**БИЗНЕС-ПЛАН**

ИП Иванова Е.М. онлайн курсы «Перезагрузка»

Разработчики: студентки ГАПОУ НГТК

Иванова Екатерина Михайловна

Саржан Олеся Алексеевна

15.03.2021

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| ВИЗИТКА КОМАНДЫ | 3 |
| 1. РЕЗЮМЕ  | 4 |
| 2. ОПИСАНИЕ КОМПАНИИ | 5 |
|  2.1. Актуальность проекта | 5 |
|  2.2. Цели и задачи проекта | 6 |
|  2.3. Сведения об инициаторе бизнес-проекта | 6 |
| 3. ЦЕЛЕВОЙ РЫНОК | 6 |
| 4. ПЛАНИРОВАНИЕ РАБОЧЕГО ПРОЦЕССА | 8 |
| 5. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН | 10 |
| 6. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ | 14 |
| 7. ТЕХНИКО–ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОЕКТА | 15 |
| 8. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОЕКТАПРИЛОЖЕНИЕ 1.Таблица 6 - Расчеты инвестиционного капитала (первоначальных затрат), руб**.**ПРИЛОЖЕНИЕ 2.Таблица 10 **–**Расчеты себестоимости услугПРИЛОЖЕНИЕ 3. Этапы реализации бизнес-плана | 20212223 |

**ВИЗИТКА КОМАНДЫ**

В современных реалиях остро встаёт вопрос о бесконтактном оказании услуг, это так же коснулось и сферы образования, поэтому, на данный момент, возрастает потребность в онлайн обучении. Другими проблемами являются прохождение экзаменов студентами, а у многих начинающих предпринимателей недостаточная квалификация в области бухгалтерского учета, налогов и налогообложения. В связи с этим была выработана идея по созданию таких онлайн курсов.

Студентки 3 курса специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям) государственного автономного профессионального образовательного учреждения Самарской области «Новокуйбышевский гуманитарно-технологический колледж»»

***Иванова Екатерина Михайловна***

Отличница, участница олимпиад. Прохождение курсов 1с и опыт работы помощником бухгалтера ФК «НЕОФИТ» помогут в преподавании курсов.

Сильные стороны:

**Контактность-** простота и легкость установления делового и дружеского общения, поможет мне при проведении онлайн трансляций и правильной подачи информации**.**

**Гибкость -** это качество помогает достигать поставленные цели в любых сложившихся обстоятельствах.

**Проницательность-** умение правильно использовать свою интуицию и наблюдательность, разбираться в мотивах людей.

***Саржан Олеся Алексеевна***

Хорошистка, участница олимпиад. Опыт работы модератора на сайте «Учи.ру». Опыт работы модератором поможет в усовершенствовании онлайн курсов.

Сильные стороны:

**Усидчивость -** проявление терпения и выдержки при длительной сидячей работе.

**Рачительная** - стремление к установлению порядка позволяет более качественно руководить онлайн-курсами.

**Тактичность -** умение соблюдать нормы, понимать собеседника и не допускать неприятных для других людей ситуаций.

Ключевые факторы успеха команды:

1.Сильная команда профессионалов.

2. Использование современных технологий.

3 .Коллективное принятие решений.

4. Понимание реалий рынка и малое количество конкуренции.

**1. РЕЗЮМЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| *Наименование бизнес-проекта (бизнес-плана)* | Онлайн курсы «Перезагрузка» |
| *Наименование инициатора бизнес-проекта (бизнес-плана)* | Индивидуальный предприниматель Иванова Е.М. |
| *Суть проекта* | Проведение онлайн курсов по бухгалтерскому учету |
| *Адрес* | г. Новокуйбышевск, ул. Островского 28, кв. 2.<https://vk.com/club189053203> |
| *Наличие инновационной составляющей бизнес - проекта (бизнес-плана)* | Инновационность бизнес-проекта характеризуется несколькими составляющими:1.Удобная онлайн платформа, предлагающая возможность дистанционно изучать бухгалтерский учет, налоги и налогообложение.2. В Самарской области на данный момент нет действующих онлайн курсов, которые могут предоставить покупателям возможность дистанционного обучения |
| *Миссия проекта* | Распространение знаний в области бухгалтерского учета и налогообложения с помощью современных информационных технологий. |
| *Дата начала реализации проекта* | апрель 2021 года |
| *Бюджет проекта* | Бюджет подготовительного периода 649317 |
| *Источники финансирования* | собственные денежные средства в сумме 342381 рублейзаемные денежные средства в сумме 306936 рублей |
| *Расчетный срок проекта*  | 2 года |
| *Валовая выручка за расчетный срок проекта* | 2760000 рублей |
| *Количество создаваемых новых рабочих мест по бизнес-плану (бизнес-проекту)* | 2 рабочих места |
| *Основные показатели экономической эффективности* | NPV –1154324руб.IRR - 161 %IP–0,83333/0,69444T окупаемости. –0,5годаРентабельность продаж по проекту –37,49%/33,43% |

Основной идеей бизнес-плана является создание перспективного и прибыльного бизнеса с дальнейшим расширением материальной базы, а также организация долгосрочных взаимовыгодных связей с партнёрами.

Реализация бизнес-плана даст положительный эффект при решении следующих проблем 1) обеспечение удобной онлайн платформой, предлагающая возможность дистанционно изучать бухгалтерский учет, налоги и налогообложение; 2) экономическое развитие города через оказания услуг.

**2. ОПИСАНИЕ КОМПАНИИ**

ИП Иванова Е.М. онлайн курсы «Перезагрузка».

Форма собственности: Индивидуальный предприниматель (ИП)

Генеральный директор: Иванова Екатерина.

Модератор: Саржан Олеся.

С момента регистрации онлайн курсов «Перезагрузка» (ИП Иванова Е.М.) (может заключать от своего имени договоры; открывать расчётные счета в банках; приобретать имущественные и личные неимущественные права; нести обязанности; быть истцом и ответчиком в судебных органах).

Прибыль онлайн курсов «Перезагрузка» (ИП Иванова Е.М) подлежит налогообложению в порядке, предусмотренном действующим законодательством. В соответствии с особенностями учётной политики, организация в целях налогообложения применяет упрощённую систему с объектом «Доходы» (НК РФ, глава 26.2 «Упрощённая система налогообложения»; единый налог при УСН – 6%). ОКВЭД 85.41.9 «Образование дополнительное детей и взрослых прочее, не включенное в другие группировки». Лицензия на данный вид деятельности не нужна.

**2.1. Актуальность проекта**

Удобная онлайн платформа, предлагающая возможность дистанционно изучать бухгалтерский учет людям с различным уровнем подготовки. Благодаря преимуществам онлайн обучения такой способ не менее, а иногда и более эффективен, чем посещение обычных курсов. В Самарской области на данный момент нет действующих онлайн курсов, которые могут предоставить покупателям возможность дистанционного обучения. А по всей России наблюдается незначительное количество конкурентов.

**2.2. Цели и задачи проекта**

***Цель -*** открытие перспективного прибыльного бизнеса.

***Задачи проекта:***

1. Проработать бизнес идею.
2. Проанализировать целевую аудиторию и конкурентов.
3. Составить реальный бизнес-план для использования в качестве рабочего инструмента при реализации проекта и получения финансовых ресурсов от инвесторов и кредитных организаций.

**2.3. Сведения об инициаторе бизнес-проект**

Инициаторы бизнес-проекта - его участники Иванова Е.М. и Саржан О.А.

Новые направления бизнеса формируются, как правило, на основе личных и деловых качеств членов команды. Члены команды бизнес-проекта наработали огромный опыт, каждый в своём направлении.

**Партнеры проекта:** Социальная сеть вконтакте, BIZON 365, ВТБ, robokassa.com, 1с-облако. рус., Ростелеком.

**3. ЦЕЛЕВОЙ РЫНОК**

**Характеристика отрасли**

Целевая аудитория онлайн курсов студенты в возрасте от 15-25, а также люди, которые хотят пройти курсы по собственному желанию. Обучение на дистанционных онлайн курсах будет, производится с использованием специальной интерактивной платформы под руководством квалифицированного специалиста «BIZON 365». По выборке в социальной сети вконтакте под данную категорию людей подходит: 32775775
человек на 2.09.20.

**Краткое описание продукции. Ценовая политика**

Обучение в интернете через вебинары предполагает более качественное обучение, чем через видеоуроки, тем самым человек на самом деле может получить полезные знания, умения и навыки.

Суть вебинара заключается в том, что коучер собирает желающих посетить его вебинар (с помощью рекламы в интернете и своего Интернет-ресурса). Назначается определенное время и людям дается ссылка, по которой они могут перейти в комнату вебинара (есть специальные площадки которые предоставляют как раз комнаты для проведения вебинаров). Вебинар происходит по следующей схеме:

1. Выбирается тема для вебинара (например, как избежать ошибок в бухгалтерском учете).
2. Выбирается и оплачивается площадка (комната) для проведения вебинара, например на 300 человек.
3. Различными способами (рекламой, социальными сетями, своим блогом или сайтом) предлагается посетить желающих этот «бесплатный» вебинар;
4. Коучер готовит материалы по теме, презентацию (для этого подойдет даже PowerPoint).
5. В назначенное время в интернет-комнату приходят те, кого заинтересовала заявленная тема.
6. Коучер проводит вебинар по теме, но много чего не включает в бесплатный вебинар.
7. По окончанию вебинара, коучер предлагает всем кто заинтересовался посетить его платный расширенный вебинар на котором и будет полностью раскрыта заявленная тема, те, кто заинтересовался, подписываются уже на новый платный вебинар.
8. После этого остается собрать желающих и провести через пару дней уже платный вебинар.

**Общая характеристика целевых групп проекта**

 Таблица 1 – Общая характеристика целевых групп проекта

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Признак классификации** | **Целевые группы** | **Примечание** |
| Территориальный признак | Жители Самарской области и всей России | Студенты, школьники,предприниматели, работающие и безработные люди |
| Возрастная группа | 15-25 | Студенты и школьники |
| 25-35 | Предприниматели и работающие люди  |
| Более 35 | Работающие и безработные люди |

Таким образом, исходя из данных таблицы, можно выделить следующие портреты потребителей:

1. Основная целевая аудитория - это школьники и студенты, проходящие курсы для поступления в вузы или получения рабочих мест.
2. Работающие люди, проходящие курсы для повышения квалификации.
3. Предприниматели и безработные люди, проходящие курсы для общего развития.

 Возрастная категория колеблется от 15 и более 35. Наибольшую долю в выручке составляют студенты и школьники (15-25 лет).

Для расчета усредненной емкости целевой группы была сделана выборка в соцсети VKontakte, получилось 41200 человек, в т.ч. в возрасте от 15 до 25 лет 7622 человека. Естественно, в соцсети зарегистрировано не все население, поэтому для составления емкости целевой аудитории необходимо рассчитать соответствующий коэффициент. Этот показатель определили с помощью деления численности населения города на число зарегистрированных пользователей, он составил 2,5. В итоге усредненная емкость целевой группы составила 19055 человека.

**Рынки сбыта**

На первом этапе реализации проекта создана группа в VK <https://vk.com/club189053203>, для набора клиентов и проведения бесплатных вебинаров.

На втором этапе, проводится опрос через онлайн опросник https://forms.gle/dYaU11VAZLVjFQBw8, студентами.

На третьем этапе осуществляется поиск поставщиков – Ростелеком, robokassa.com, 1с-облако. рус, VK и сайт BIZON 365, для проведения курсов.

На четвертом этапе происходит охват клиентов со всего мира.

**4. ПЛАНИРОВАНИЕ РАБОЧЕГО ПРОЦЕССА**

**Организационная структура** (рисунок 1)

Рисунок 1 – Организационная структура онлайн курсов «Перезагрузка»

Этапы реализации онлайн курсов налоги и налогообложение и бухгалтерский учет «Перезагрузка» представлены на рисунке 2.

Рисунок 2 - реализация онлайн курсов налоги и налогообложение и бухгалтерский учет

Этапы реализации курсов 1с «Перезагрузка» представлены на рисунке 3.

Рисунок 3 - реализация онлайн курсов 1С «Перезагрузка»

Негативный вариант развития бизнеса онлайн курсов «Перезагрузка» представлен на рисунке 4. Главным негативным фактором развития будет снижение и/или изменение объема услуг- посещений клиентов на 50%, а вследствие этого измениться валовая выручка.

Рисунок 4. Валовая выручка

**5. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН**

Таблица 2- Анализ конкурентов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Факторы** | **«Перезагрузка»** | **«Онлайн курсы 1 с»** | **Профи +** |
| Качество услуг | Хорошее качество услуг | Хорошее качество услуг | Хорошее качество услуг |
| Местонахождение | г. Новокуйбышевск | г. Пермь | г. Оренбург  |
| Уровень цен | Низкие | Высокий  | Средне - высокий |
| Ассортимент | Средний  | Средний | Средний |
| Репутация | Новое предприятие  | Пользуется популярностью | Набирает популярность |

Так как внешняя и внутренняя среда изменяется под воздействием деятельности предприятия, так и других факторов, то необходимо выявить ограничения, сильные и слабые стороны предприятие в изменяющейся среде. И на основе полученных результатов предприятия должно внести изменения в выбранной стратегии. Соотнести ограничения и возможности, сильные и слабые стороны предприятия поможет Swot-анализ.

Таблица 3-Swot-анализ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **«Перезагрузка»** | **«Онлайн курсы 1 с»** | **Профи +** |
| Сильные стороны | Низкие цены, удобная платформа для обучение, живые онлайн занятия.Регулярный мониторинг обратной связи от клиентов, через вкладку отзывы и через чат, оперативное устранение недостатков. | Отлично качество, большое кол-во предоставляемых услуг.  | Хорошее качество услуг |
| Слабые стороны | Недавно на рынке.Недостаточность опыта. | Высокий уровень цен. | Мало известный, недостаточно информации |
| Возможности | Реклама, расширение услуг, повышение квалификации  | Расширение ассортимента предлагаемых услуг. | Расширение ассортимента предлагаемых услуг |
| Угрозы | Снижения общего уровня покупательной способности.Недостаточность квалификации. Возможность появления большего числа конкурентов  | Возможность появления конкурентов | Возможность появления конкурентов |

Итак, из таблицы видно, что главным конкурентными преимуществами данного проекта является: низкие цены, регулярный мониторинг обратной связи от клиентов. Исходя из полученных результатов, были выработаны следующие методы борьбы с конкурентами:

* проведение акций;
* проведение бесплатных вебинаров для желающих.

**Услуга. Уникальные свойства услуги**

Бизнес-идея обладает следующими уникальными свойствами:

* практические курсы с минимальным набором теоретической части;
* онлайн режим обучения, где 50% занятий проводятся «вживую»;
* доступ к видеозаписям для участников онлайн-курсов;
* свежий материал для работы на курсе: обновленные программы и чек-листы.

Мы представляем три вида курсов:

1. Курсы 1с
2. Бухгалтерский учет
3. Налоги и налогообложение

Основной **целью** маркетингово-ориентированного исследования онлайн курсов «Перезагрузка» является продажа онлайн услуг, поэтому были выбраны стратегии **завоевания части рынка или расширения этой доли до оптимальных показателей и инновации.**

На оказании услуг курса «Перезагрузка» будет использована стратегия: **льготных цен**.

**Ценовая политика**

Ценовая политика выбрана на основе затратного метода и среднерыночных цен товаров-аналогов. Цены выбраны на уровне самой низкой цены конкурента, что обосновывает конкурентоспособность проекта.

В бизнес-плане проведен сравнительный анализ цен конкурентов на товары и услуги по России.

Таблица 4- Сравнительный анализ цен конкурентов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | «Перезагрузка» | **«Онлайн курсы 1 с»** | **Профи +** |
| **Услуги** |
| Курсы 1 с | 2000 руб. | 2100 руб. (только видеозаписи)23800 руб. (онлайн курс) | Курсы 1 с + бух. учет 6800 руб. |
| Бухгалтерский учет | 1500 руб. | 5200 руб. для студентов 8500 руб. для другой категории людей | 3000 руб. |
| Налоги и налогообложение | 1500 руб. | X |

Для определения **стратегии развития продукта** использовалась концепция комплекса **маркетинга** — модель «**5Р**». Результаты анализа представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Анализ модели «5Р»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| P’s | цель | Факт | индикатор | Коррекционные меры | очередность |
| product | лидерство в разнообразии времяпровождения в своём сегменте (студентов) | лидерство предоставлении времяпровождения соответствует |  | разработать новые виды времяпровождения для студентов с дополнительной оплатой | №4 |
| plase | Лидерство по предоставлению услуг и лидерство по занимаемой доли в своём сегменте | лидерство не достигнет, сегмент не занят |  | конкурентный анализ дистрибуции, экспертная оценка дистрибуционного профиля услуги | №1 |
| prise | на 50 % дешевле чем у конкурентов, воспринимаемая ценность услуги на 15 % выше реальной розничной цены | ценовое позиционирование соответствует целевому восприятию ценности услуги на 85 % выше реальной ценны |  | конкурентный анализ цен в сегменте, количественный опрос целевой аудитории | №3 |
| promotion | номер 1 по знанию, номер 1 по потреблению, по рекламе VK номер 1 | номер 3 по знанию, номер 3 по потреблению, номер 2 по VK в социальных сетях |  | разработать компании на рост потребления услуги (количественный опрос целевойаудитории) | №2 |

«Перезагрузка» применяет **стратегию проникновения на рынок** (существующая услуга – существующий рынок), для которой характерно стремление к увеличению доли соответствующих услуг на соответствующем рынке, т. е. расширение проникновения на рынок за счёт повышения качества услуг, привлечения новых клиентов за счёт рекламы, программ лояльности.

**Формы и средства маркетинговой коммуникации**

На этапе реализации проекта онлайн курсов «Перезагрузка» использовано:

* 1. В части **рекламы –** контекстная реклама в яндексе в виде баннеров, таргетированная реклама в социальной сети (vk).

2. В части **стимулирования сбыта–** программа лояльности(если обучающийся посещает бесплатный вебинар перед началом курса, то ему предоставляется 10 % скидка, которая действует 24 часа ,если обучающиеся покупает все три вида курса, то ему предоставляется 20 % скидка).

3. В части **прямого маркетинга –** собственная группа в VK.

**Организация рекламной кампании**

**и ориентировочный объём затрат на её проведение**

Ежемесячно заложены средние затраты на рекламу в размере **500** рублей. В них входят: контекстная реклама в яндексе в виде баннеров, таргетированная реклама в соц. сетях (vk).

**Результаты маркетингового исследования**

В исследовании, выявления отношения к услугам онлайн курсов «Перезагрузка»**,** приняло участие 100 чел. Респондентам были заданы вопросы:

1. Ваш возраст?
2. Из какого вы города?
3. Ваше социальное положение?
4. Слышали ли вы раньше о дистанционном прохождении курсов?
5. В какой половине дня вам удобнее проходить онлайн курсы?
6. Сколько времени в день вы готовы уделить на прохождение онлайн курсов?
7. На что вы ориентируетесь при выборе онлайн курсов?
8. Что сподвигло вас воспользоваться онлайн курсами?
9. Какое направление курса «перезагрузка» вам наиболее интересно?
10. Заинтересовались ли вы нашим предложением?

Результаты исследования представлены на рисунке 5.



Рисунок 5. Результаты исследования

**6. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ**

План устойчивого развития нацелен на снижение влияния деятельности онлайн курсов «Перезагрузка» на общество и окружающую среду. Реализация плана устойчивого развития приведет к трем важным результатам, рисунок 6.

Обучение без отрыва от производства (учебы)

Сокращение воздействия на окружающую среду

Улучшение здоровья и благополучия

* Бесконтактное обслуживание
* Соблюдение социальной дистанции
* Работники могут обучаться, находясь на работе
* Все обучающиеся могут проходить курсы в любое удобное для них время
* Отсутствие бумажных носителей
* Строго регламентированное время урока
* Режим труда и отдыха на усмотрение обучающегося

Рисунок 6. Результаты плана устойчивого развития

**Улучшение здоровья и благополучия:**

* бесконтактное обслуживание не предполагает непосредственного общения потребителя и исполнителя услуги;
* соблюдение социальной дистанции. В связи с ситуацией в мире дистанционное обучение поможет соблюдать социальную дистанцию и находиться в безопасности, что способствует сохранению здоровья.

**Сокращение воздействия на окружающую среду:**

* отсутствие бумажных носителей. Использование современных технологий позволит сократить воздействие на окружающую среду;
* строго регламентированное время урока помогает распределить нагрузку и управлять динамикой обучения;
* режим труда и отдыха на усмотрение обучающегося. Поможет наиболее грамотно распределить свой день.

**Обучение без отрыва от производства (учебы):**

* работники могут обучаться, находясь на работе. В силу загруженности дня наиболее удобное обучение для работающего человека - дистанционное**.**
* все обучающиеся могут проходить курсы в любое удобное для них время.

**7. ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОЕКТА**

Расчет первоначальных затрат на проект представлен в таблице 6 (приложение 1).

Таблица 7 **–** Финансирование проекта, руб.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ФИО вкладчика** | **Сумма, руб.** | **Источник финансирования** |
| Иванова Е.М | 140202 | Собственные средства |
| 509115 | Заемные средства |
| **Итого** | **649317** | **Х** |

Таблица 8 –Расчет платежей по кредиту в ВТБ под 11.9% годовых, руб.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **дата платежа** | **основной долг (А)** | **начисленные проценты (В)** | **ежемесячный платеж (А+В)** | **остаток задолженности** |
| декабрь,2020 | 20780,84 | 2829,65 | 23 610,49 | 509779,43 |
| январь,2021 | 20891,68 | 2718,82 | 23 610,50 | 488887,75 |
| февраль,2021 | 21003,1 | 2607,4 | 23 610,50 | 467884,65 |
| март,2021 | 21115,11 | 2495,38 | 23 610,50 | 446769,54 |
| апрель,2021 | 21227,73 | 2382,77 | 23 610,50 | 425541,81 |
| май,2021 | 21340,94 | 2269,56 | 23 610,50 | 404200,87 |
| июнь,2021 | 21454,76 | 2155,74 | 23 610,50 | 382746,11 |
| июль,2021 | 21569,19 | 2041,31 | 23 610,50 | 361176,92 |
| август,2021 | 21684,22 | 1926,28 | 23 610,50 | 339492,7 |
| сентябрь,2021 | 21799,87 | 1810,63 | 23 610,50 | 317692,83 |
| октябрь,2021 | 21916,14 | 1694,36 | 23 610,50 | 295776,69 |
| ноябрь,2021 | 22033,02 | 1577,48 | 23 610,50 | 273743,67 |
| декабрь,2021 | 22150,53 | 1459,97 | 23 610,50 | 251593,14 |
| январь,2022 | 22268,67 | 1341,83 | 23 610,50 | 229324,47 |
| февраль,2022 | 22387,44 | 1223,06 | 23 610,50 | 206937,03 |
| март,2022 | 22506,83 | 1103,66 | 23 610,50 | 184430,2 |
| апрель,2022 | 22626,87 | 983,63 | 23 610,50 | 161803,33 |
| май,2022 | 22747,55 | 862,95 | 23 610,50 | 139055,78 |
| июнь,2022 | 22868,87 | 741,63 | 23 610,50 | 116186,91 |
| июль,2022 | 22990,84 | 619,66 | 23 610,50 | 93196,08 |
| август,2022 | 23113,45 | 497,05 | 23 610,50 | 70082,62 |
| сентябрь,2022 | 23236,72 | 373,77 | 23 610,50 | 46845,9 |
| октябрь,2022 | 23360,65 | 249,84 | 23 610,50 | 23485,24 |
| ноябрь,2022 | 23485,24 | 125,25 | 23 610,50 | 0 |
| **итого:** | 530560,26 | 36091,68 | 566 651,94 | х |

**Возможные варианты финансирования**:

**–** собственные средства;

**–** заёмные средства: кредит, фонд микрофинансирования, гранты (Минэкономразвития, ИКАСО).

|  |
| --- |
| Таблица 9**–** План по затратам на управленческий персонал |
| **Должность** | **Кол-во чел.** | **З/п 1 чел., руб.** | **Итого з/п, руб.** |
| Модератор | 1 | 26000 | 26000 |
| Страховые взносы | 0 | 0 | 7800 |
| Взносы ИП | 0 | 0 | 3406,17 |
| **Итого ФОТ (мес.)** | 0 | 0 | **37206,17** |
| **Итого ФОТ (год.)** | 0 | 0 | **446 474,04** |

Расчет себестоимости услуг представлен в таблице 10 (Приложение 2).

Таблица 11**–** План на будущие периоды Доходов и расходов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Доход** | **Расход** |
| **1 год.** | **2 год.** | **1 год.** | **2 год.** |
| Курс: |  |  |  |  |
| бухгалтерский учет | 432000 | 540000 | **x** | **x** |
| налоги и налогообложение | 432000 | 540000 | **x** | **x** |
| 1С Бухгалтерия | 576000 | 240000 | **x** | **x** |
| З/П | **x** | **x** | 312000 | 324000 |
| Соц.страхование | **x** | **x** | 93600 | 97200 |
| На взносы ИП | **x** | **x** | 40874 | 36455 |
| Реклама | **x** | **x** | 18000 | 18900 |
| Интернет | **x** | **x** | 10680 | 11214 |
| Обслуживание РС | **x** | **x** | 6000 | 6300 |
| Аренда робокассы | **x** | **x** | 6000 | 6000 |
| Повышение квалификации коучера | **x** | **x** | 0 | 50000 |
| **Переменные** |  |  |  |  |
| Материалы | **x** | **x** | 96200 | 0 |
| Налог УСН | **x** | **x** | 65963 | 60972,5 |
| Кредит (с процентами) | **x** | **x** | 306936,48 | 259715,46 |
| **Итого:** | **1440000** | **1320000** | **950253,48** | **864757** |

Таблица 12 **–** Прогнозный баланс

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **АКТИВЫ** | **на начало 1-го года** | **на конец1-го года** | **на конец2-го года** |
| 1. | Внеоборотные активы | 0 | 0 | 0 |
| 1.1. | Основные средства | 0 | 0 | 0 |
| 2. | Оборотные активы | 649317 | 2186869 | 1833614 |
| 2.1. | Запасы | 96200 | 96200 | 96200 |
| 2.2. | Дебиторская задолженность | 0 | 0 | 0 |
| 2.3. | Остатки на счетах | 553117 | 2090669 | 1737414 |
| 4. | **Валюта баланса** | **649317** | **2186869** | **1833614** |
| **№ п/п** | **ПАССИВЫ** | **на начало 1-го года** | **на конец1-го года** | **на конец2-го года** |
| 1. | Собственные средства | 0 | 1374037 | 1259027 |
| 1.1. | Уставной капитал | 0 | 0 | 0 |
| 1.2. | Нераспределеная прибыль (убыток) | 0 | 1374037 | 1259027 |
| 2. | Долгосрочные обязательства | 566652 | 259715 | 0 |
| 2.1. | Кредиты и займы | 566652 | 259715 | 0 |
| 2.1.1. | Тело долга | 530560 | 251593 | 0 |
| 2.1.2. | Проценты | 36092 | 8122 | 0 |
| 3. | Краткосрочные обязательства | 82665 | 553117 | 574587 |
| 3.1. | Кредиторская задолженность | 82665 | 553117 | 574587 |
| 3.1.1. | Материалы | 0 | 0 | 0 |
| 3.1.2. | Заработная плата | 0 | 446474 | 421200 |
| 3.1.3. | Услуги | 82665 | 40680 | 92414 |
| 3.1. | Обязательства по налогу | 0 | 65963 | 60973 |
| 4. | Валюта баланса | **649317** | **2186869** | **1833614** |

Таблица 13 – План ДДС будущих периодов доходов и расходов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **0 год** | **1 год** | **2 год** |
| Объем реализации, (кол-во услуг) | x | 1080 | 1080 |
| Поступление от продаж (выручка, экономия) | х | 1440000 | 1320000 |
| Суммарные прямые издержки | 96200 | -408200 | -324000 |
| Суммарные постоянные издержки | х | -40680 | -92414 |
| Налоги в т.ч. 6% | х | -200437,04 | -194628 |
| Cash-flow от операционной деятельности (+,-) | -96200 | 1072480 | 1736414 |
| Затраты на прибретенные активы | х | х | х |
| Прочие инвестиционные затраты | 553117,04 | х | х |
| Cash-flow от инвестиционной деятельности (+,-) | -553117,04 | х | х |
| Собственный капитал | 82665 | х | х |
| Кредит (в том числе и %) (+,-) | 566 652,00 | 306936,48 | 259715,46 |
| Cash-flow от финансовой деятельности (+,-) | 649 317,00 | -306936,48 | -259715,46 |
| Баланс наличности на начало периода | х | 0 | 765543,52 |
| Баланс наличности на конец периода | 0 | 765543,52 | 2242242,06 |

Таблица 14 – Показатели деятельности

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование показателя** | **Значение** |
| **1 год** | **2 год** |
| Первоначальные инвестиции  | 509115 | х |
| Оборотные инвестиции | 140202 | 834302 |
| Итого полные инвестиции проекта | 649317 | 834302 |
| Cash-flow | 765544 | 1476699 |
| Выручка | 1440000 | 1320000 |
| Прибыль от продаж | 539866,7 | 441214,80 |
| NPV Чистая приведённая стоимость, руб. | -1477 | 633872 |
| NPV за 2 года | 1154324 |
| IRR Внутренняя норма доходности % | 161 | x |
| Срок окупаемости и проекта, года. | 0,5 | х |
| IP, индекс рентабельность | 0,833333 | 0,694444 |
| Рентабельность продаж по проекту % | 37,49 | 33,43 |

**Основные риски**

Возможны следующие риски:

***А. Внутренние риски:***

**1. Низкая посещаемость курсов;**

*Мероприятия:* обеспечить удобную онлайн платформу, качественное обслуживание.

**2. Заболевание работника.**

*Мероприятия:* найм и обучение сотрудника с целью взаимозаменяемости, либо сотрудничество с другими коучерами на условиях гражданско-правового договора.

**3. Недостаточность квалификации для обслуживания клиентов.**

*Мероприятия:* прохождение курсов для повышения квалификации.

***Б. Внешние риски:***

1. **Повышение стоимости интернета, аренды сайта с робокасой**, **аренды сайты с предоставляющими материалами.**

*Мероприятия:* на подготовительном этапе подготовить несколько вариантов поставщиков.

* 1. **Снижение цен у конкурентов.**

*Мероприятия*: проведение акций и скидок, улучшение своего сайта и процесса покупки услуги (возможность покупки курса в рассрочку).

**3. Снижение покупательной способности населения.**

*Мероприятия:* проводить рекламные кампании за счет клиентов, предоставляя им скидку на услугу, с помощью рекламы на стене клиента в VК.

**4. Падение спроса на услугу.**

*Мероприятия*: системный анализ продаж. Системный анализ жизненного цикла услуги. Разработка новых маркетинговых решений.

Мониторинг рынка, выявление актуальных тенденций, разработка новых продуктов с целью гибкого реагирования на изменения.

**5. Повышение конкуренции.**

*Мероприятия:* обеспечить эффективную рекламу, качественную услугу.

**6.** **Отключение Интернета, электричества.**

*Мероприятия:* обеспечить возможность выхода в Интренет в другом месте или с другого устройства.

**8. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОЕКТА**

Результаты:

1.Создание удобной платформы для людей с разным социальным статусом.

2. Финансовая жизнеспособность.

Перспективы проекта:

1. Открытие новых курсов в соответствии с требованием рынка.
2. Охват более широкого круга потребителей со всего мира.

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1.**

Таблица 6 - Расчеты инвестиционного капитала (первоначальных затрат), руб**.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | кол-во (шт.) | цена (руб.) | сумма (руб.) | Расходы за месяц | Расходы за 1 год | Расходы за 2 год |
| Материалы: | 11 | 96200 | 96200 | 96200 | 96200 | 0 |
| Стол | 1 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 0 |
| Кресло | 1 | 8000 | 8000 | 8000 | 8000 | 0 |
| Удлинитель | 1 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 0 |
| Гарнитура | 2 | 4500 | 4500 | 4500 | 4500 | 0 |
| Колонки | 1 | 6000 | 6000 | 6000 | 6000 | 0 |
| Сотовый телефон | 2 | 25000 | 25000 | 25000 | 25000 | 0 |
| Софт  | 1 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 0 |
| Ноутбук | 2 | 40000 | 40000 | 40000 | 40000 | 0 |
| Аренда робокассы | 1 | 500 | 500 | 500 | 6000 | 6000 |
| Расходы на оплату труда: |   | 37206,17 | 37206,17 | 37206,17 | 446474,04 | 421200 |
| З/п  | 1 | 26000 | 26000 | 26000 | 312000 | 324000 |
| Страховой взнос | 30 | 7800 | 7800 | 7800 | 93600 | 97200 |
| Взносы ИП | 1 | 3406,17 | 3406,17 | 3406,17 | 40874,04 | 36 455 |
| интернет (год) | 1 | 890 | 890 | 890 | 10680 | 11214 |
| Реклама | 1 | 1500 | 1500 | 1500 | 18000 | 18900 |
| Р/С (за год) | 1 | 500 | 500 | 500 | 6000 | 6300 |
| Повышение квалификации коучера | 2 | 50000 | 50000 | х | 0 | 50000 |
| УСН |   |   |   | х | 65963 | 60973 |
| **Итого:** |   |   |   | 140202,34 | 649317,04 | 834302,46 |
| Кредит (в т.ч. %) |   |   |   |   | 306936,48 | 259715,46 |
| **Собственные средства** |   |   |   |   | 342380,56 | 574587 |
| **Заемные средства** |   |   |   |   | 306936,48 | 259715,46 |

**ПРИЛОЖЕНИЕ 2.**

Таблица 10 **–**Расчеты себестоимости услуг

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование** | **1 год** | **2 год** |
| * 1. **Курс бухгалтерский учет:**
 |  |  |
| Аренда робокассы | 5,56 | 5,56 |
| ФОТ | 288,89 | 288,89 |
| Страховые взносы  | 87,24 | 270,00 |
| Страховые взносы ИП | 37,85 | 33,75 |
| Итого прямые расходы | 419,54 | 598,20 |
| Накладные расходы | 32,11 | 80,01 |
| **Себестоимость** | **451,65** | **678,21** |
| Плановая прибыль | 519,39 | 535,79 |
| НДС | 194,21 | 242,80 |
| Минимальная цена, руб. | 1165,25 | 1456,80 |
| % робокассы | 34,96 | 43,70 |
| **Цена, руб.** | **1200,20** | **1500,50** |
| * 1. **Курс налоги и налогообложение:**
 |   |   |
| Аренда робокассы | 5,56 | 5,56 |
| ФОТ | 288,89 | 288,89 |
| Страховые взносы  | 87,24 | 270,00 |
| Страховые взносы ИП | 37,85 | 33,75 |
| Итого прямые расходы | 419,54 | 598,20 |
| Накладные расходы | 32,11 | 80,01 |
| **Себестоимость** | **451,65** | **678,21** |
| Плановая прибыль | 519,39 | 535,79 |
| НДС | 194,21 | 242,80 |
| Минимальная цена, руб. | 1165,25 | 1456,80 |
| % робокассы | 34,96 | 43,70 |
| **Цена, руб.** | **1200,20** | **1500,50** |
| * 1. **Курс 1С Бухгалтерия:**
 |   |   |
| Аренда робокассы | 5,56 | 5,56 |
| ФОТ | 288,89 | 288,89 |
| Страховые взносы  | 87,24 | 270,00 |
| Страховые взносы ИП | 37,85 | 33,75 |
| Итого прямые расходы | 419,54 | 598,20 |
| Накладные расходы | 32,11 | 80,01 |
| **Себестоимость** | **451,65** | **678,21** |
| Плановая прибыль | 842,32 | 935,93 |
| НДС | 258,79 | 322,83 |
| Минимальная цена, руб. | 1552,76 | 1936,97 |
| % робокассы | 46,58 | 58,11 |
| **Цена, руб.** | **1599,34** | **1995,08** |

**ПРИЛОЖЕНИЕ 3.**

Этапы реализации бизнес-плана

