

ПРОГРАММА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (БИЗНЕС-ПЛАН) ШКОЛЫ

Цель разработки программы финансово-экономической деятельности (бизнес-плана) – спланировать экономическую деятельность школы в соответствии с потребностями рынка образовательных услуг.

Михаил Левицкий,
академик РАО,
доктор
педагогических наук,
профессор

Тамара Шевченко,
кандидат
экономических наук,
профессор

Бизнес-план позволяет определить конкретные направления предпринимательской деятельности (платные услуги, ремонтные мастерские, подготовка гувернёров, посреднические услуги, организация аудио- и видеосалонов, компьютерное обучение и т.д.); оценить конкурентоспособность товаров и услуг которые будет предлагать школа; определить состав маркетинговых мероприятий по изучению рынка услуг, рекламы ценообразования, каналов реализации; предусмотреть возможные риски (проблемы); найти способы сотрудничества, кооперации с другими образовательными, банковскими и иными учреждениями.

Можно было бы привести массу других аргументов в пользу необходимости составлять бизнес-план школы. Заметим лишь, что есть масса примеров, когда из-за отсутствия продуманного плана реализации тех или иных услуг приобретённое (или безвозмездно переданное) имущество впоследствии не использовалось школами.

Содержание бизнес-плана для школы в разных регионах РФ будет зависеть от многих условий: экономических (уровня реальных доходов населения, темпов инфляции, цен, наличия потенциальных благотворителей), социальных, национально-культурных, климатических, а также от взаимоотношений органов местной власти и органов управления образованием.

Руководитель школы, перед тем как организовать платные образовательные услуги, оценивает предполагаемый объём доходов и расходов, налоговые последствия, организацию бухгалтерского и налогового учётов и многие другие вопросы. Это и есть начало бизнес-планирования. Предлагаемая схема позволяет упорядочить и систематизировать эту работу.

Предназначение бизнес-плана:

- его можно использовать для разработки концепции предоставления образовательных услуг (т.е. «производства» образовательных услуг с разных сторон: маркетинга, финансов, конкуренции);
- с его помощью можно оценить фактические результаты деятельности за определённый период;
- степень инновационности, качества, привлекательности оказываемых услуг становится практически единственным обоснованием для привлечения как потребителей, так и потенциальных благотворителей.

Вот примерная структура бизнес-плана и финансового плана школы.

Бизнес-план

I. Титульный лист

1. Название и адрес школы.
2. Суть предлагаемого проекта: его цели и потенциальная эффективность.

II. Услуги

1. Описание предлагаемых услуг и их предназначение.



2. Потенциальные потребители услуг.
3. Основные конкуренты.
4. Структура услуг конкурентов (основные качественные характеристики).
5. Ценовая политика конкурентов.
6. Выгоды, получаемые потребителями предоставляемых услуг.
7. Реалистическая оценка преимуществ предоставляемых услуг на рынке.
8. Оценка спроса на услуги.
9. Возможная цена предлагаемой услуги.

III. План маркетинга

1. Предлагаемая система реализации услуг.
2. Определение «рыночной ниши», реклама.
3. Структура цены.
4. Мероприятия по содействию сбыту (дополнительные льготы потребителям услуг).

IV. Производственная программа

1. Место осуществления услуги.
2. Оценка местоположения школы: близость к потребителям услуг, транспортная (пешеходная) доступность и т.д.
3. Анализ целесообразности кооперации с другим образовательным учреждением (организацией).
4. Методы использования инновационных технологий и их описание.
5. Предполагаемые издержки при «производстве услуг» и их возможная динамика.

V. Организационный план

1. Организационная схема управления.
2. Перечень имеющихся специалистов (их квалификация, функциональные обязанности, опыт работы, права и полномочия, достоинства и недостатки).
3. Форма привлечения специалистов к участию в оказании образовательных услуг (постоянная работа в школе, совместительство).
4. Предполагаемый уровень и формы оплаты труда, включая дополнительные материальные и социальные льготы.
5. Кадровая политика (принципы найма: трудовые договоры, гражданско-правовые договоры, испытательный срок).

VI. Оценка риска

Перечень возможных рисков:

- 1) отношение местных властей (возможность ввести дополнительные ограничения, осложняющие организацию платных образовательных услуг);
- 2) альтернативные услуги конкурентов;
- 3) неустойчивость спроса на услуги;
- 4) платёжеспособность потребителей;
- 5) трудности с набором квалифицированных преподавателей и др.

Финансовый план

1. Объём первоначальных затрат, необходимых для организации платных дополнительных образовательных услуг.
2. Источники финансирования.
3. Условия привлечения финансовых средств.
4. Налоговые последствия предоставления образовательных услуг (перечень видов налогов, ставки налогов, сроки их уплаты, имеющиеся льготы).

В большинстве случаев название раздела (подраздела) бизнес-плана предопределяет его содержание. В связи с этим далее приводим лишь краткий комментарий некоторых составляющих документа.

На первом этапе необходимо провести маркетинг услуг: анализ потребностей учащихся, их родителей, населения микрорайона; предложения аналогичных услуг со стороны других производителей, например, ближайших учебных заведений. Интересы и предпочтения учащихся и их родителей можно выявить на родительских собраниях классов, общих собраниях в школе, в беседах с членами родительских комитетов, попечительских советов (там, где они есть), через социологические опросы и другими методами, которые доступны администрации школы. Пакет предложений может поступить также от педагогов. На этом же этапе из собранных заявок (социальных заказов) отбираются наиболее интересные и выполнимые, исходя из возможностей педагогического коллектива или организационных возможностей школьного менеджмента. Здесь важна способность администрации находить и привлекать к работе нужных специалистов (в том числе со стороны), умение кооперировать свои действия с другими организациями (в том числе с соседними школами), находить благотворителей.

В разделе «Услуги» необходимо описать предлагаемые образовательные услуги и прежде всего ответить на вопросы: почему потребители предпочтут данные услуги, что составляет основное преимущество предлагаемых услуг в глазах потребителей, в чём их недостатки?

Для систематизации ответов на сформулированные вопросы целесообразно составить таблицу с показателями для последующего анализа и разработки мер по преодолению выявленных недостатков (табл. 1).



Таблица 1

Преимущества	Недостатки	Меры по преодолению недостатков
Инновационность	Высокая цена	Увеличение спроса
Качество	Неудобное время	Изменение расписания

Подавляющее большинство школ оказывает платные дополнительные образовательные услуги, которые уже «производятся» другими. При этом практически каждый производитель исходит из того, что именно его услуги имеют наилучшие характеристики. Необходимо прежде всего найти свою нишу на рынке услуг. Этот процесс известен как сегментация рынка — поиск группы потребителей с аналогичными характеристиками (например, студенты, учащиеся, желающие пройти переподго-

товку безработные), вкусами (например, ориентированные на информационные технологии обучения) или чертами (например, следующие принципу: качество важнее цены). После определения такой группы надо адаптировать свою услугу к их потребностям. Если на рынке существует конкуренция, надо найти ответ на вопрос: какое дополнительное преимущество, необходимое рынку, можно предложить?

Сравнительную оценку своей конкурентоспособности в баллах можно представить в виде таблицы.

Таблица 2

Пример сравнительной характеристики конкурентоспособности платных образовательных услуг

№ п/п	Область сравнения	Услуги школы, баллы	Конкуренты, баллы		
			А	Б	В
1	Местоположение	5	4	2	5
2	Материально-техническая база (компьютерные классы, лингафонные кабинеты, мультимедийные средства и др.)	4	5	4	3
3	Система связи (телефон, факс, Интернет и др.)	—	—	5	4
4	Разнообразие предлагаемых образовательных услуг	5	4	5	5
5	Реклама	—	4	5	5
6	Имидж	5	—	5	—
7	Команда управления	3	5	4	5
8	Профессионализм персонала	3	4	5	5
9	Финансово-экономические условия деятельности	5	—	5	—
10	Качество	5	4	5	4
11	Уникальность	—	5	—	—
12	Многовариантность использования	—	—	5	5
13	Степень инновационности	4	—	5	—
14	Цены	5	4	3	5
15	Структура скидок цен на услуги	—	3	5	4
16	Уровень оплаты труда + социальные льготы	4	5	4	5
17	Количество потенциальных покупателей	5	—	4	5
18	Платёжеспособность потребителей	2	5	3	4
19	Дополнительные выгоды потребителей от услуг	—	4	5	—
20	Гибкость перехода к новым услугам	—	5	3	—
21	Потенциальные благотворители	5	1	4	5
22	Особые преимущества услуг	5	—	—	5
Итого		65	62	81	74



Таблица 3

Сильные и слабые стороны образовательной услуги

№ п/п	Постановка вопроса при изучении сильных и слабых сторон образовательной услуги	Сильные стороны	Слабые стороны
1	Можете ли вы определить тот сегмент рынка, на который ориентирована ваша услуга?		
2	Изучали ли вы запросы ваших потребителей?		
3	Какие преимущества предоставляет ваша услуга потребителям?		
4	Можете ли вы эффективно довести свои услуги до тех потребителей, на которых она ориентирована?		
5	Может ли ваша услуга успешно конкурировать с услугами других производителей по качеству; цене; стимулированию спроса; месту предоставления?		
6	Есть ли у вас планы относительно новых видов услуг?		
7	Обладаете ли вы возможностями заменить эту услугу альтернативной?		
8	Проводите ли вы регулярную модификацию вашей услуги в соответствии с запросами потребителей?		
9	Могут ли копировать вашу услугу конкуренты?		
10	Отслеживаете ли вы жалобы потребителей ваших услуг?		
11			

Этот перечень сравнения можно скорректировать в зависимости от конкретных условий деятельности. Каждая позиция должна получить оценку от 0 (наиболее слабые позиции по данной области сравнения) до 5 баллов (доминирующие, определяющие позиции на рынке образовательных услуг). Оценки в баллах проставляются в каждом из столбцов таблицы, а затем суммируются. Расхождение сумм баллов более чем на 20% характеризует достаточно тяжёлое положение школы с точки зрения конкурентоспособности, а более чем на 40% свидетельствует о необходимости либо уходить с рынка платных образовательных услуг, либо искать иные формы предпринимательской деятельности. В нашем примере наиболее сильные позиции у конкурента «Б», а у конкурента «В» — тяжёлое положение.

Ещё один аспект анализа конкурентоспособности предлагаемой услуги иллюстрируется в таблице 3.

Один из важнейших элементов раздела «План маркетинга» — ценообразование. Анализ цен — непростая задача при подготовке бизнес-плана.

Определяя цену услуги, надо ответить на вопрос: какая цель должна быть достигнута принятой в школе политикой ценообразования? Ответы могут быть следующие:

- расширение рынка (низкие цены, работать «с оборота»: более низкая цена, но больше и потребителей, желающих получить данную услугу);
- максимизация дохода (высокие цены);
- сохранение конкурентоспособности.

Итак, вырабатывая стратегию ценообразования, надо учитывать: себестоимость услуг; цены конкурентов на аналогичную услугу; уникальность видов услуг; спрос на них.

На основе себестоимости обычно оценивается минимально возможная цена услуги. На основе анализа цен конкурентов определяется средняя цена. Максимально возможная цена устанавливается на услуги с высоким качеством

и уникальными свойствами. Цены, определяемые спросом или конъюнктурой рынка образовательных услуг, могут колебаться в диапазоне от минимальных до максимальных.

Таким образом, целенаправленная ценовая политика позволяет изменять цены в зависимости от ситуации на рынке образовательных услуг. Например, подобное изменение эффективно в так называемый «мёртвый сезон» (количество предлагаемых платных образовательных услуг резко падает в период зимних, весенних, летних школьных каникул).

Раздел «Финансовый план» помогает провести анализ экономического состояния школы и обосновать реальность достижения его целей в будущем. Его также можно использовать как эффективный инструмент контроля. Основа такого действенного контроля — бухгалтерская и налоговая системы отчётности. Приступая к предоставлению платных образовательных услуг, надо привлечь к работе опытного бухгалтера, который сможет организовать адекватную систему их учёта.

Финансовый план — ключевой раздел бизнес-плана; он рассчитывается на основе прогнозов объёма реализации образовательных услуг и включает несколько основных документов, из которых выделим следующие:

1) план-отчёт о доходах и расходах (с его помощью рекомендуем проанализировать самоокупаемость осуществляемых услуг). Если спрос на платную образовательную услугу меньше



Экономика в начальной школе

Оксана Плетенёва,

методист кафедры экономики образования
Нижегородского института развития
образования

Школьное экономическое образование — сравнительно новое направление в педагогике, «рождённое» в процессе перехода к рыночным отношениям. Казалось бы, в современных условиях необходимость изучать экономику уже не должна вызывать сомнений, но в школьном экономическом образовании всё ещё немало вопросов: когда следует знакомить детей с основами экономики, нужна ли экономика в начальной школе?

Разработаны программы по экономическому воспитанию и образованию школьников как на федеральном, так и на региональном уровнях. В Нижегородской области накоплен более чем десятилетний опыт непрерывного изучения экономики. «Областная программа экономического образования школьников (5–9-е классы)» — базовая программа для нижегородских школ, основанная на концентрическом подходе к образованию. Программа включает три концентра: первый — 5–7-е классы, второй — 8–9-е классы, третий — 10–11-е классы. В первом концентре у детей вырабатывают умение делать выбор, основанный на логической оценке ситуации; во втором (предпрофильном) — анализировать возможные альтернативы и затраты и выбирать вид деятельности, основанный на внутреннем «Я»; на третьем (профильном) — формируют личностную ориентацию в мире экономических профессий и понимание возможности влиять на общественную жизнь. Как показывает опыт, эта система уже сложилась и эффективно функционирует, но при этом продолжает непрерывно развиваться.

Весьма активно идёт работа на «нижнем» этапе экономического образования: экономику начали изучать в начальной школе — это помогает детям освоить понятийный аппарат, развить основы экономического мышления и приобрести элементарные навыки, необходимые для ориентации в современном мире. Кроме того, закладывается основа для дальнейшего, более глубокого изучения экономики на следующих ступенях школьного экономического образования.

расчётной величины, то «производство» этих услуг, определённых бизнес-планом, не будет самокупаемым;

2) план-отчёт о движении денежных средств — это документ, позволяющий оценить, сколько средств нужно вложить в организацию платных дополнительных образовательных услуг в разбивке по времени. Одна из главных задач такого анализа — установить синхронность поступления и расходования денежных средств, что особенно важно, учитывая требования гл. 25 Налогового кодекса РФ о налоговом учёте.

Важная составляющая бизнес-плана — резюме, задача которого — в сжатой форме изложить основные идеи плана, привлечь и заинтересовать потенциального партнёра, благотворителя. Объём этого раздела не должен превышать одной-двух страниц. Его текст должен быть понятным, предельно простым, лаконичным, с минимумом специальных терминов. Этот раздел надо разрабатывать в самом конце составления бизнес-плана по платным образовательным услугам, когда уже есть полная ясность и чёткость по остальным разделам.

Опыт разработки бизнес-планов

Предложенная читателю схема разработки бизнес-плана необходима для анализа эффективности экономической деятельности школы на примере платных образовательных услуг.

В схеме — максимально возможный набор разделов. Конкретная программа экономического развития той или иной школы может включать не все из них, может варьироваться глубина разработки разделов. В конечном счёте всё зависит от целей разработки этого документа и круга лиц, на которых он рассчитан.

Ниже приводятся адаптированные примеры бизнес-планов, разработанных выпускниками курсов заместителей директоров школ по правовым и финансово-экономическим вопросам, которые проводит экономический факультет МГПУ в рамках программы «Столичное образование» Правительства Москвы». Содержание этих планов базируется на конкретной деятельности школ.

Бизнес-план создания «Бизнес-школы»¹

1. Резюме

Полное название предприятия: структурное подразделение государственного образовательного учреждения «Центр образования» (ГОУ ЦО) — «Бизнес-школа».

Сокращённое название предприятия: «Бизнес-школа».

Вышестоящий орган: ГОУ ЦО.

Суть предлагаемого предпринимательского проекта: на базе ГОУ ЦО создаётся структурное подразделение «Бизнес-школа» для старшеклассников как элемент дополнительного образования по оригинальным учебным программам и планам.

¹ Автор бизнес-плана — В.А. Климов.



Приоритетные виды деятельности: образовательный процесс, призванный обеспечить подготовку старшеклассников до уровня конкурентоспособных участников рынков труда в области менеджмента (производство, торговля, финансы, кадры) и бухгалтерского учёта.

Характеристика основных потребителей услуг: юридические и физические лица.

Организационно-правовая форма деятельности предприятия: структурное подразделение государственного образовательного учреждения.

Форма собственности: государственная.

Количество работников на предприятии:

- постоянных — 7, из них 2 — молодёжь в возрасте до 18 лет;
- профессорско-преподавательский состав: до 20 человек, приглашаемых по трудовым договорам;
- студенты старших курсов экономических и управленческих вузов: до 20 человек, приглашаемых по трудовым договорам для ведения семинаров, выездных форумов, деловых игр.

Т а б л и ц а 4

Обеспеченность ресурсами

Вид ресурсов	Требуется дополнительно	Есть в наличии у ГОУ ЦО
Производственные площади		+
Оборудование	+	
Водоснабжение		+
Электроснабжение		+
Теплоснабжение		+
Канализация		+
Связь		+
Лицензии, сертификаты		+
Учебно-методическая литература	+	

Имущество, нематериальные активы, источники финансирования:

- собственные: здания (оперативное управление), коммуникации (оперативное управление), земельный участок (пользование), лицензии;
- привлечённые (целевое финансирование): родительские средства, благотворительные взносы юридических и физических лиц, грант.

Основная идея проекта

«Бизнес-школа» ставит перед собой следующие задачи:

- ранняя профдиагностика и профориентация, помощь ученикам старших классов школ в выборе профессии, связанной со сферой предпринимательства;

В нескольких школах нашего города дети уже много лет изучают экономику в начальной школе по программе «Достижения молодых». Не умаляя достоинств этой программы, отметим, что она имеет прикладной характер и часто создаёт не совсем адекватное представление (в первую очередь у педагога) об экономике как науке. Из-за того, что многие учителя, работающие в начальных классах, с экономической теорией знакомы поверхностно, свои ложные представления об этой науке они передают детям. Мы ни в коем случае не отвергаем право на существование прикладного курса экономики, но считаем, что прикладные вопросы должны опираться на теоретическую базу, облегчающую переход к следующей ступени экономического образования. Именно поэтому сотрудники кафедры экономики образования Нижегородского института развития образования разработали региональную программу «Экономика в начальной школе», инновационный характер которой состоит, во-первых, в содержании программы, во-вторых, в новых подходах к обучению и, в-третьих, в применении новых методов и приёмов обучения.

При непрерывном школьном экономическом образовании приоритетным становится соблюдение преемственности.

Изучение экономики должно строиться на личном опыте ребёнка. Но экономические знания ученика будут глубже, если эмоциональные, неаргументированные суждения заменить объективными, последовательными, научно обоснованными фактами. В этом случае личный опыт не только сохраняется, но и трансформируется в новые знания, умение применять их при решении широкого круга вопросов, непосредственно связанных с жизнью младших школьников.

Программа «Экономика в начальной школе» рассчитана на преподавание экономики отдельным курсом на начальной ступени образования (2–4-е классы), что позволяет создать теоретические и методологические основы для дальнейшего, более глубокого, изучения экономической теории в основной и средней школе.

В основе построения программы — деятельностный подход к обучению. Предметное содержание включает знания и способы выполнения действий.

На каждом этапе учебной деятельности фиксируется и прослеживается связь между уже имеющимся знанием и тем, которое предстоит получить.



Содержание конструируется таким образом, чтобы его система способствовала организации учебной деятельности учащихся («деятельностное» содержание).

По программе «Экономика в начальной школе» ученики изучают этот предмет за счёт часов школьного компонента. В программе три раздела: потребитель, производитель, государство. В первом разделе «Потребитель» (2-й класс) вводится система базовых экономических категорий: потребитель, рынок, выбор, собственность. По мере перехода ученика в следующий класс этот набор дополняется новыми категориями при периодическом возврате к ранее изученным.

Из существующего множества экономических категорий для изучения в начальной школе предложены категории, каждая из которых включает ряд экономических понятий:

Выбор. Это методологическая основа современных представлений о предмете и целях экономической науки, о таких понятиях, как ресурсы, потребности, ограниченность ресурсов, компромиссный выбор, конкуренция, альтернативная стоимость, кругооборот.

Собственность на средства производства. Изучаемые понятия — собственность, частная собственность, государственная собственность.

Рынок. Эта категория даёт понимание рыночных способов хозяйствования. Школьники знакомятся с понятиями: бартерный обмен, деньги, денежный обмен, рынок.

Производитель. Изучение этой категории создаёт представление о роли труда как основном источнике богатства и включает понятия: производство, производительность, разделение труда, специалист.

Потребитель. Эта категория поможет школьникам осознать их роль в потреблении произведённых благ. Изучаемые понятия — потребности, блага, товары и услуги, доход, труд.

Роль государства в экономике. Раздел может выработать общую картину окружающего мира. Школьники познакомятся с понятиями: общественные товары и услуги, налоги, налогообложение, государственное регулирование.

Программа предлагает использовать активные формы обучения.

Ожидаемые результаты обучения — не только знания и умения. Заканчивая начальную школу, ученик должен знать: проблема выбора возникает из-за несоответствия

— организация учебного процесса с использованием современных отечественных и зарубежных образовательных и информационных технологий (деловые игры, тренинги, форумы, конкурсы, тестирование и контроль) по оригинальным программам с выдачей конвертируемого в рамках Европейского объединения профессиональных учебных заведений (EVBB) сертификата;

— формирование в процессе обучения психологически совместимых бизнес-команд в составе пяти человек (генеральный менеджер, финансовый менеджер, главный бухгалтер, директор по кадрам, менеджер по внешним связям), разрабатывающих и реализующих свой проект;

— проектное сопровождение деятельности бизнес-команд на этапе «запуска» и дальнейшее партнёрское участие в реализации и развитии предпринимательской деятельности команды.

II. Аннотация деятельности

Школа является самостоятельным структурным подразделением ГОУ ЦО. Основная цель деятельности Школы — организация параллельного процесса обучения учащихся 10-х и 11-х классов средней школы по оригинальным программам, позволяющим ребятам, успешно закончившим полный курс обучения, получить знания и навыки, достаточные для органичного вхождения в рынок малого бизнеса.

Основной принцип деятельности Школы: «Учись, производя (создавая)».

Школа является составной частью системы дополнительного образования и предусматривает подготовку по пяти направлениям: менеджмент организации; финансовый менеджмент; юриспруденция и кадры; бухгалтерский учёт, анализ и аудит; PR.

Курс обучения — три семестра по 7 ч в неделю (428 ч), включает лекционный блок по широкому спектру дисциплин, семинары, деловые игры, мастер-классы, компьютерное моделирование, выездные форумы и консультации. Занятия проводят высококвалифицированные преподаватели отечественных и зарубежных вузов, а также практикующие руководители успешно действующих предприятий и организаций. В процессе обучения из учащихся Школы формируются психологически совместимые бизнес-команды в составе пяти человек. По мере прохождения курса бизнес-команды разрабатывают собственные проекты, участвуют в различных конкурсах и по окончании курса работают по этим проектам при участии и поддержке Консалтингового центра «Бизнес-школы».

Дальнейшая работа бизнес-команд связана с разработкой и реализацией своей бизнес-идеи, которую Школа даёт возможность апробировать в условиях реального рынка при собственном консалтинговом сопровождении.



III. Анализ сильных и слабых сторон проекта

Сильные стороны проекта

Заключаются в успешной реализации принципа «учись, производя»; органичном сочетании возможности получить в Школе теоретические знания по основной специальности и сопредельным областям; обрести навыки работы в команде; постановке реального дела с получением конкретного дохода и удовлетворения от процесса и результатов деятельности при минимальном участии «Консалтингового центра «Бизнес-школы»».

Наряду с задачами планирования, организации и контроля в практической деятельности команды очень важно решить проблему психологической совместимости партнёров по бизнесу. Одним из преимуществ проекта становится работа психологов при формировании команд, а также участие высококвалифицированных преподавателей-психологов управления, организация ролевых игр с участием успешных бизнесменов-практиков.

Отсутствие арендной платы сокращает себестоимость проекта.

Слабые стороны проекта

Трудно формировать равноценные бизнес-команды из всего состава слушателей, так как опросы, проведённые среди 100 учеников девятых классов — возможных участников проекта, свидетельствуют, что хотят стать:

- бухгалтерами — 8 человек;
- юристами — 11 человек;
- менеджерами по PR — 16 человек;
- финансовыми менеджерами — 14 человек;
- менеджерами организаций — 51 человек.

Эта проблема должна разрешиться в первые месяцы обучения: ребятам разъясняется суть всех предлагаемых школой специальностей.

Довольно высокая оплата обучения при отсутствии дополнительных средств — гранта.

Срок окупаемости

Проект рассматривается как социальная программа начальной профессиональной подготовки старшеклассников, трудоустройства и проектного сопровождения бизнес-команд. Проект не ставит перед собой цели — извлекать прибыль — в качестве основной.

IV. Сведения о предприятии и видах его деятельности

В постоянном штате школы работают семь сотрудников и 40 человек на условиях совместительства.

Планируемый объём выпуска специалистов — 120 человек (по первому году работы).

Основное направление деятельности — образовательный процесс.

между безграничными потребностями и ограниченными возможностями; добровольный обмен выгоден и продавцам, и покупателям; расходы должны соответствовать доходам; потребление — это стимул для производства; товары и услуги — результат взаимодействия факторов производства; государство в хозяйственной деятельности выступает и как производитель, и как потребитель; хозяйственная деятельность — это кругооборот товаров, услуг, ресурсов, денег; движение товаров, услуг и ресурсов в экономическом кругообороте совершается в одном направлении, а денег — в противоположном; интересы потребителя нуждаются в защите государства; рынок не во всех случаях способен эффективно удовлетворять потребности и необходимо вмешательство государства; государство имеет доходы и расходы; налоги должен платить каждый гражданин. Эти знания способствуют выработке тех личностных качеств, которые имеют важное значение для развития дальнейшей деловой активности и предприимчивости: делать экономически и нравственно обоснованный выбор, принимать решение и отстаивать своё мнение; рационально использовать имеющиеся ресурсы; бережно и аккуратно относиться к личному и другому имуществу.

Программа «Экономика в начальной школе» апробируется в ряде школ Нижегородской области. Изучение экономики сначала насторожило родителей и учителей начальных классов как дополнительная нагрузка на детей, но вскоре стало понятно, что детям этот предмет нравится, они активно и с удовольствием им занимаются. Программа соответствует психолого-педагогическим особенностям детей младшего школьного возраста, ученики 2–4-х классов адекватно воспринимают заложенные в ней знания.

В рамках эксперимента была также поставлена задача: проанализировать, кто должен преподавать экономику в начальной школе — учитель начальных классов или учитель экономики. Теперь мы знаем, что учителю экономики гораздо труднее понять психологию младшего школьника, чем учителю начальных классов усвоить азы экономики. Намного эффективнее преподаёт экономику в начальной школе учитель начальных классов, который прошёл соответствующую подготовку. Такая подготовка весьма полезна и самому учителю.



Юридическое обеспечение деятельности предприятия

Организационно-правовая форма: структурное подразделение государственного образовательного учреждения.

Учредительные документы: приказ директора ГОУ ЦО, Положение о «Бизнес-школе», финансовое соглашение между ГОУ ЦО и «Бизнес-школой».

Зарегистрированный адрес: указывается адрес.

Лицензии на виды деятельности: дополнительное образование.

Законодательные ограничения: нет.

Правовое обеспечение долевого участия персонала предприятия: нет.

Правовое обеспечение налоговых льгот: в рамках действующего налогового законодательства.

Организационная схема управления предприятием: Школа подчиняется непосредственно директору Центра образования. Внутри подразделения работники подчиняются непосредственно руководителю подразделения — директору «Бизнес-школы».

V. Общие сведения о внешней среде функционирования предприятия

Там, где расположен Центр, работают около десяти «бизнес-школ», в которых школьники-старшеклассники готовятся по экономическим и управленческим профессиям, что не соответствует темпам экономического роста города и определяет дополнительную потребность в этом виде образовательных услуг.

Изменения во внешней среде функционирования предприятия: очевиден устойчивый рост спроса при весьма слабом изменении предложения.

Инвестиционный климат: благоприятный.

Наличие налоговых льгот: льгота по налогообложению НДС (п. 14 ст. 149 НК РФ).

VI. Описание услуг

Наименование услуг предприятия: образовательный процесс в сфере профессиональной и допрофессиональной подготовки школьников-старшеклассников в сфере экономики и управления.

Область применения: выпускники, а также созданные из выпускников в процессе учёбы бизнес-команды поставляют на рынок труда квалифицированные команды управления бизнесом.

Сервис: в качестве сопутствующих подразделение предлагает следующие услуги:

- разработку проектов и программ;
- консультации по экономическим вопросам;
- консалтинг;
- информационные.

VII. План по маркетингу и реализации услуг

Требования к потребителям своей услуг

Потребителю предлагается комбинированная услуга в сфере образования, допрофессиональной и начальной профессиональной подготовки, подготовка к поступлению в вуз по соответствующей специальности, подготовка психологически совместимых и специально подготовленных коллективов — бизнес-команд, способных удовлетворить потребности заказчика либо осуществить свою собственную бизнес-идею, чему будет всячески способствовать консалтинговый центр «Бизнес-школы», специализирующийся в сфере консультирования и первоначального сопровождения бизнеса.

Анализ конкурентоспособности услуг

1. Более низкая, по сравнению с платой за обучение на подготовительных курсах вузов-партнёров, цена за месяц обучения в «Бизнес-школе».

2. Возможность обучаться по ускоренным программам в вузах-партнёрах.

3. Возможность приобрести знания и навыки в сфере организации и управления бизнесом, а по окончании учёбы в «Бизнес-школе» организовать свой бизнес.

4. Цикл обучения рассчитан на 15 месяцев, что даёт возможность последние полгода обучения в 11-м классе школы или на последнем курсе профессионального училища приложить усилия для подготовки к поступлению в высшее учебное заведение по выбранной в «Бизнес-школе» специальности либо при изменившихся обстоятельствах подготовиться к получению высшего образования по другому направлению.

5. Возможность стать членом организованного и подготовленного коллектива — бизнес-команды с целью организовать собственный бизнес.

6. Возможность в период обучения (летние месяцы) попробовать реализовать собственные бизнес-проекты в условиях реального рынка.



7. Возможность стать членом бизнес-клуба Школы, что обеспечивает, в частности, возможность получать консультации.

Каналы популяризации услуг
Тематические издания, использование информационных сетей отрасли, кабельное телевидение, Интернет.

VIII. Примерный учебный план по направлению «Менеджмент»

Таблица 5

№ п/п	Дисциплина	Часов, всего	Лекции	Семинары, тестирование, контрольные работы	Консультации, ролевые игры
1	Экономика	84	28	28	28
2	Основы предпринимательства	36	12	12	12
3	Бухгалтерский учёт	64	12	44	8
4	Налогообложение	48	8	24	16
5	Менеджмент и маркетинг	64	8	20	36
6	Статистика	4	4		—
7	Трудовое законодательство	16	4	8	4
8	Гражданское законодательство	16	8	8	
9	Основы PR. Рекламный бизнес	32	8	16	8
10	Логика	16	4	8	4
11	Математика	32	8	20	4
12	Психология управления	16	6	10	—
Всего		428	110	198	120

IX. Бюджет

Таблица 6

Направления расходования средств	Всего (в тыс. руб.)	В том числе		Примечание
		требуется	имеется	
Зарплата профессорско-преподавательского состава. Зарплата административного персонала	+	+	+	
Начисления на заработную плату	+	+	+	
Оборудование и мебель	+	+	+	
Транспорт и связь	+	+	+	
Командировочные расходы	+	+	+	
Канцелярские и хозяйственные товары	+	+	+	
Учебно-методическая литература и программное обеспечение (библиотека)	+	+	+	
Проведение выездных форумов	+	+	+	
Разработка и изготовление сертификатов об окончании, дипломов и другой продукции	+	+	+	
Разработка символики, реклама, аренда эфирного времени	+	+	+	
Издательские и иные услуги (в том числе по тиражированию)	+	+	+	
Налоги, банковское и кассовое обслуживание	+	+	+	
Итого	+	+	+	
Непредвиденные расходы (2,5%)	+	+	—	
Всего	+	+	+	



Х. Оплата труда

При расчёте оплаты труда профессорско-преподавательского состава также составляется таблица, в которой (на первый и второй год обучения) отмечаются период (сентябрь, октябрь и.д.), состав группы (слушатели), количество групп (преподавателей), количество часов за период на группу, общее количество часов за период, оплата за 1 час (руб.), сумма (тыс. руб.), форма проведения занятий: лекционная, выездной форум, летний, установочный форум; семинары, консультации, программное проектирование, консалтинг, сопровождение по проектам.

XI. Штатное расписание

Таблица 7

Штатное расписание управленческого персонала «Бизнес-школы» ГОУ ЦО
(финансирование двухгодичного цикла подготовки 120 учащихся, включая единовременные затраты запуска проекта)

№ п/п	Должность	Количество ставок	Зароботная плата в месяц, руб.	Всего на цикл, тыс. руб.	Примечание
1	Директор	1	+	+	
2	Заместитель директора по учебной работе	1	+	+	
3	Заместитель директора по научно-методической работе	1	+	+	
4	Психолог-профконсультант	1	+	+	
5	Бухгалтер	1	+	+	
6	Инспектор	1	+	+	
7	Секретарь-референт	1	+	+	

Практические рекомендации по составлению бизнес-плана экономической деятельности школы подготовлены на основе анализа и обобщения накопленного в системе образования опыта и ориентированы на платные дополнительные образовательные услуги. Выбор этих услуг из всего многообразия видов предпринимательской деятельности школы объясняется тем, что это **единственно «профильный» для неё вид деятельности и менее других экономически затратный. НО**

**В ЭЛЕКТРОННОЙ ВЕРСИИ ЖУРНАЛА**

Художественный текст как теоретико-педагогическая модель

В. Ханин, преподаватель Урало-Сибирского института бизнеса, г. Екатеринбург, кандидат педагогических наук

Когда Эйнштейн признавался: «Достоевский даёт мне больше, чем Гаусс», — речь шла не только об эмоциональных импульсах: учёного привлекала внутренняя строгая логика Достоевского, имеющая свои аналоги в философско-научной логике, а сама теоретическая мысль, как видно из этих слов, питалась не только научными конструктами, но и художественно-образными моделями мира.

Научное познание мира — отнюдь не единственное. Истина о мире и о человеке содержится и в других областях человеческой культуры — в нравственности, ритуалах и традициях, в религии. И особенно — в литературе и искусстве. Одной из характерных черт современного человековедения является художественный текст как источник собственно антропологического знания.

Об особенностях художественного текста размышляет автор статьи.