как приработок, плохо организованно.

Основным видом воздействия на потребителя для привлечения клиентуры будут рекламные объявления в средствах массовой ин­формации, рекламные проспекты и другая агитационная продукция.

На начальном этапе деятельности, имея одно арендованное по­мещение, и трех преподавателей, двое из которых наняты, а треть­им будет сам индивидуальный предприниматель, можно обслужи­вать до 12 клиентов в день. В перспективе мы планируем расширить количество помещений, штат преподавателей и усложнить органи­зацию нашей деятельности. Если нам будет выгодно дальнейшее расширение, мы приобретем статус юридического лица, например в форме общества с ограниченной ответственностью.

**5. Конкуренция**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Запрос потребителя | Предложение конкурента | Наше предложение |
| 1 | 2 | 3 |
| 1. НАДЕЖНОСТЬ | возможности государствен­ного образования ограничен­ны: отсутствием средств, воз­растным цензом, возможностью получения лишь одного бесплат­ного высшего образования; уровень образовательных услуг постоянно ухудшается;  \*частные образовательные учреждения доступны очень немногим. Они не всегда вы­дают выпускные документы государственного образца;  \* репетиторы достаточно на­дежны, но плохо организованны;  качество преподавания в го­сударственных учебных заве­дениях зачастую неадекватно, поскольку нет возможности достойно оплачивать квалифи­цированный труд персонала; | надежность оказываемых услуг очень высока; мы в состоянии предоставить клиенту все условия для получения глубоких знаний по математике. Определяю­щим фактором является заинтересованность; |
| 2. КАЧЕСТВО | качество преподавания в го­сударственных учебных заве­дениях зачастую неадекватно, поскольку нет возможности достойно оплачивать квалифи­цированный труд персонала;  качество обучения в частных учебных заведениях и у репе­титоров весьма разнородно; | качество обучения высо­кое за счет привлечения квалифицированного пер­сонала, использования альтернативных методик обучения и технологических достижений в области образовательных услуг; |
| 3. ГАРАНТИИ | \* государственное образова­ние не гарантирует качество, однако выдает документы установленного типа;  \* частные учебные заведения качества образования не гаран­тируют, а прервать образова­ние без материальных потерь невозможно.  надежность оказываемых услуг очень высока; мы в состоянии предоставить клиенту все условия для получения глубоких знаний по математике. Определяю­щим фактором является заинтересованность;  репетиторы, как правило, гарантий не дают, но форма оплаты часто позволяет прервать занятия в любой момент без дополнительных затрат; | мы не даем гарантий офи­циального характера, одна­ко, форма оплаты наших услуг (почасовая) оставляет за клиентом право выбора без всякого материального риска с его стороны; |
| 4.ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОТЬ | \* государственное образова­ние базируется на традицион­ных основах, в течение многих лет не претерпевавших значи­тельных изменений;  \* частные образовательные учреждения часто используют оригинальные методики орга­низации обучения;  •репетиторы в некоторой сте­пени подвержены инновациям, но они не вкладывают в них средства; | основное отличие заклю­чается в новой организо­ванной основе частного репетиторства, позволяю­щей значительно более рационально использовать потенциалы этого вида деятельности; |
| 5. ЦЕНА | \* государственное образова­ние можно получить бесплатно;  'обучение в частных образова­тельных учреждениях стоит приблизительно 1000-5000 у.е. в семестр;  \* тарифы репетиторов состав­ляют 50-150 руб. за астроно­мический час занятий; | \* цена наших занятий - 300 руб. за два астрономичес­ких часа. При выезде пре­подавателя на дом к клиен­ту цена занятия составляет 350 руб. за два астрономи­ческих часа;  информационные услуги; образовательные услуги; дополнительные услуги; |
| 6. АССОРТИМЕНТ | \* в государственных учебных заведениях предоставляются только образовательные услу­ги, иные - за отдельную плату;  \* в частных учреждениях пред­ставляют широкий спектр услуг, часто лишь косвенно связанных с образованием;  \* репетиторы предоставляют исключительно образователь­ные услуги, иногда - с выез­дом на дом; | Информационные услуги;  Образовательные услуги;  Дополнительные услуги; |
| 7. ДОСТАВКА | \* в государственных и частных учебных заведениях образова­ние на дому не распространено;  \* репетиторы иногда выезжают на дом; | \* мы предоставляем специ­альную услугу по обучению на дому; |
| 8. КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ | \* в государственных учебных заведениях организуются кон­сультации, часто за отдельную плату. В большом объеме этот процесс распространен в част­ных учебных заведениях;  \* репетиторы консультируют по договоренности; | \* наше предприятие предо­ставляет бесплатные пред­варительные консультации и тестирование. Дальней­шие консультации - в рам­ках занятий; |
| 9. ИНФОРМАЦИЯ | \* государственные учебные заведения предоставляют весьма ограниченный объем информации. В основном их информация труднодоступна;  \* частные учебные заведения широко используют первичную рекламу;  \* репетиторы крайне плохо организовывают систему информации; | \* мы планируем широко использовать средства массовой информации с целью привлечения клиентов;  \* наша фирма информирует клиентов о своей деятель­ности и о деятельности интересующих его учебных заведений бесплатно; |
| 10. КРЕДИТ | \* государственные и частные учебные заведения не предо­ставляют свои услуги в кредит. | \* возможно проведение в кредит 1-2 занятий. |

**6. Требующиеся ресурсы**

Для начала деятельности ИП необходимы: специально оборудо­ванное офисной мебелью и техникой помещение из трех комнат, ком­пьютер Pentium 188 со всеми аксессуарами (принтер, модем и т.д.); автомобиль (собственность одного из сотрудников, которому ИП бу­дет оплачивать бензин); учебная, методическая и информационная литература.

ИП на начальном этапе его деятельности должен координировать работу 4-х человек: 3-х преподавателей (двое из них будут работать в помещении ИП, а третий - на выезде) и одного менеджера, кото­рый ведет бухгалтерию, занимается вопросами рекламы, организа­цией трудовой деятельности в коллективе и т.п.

Стартовый капитал, необходимый для начала дела составит мак­симум 1000у.е.

**7. Организационное планирование**

Изначально наша деятельность будет осуществляться на базе индивидуального предпринимательства без образования юридичес­кого лица.

Началу деятельности предшествует сбор необходимой информа­ции и приобретение методической и учебной литературы, подбору персонала (анализ рынка предложения рабочей силы). После регис­трации в качестве ИП и постановки на учет в органы налогового кон­троля, внебюджетные фонды и т.д. (см. прилагаемый пакет докумен­тов по организации ИП) будет арендован и оборудован офис, привлечены преподаватели по договорам подряда и организована реклама в СМИ по привлечению клиентов. После появления первых клиентов менеджер составит график работы персонала и предпри­ятие начнет функционировать. Преподаватели будут работать с 10 до 21 часа (с перерывом на отдых 1 час) 6 дней в неделю, причем выходные дни не будут совпадать с субботой и воскресеньем. Опла­та преподавателей и менеджера составит по 20% от стоимости за­нятия за каждого обслуженного клиента. Нераспределенная прибыль будет расходоваться на образовательные нужды и т.п. Норма обслу­живания для одного преподавателя 4 клиента в рабочий день. С каж­дого обслуженного сверх нормы клиента преподаватель получит в ка­честве премии не 20%, а 80% от стоимости занятия. Перечень клиентов, количество проводимых занятий, фамилия преподавате­ля и отзыв клиента о качестве оказанной услуги будет фиксировать­ся в специальной регистрационной книге, доступ к которой могут иметь все желающие.

**8. Финансовый план и оценка риска**

**1. Расчет безубыточности**

К = СФИ/(Ц-ПИуд.),

где:

СФИ - совокупные фиксированные издержки;

Ц - цена за единицу проданного товара или оказанной услуги:

ПИуд - удельные переменные издержки (СФИ/К);

К - количество проданного товара или указанных услуг, обеспе­чивающих безубыточность (точка безубыточности).

В случае нашего предприятия к совокупным фиксированным издержкам (СФИ) относятся:

\* арендная плата за офис;

\* амортизация автомобиля;

\* единовременные расходы (регистрационные и прочие взносы, оборудование помещения, приобретение компьютеров, офисной тех­ники и т.д.);

\* плата за пользование услугами компаний-провайдеров INTERNET;

\* амортизация компьютеров и офисного оборудования.

Остальные расходы ИП относятся к категории переменных из­держек. Необходимо указывать величины таких издержек, для ока­зания одной единицы услуг, т.е. удельные переменные издержки (ПИуд.). Перечень переменных издержек:

\* рекламные расходы;

\* налоговые платежи и платежи во внебюджетные фонды;

\* расходы на приобретение методических и информационных пособий;

\* заработная плата персонала:

\* издержки на бензин для автомобиля;

\* затраты на приобретение канцелярских принадлежностей.

По нашим приблизительным подсчетам сумма фиксированных и переменных затрат ежемесячно будет составлять около 75000 руб. При подстановке ее в уравнение безубыточности получается, что К = 250, т.е. каждый месяц необходимо обслуживать 250 клиентов, чтобы окупились все затраты. Если принять, что в месяце 26 рабо­чих дней, то в день необходимо обслуживать 9-10 человек. Мы же в состоянии обслужить ежедневно минимум 12 клиентов. Таким об­разом, затраты окупаются и ИП приносит некоторую прибыль даже на начальном этапе работы.

**2. Анализ риска**

В процессе разработки бизнес-плана за основу принята миними­зация риска банкротства и финансовых потерь с учетом следующих факторов:

\* сравнительно маленький стартовый капитал, не включающий в себя заемных средств;

\* высокие затраты на рекламу, призванную обеспечить нашему предприятию максимально возможный приток клиентов и. как след­ствие, достаточную норму прибыли и достойную репутацию на рын­ке потребления образовательных услуг;

\* нормальная окупаемость вложенных средств (планируется оку­пить стартовый капитал в течение 12 месяцев, что и было заложено в математических расчетах точки безубыточности);

\* высокая мобильность предприятия из-за простой организаци­онной структуры и маленького штата;

\* реальные перспективы роста.

**9. Перспективы роста и развития**

На начальном этапе функционирования ИП (в первые 12 меся­цев), когда должен окупиться стартовый капитал, нераспределен­ная прибыль, по нашим прогнозам составит около 18 000 руб. Эти средства будут распределены на премирование сотрудников, фонд расширения предприятия, резервный фонд. Мы планируем расши­рение нашей деятельности через полтора года после начала функ­ционирования с открытия одного офиса со штатом из 3-х препода­вателей. Кроме того, будет нанят профессиональный бухгалтер. Таким образом, структура предприятия несколько усложниться.

Если расширение оправдает себя, то оно будет продолжаться до пределов, допустимых юридическим статусом ИП, после чего, если это целесообразно, последует преобразование в предприятие с юри­дическим лицом. Помимо вышеперечисленного, через три года пос­ле начала деятельности в штат будет включен программист для со­здания обучающих программных продуктов на базе методик обучения наших преподавателей. Если эти программы хорошо себя зарекомендуют, то в дальнейшем можно будет подумать о наиболее выгодном способе их распространения на рынке, но это уже совсем другая сфера деятельности.

Заключение

Рассмотрев цели и сущность планирования, а также аспекты практики составления бизнес-плана, можно сделать вывод, что этот план является неотъемлемой частью внутрифирменного планирования, одним из важнейших документов, разрабатываемых на предприятии, является эффективным инструментом правления, помогает предприятию определить перспективы роста своего дела, контролировать текущую ситуацию.

План имеет сложную структуру. Содержание его может изменяться в зависимости от вида бизнеса.

Важнейшими характеристиками бизнес-плана являются:

-четкая структура материала и его наглядность;

-простота его изложения и отсутствие языкового и терминологического барьеров;

-обоснованность и достоверность использованной информации;

-разумное дозирование при изложении технологии делового предложения;

-объективная оценка трудностей, стоящих на пути реализации намеченного бизнеса

-точность финансовых расчетов.

При формировании бизнес-плана особое внимание надо уделить языку и стилю.

Список используемой литературы:

1. Э.А. Уткин Бизнес-план компании. -М.:ЭКМОС, 2000г.
2. В.В. Жуков Разработка бизнес-плана. -М.:Издательство МЭИ, 2000г.
3. В.А. Горемыкин Бизнес-планы: организация и методика.-М.:СТИ МГУС, 2000г.
4. Сухова Л.Ф., Чернова Н.А. “Практикум по разработке Бизнес-плана и финансовому анализу предприятия”. – М.: Финансы и статистика, 2003г.
5. Блеквелл Э. «Как составить бизнес-план».-М: “ИНФРА-М”, 2003г..
6. Бизнес – план./ Методические материалы. /Под ред.: Р.Г. Маниловского – М.: Финансы и статистика, 2004г.